

## La strana crociata dell'assessore ai Trasporti contro l'Enel

«I guerrieri dei posti in piedi» non piacciono all'assessore alla Mobilità e ai Trasporti pubblici del comune di Roma, Guido Improta. Che ieri ha innescato una singolare polemica sulla pubblicità con cui l'Enel, su alcuni quotidiani, invitava i romani a segnalare anche i disagi quotidiani legati al trasporto pubblico. La campagna chiedeva ai cittadini di fornire testimonianze sulle «battaglie di ogni giorno» e sul manifesto era raffigurata una ragazza in metropolitana ripresa in primo piano, con un messaggio: «Qualunque sia la tua battaglia - si leggeva - hai tutta l'energia per vincerla. Anche la nostra». La battaglia, proseguiva lo spot, è quella dei «guerrieri del sottosuolo, delle attese sotto la pioggia e delle corse alle fermate», insomma gli utenti dei mezzi pubblici che sono invitati a raccontare le loro odissee quotidiane.

### CARENZE

Improta deve averla presa come un fatto personale. E ha inviato una piccata nota all'azienda pubblica, che suonava quasi come un invito a lavare in casa faccende che, tutto sommato, caratterizzano un po' tutti i servizi statali. «Sono allibito - scrive Improta - Questa pubblicità danneggia chi lavora per far muovere la città, un'impresa difficilissima, aggiunge, in tempi di spending review». Come dire: siccome c'è da risparmiare, è offensivo lamentarsi del servizio; e chi lo fa, o invita a farlo, è un maleducato. Anche se, verrebbe da obiettare, il biglietto si continua a pagare a prezzo pieno e non tiene conto di ritardi, corse tagliate, vetture malconce e autisti che parlano al cellulare.

### GIUSTIFICAZIONI

Improta si preoccupa di chiarire che lui c'entra poco: «Sono assessore ai Trasporti e ho ereditato una situazione drammatica». E comunque invitare i tanti poveracci che l'Enel promuove a «guerrieri dei posti in piedi», a raccontare la propria disavventura, secondo Improta è come sparare sulla Croce rossa.

### LA REPLICA

Niente di personale, replica l'azienda. E ha gioco facile a disinnescare una polemica che appare più che altro frutto del nervosismo. «Nessuna avversità diretta ai mezzi di trasporto pubblico». L'intento della pubblicità è un altro: «Dare voce ai cittadini che affrontano le difficoltà quotidiane». Nel lavoro, in famiglia e così via. I «guerrieri», sono ovunque, rassicura l'Enel, non soltanto sugli autobus. Non se la prenda, dunque, il Campidoglio.