



CITTÀ DI TORINO

INTERPELLANZA: "PROPAGANDA AMIAT: TORINO E' PIU' BELLA? CERTAMENTE PIU' POVERA!" PRESENTATA DAI CONSIGLIERI MARRONE E GRECO LUCCHINA IN DATA 1 GIUGNO 2012.

I sottoscritti Consiglieri Comunali,

PREMESSO CHE

- Amiat ha intrapreso una campagna di comunicazione che, secondo quanto appreso dal sito internet della società municipalizzata, si declina attraverso l'affissione di 800 manifesti 100x140 e 960 manifesti 140x200, a cui si aggiungeranno, dal 21 maggio, 100 poster di dimensioni 6x3 metri;
- il piano di comunicazione prevede inoltre 600 tabelle esterne, formato 120X80 posizionate lateralmente e posteriormente su autobus e tram pubblici, a partire dal 22 maggio prossimo e sino ai primi giorni di giugno;
- le stazioni della metropolitana vedranno invece, dal 24 maggio e per un periodo di due settimane, la presenza di un poster retroilluminato 120x180 (mupi) in ciascuna di esse;
- sarebbe infine in corso di valutazione l'opportunità di acquisire alcuni spazi pubblicitari sulla stampa locale;

INTERPELLANO

Il Sindaco e l'Assessore competente per sapere:

- 1) quanto sia costata complessivamente questa campagna di comunicazione, dall'ideazione alla realizzazione e diffusione;
- 2) quale sia lo studio di comunicazione e grafica che ha curato la realizzazione di tale campagna;
- 3) per quale motivo Amiat abbia deciso di investire denaro pubblico in una campagna di promozione, quando si trova ad operare in regime di monopolio fuori da ogni ipotetica concorrenzialità, in grado di giustificare spese di sponsorizzazione dei servizi forniti
- 4) se l'Assessore competente od il Sindaco fossero a conoscenza di questa spesa destinata alla campagna di comunicazione in oggetto.

F.to: Maurizio Marrone
Paolo Greco Lucchina