

Barcellona Dopo la richiesta di pagamento a 80 mila utenti

Ato 2, debiti milionari e adesso pure la beffa della propaganda sul compostaggio

13-06-2009

Una campagna di comunicazione costata 20 mila euro. Ma le città restano sommerse dai rifiuti

Leonardo Orlando
BARCELLONA

Dopo la richiesta di pagamento alle oltre 80 mila famiglie che risiedono nei 38 Comuni dell'Ato 2 di un cospicuo conguaglio per coprire i debiti (8 milioni di euro), accumulati con la dissennata gestione economica tra il 2005 e il 2006, per tutti i cittadini arriva adesso la beffa della campagna pubblicitaria del "compostaggio". Mentre i maggiori centri, Barcellona, Milazzo e Patti, soffocano tra cumuli di rifiuti ammassati ai margini delle strade e non raccolti a causa dello stato di agitazione proclamato dai lavoratori che rivendicano il salario di maggio e che puntualmente si trasforma sempre in uno sciopero in bianco, l'Ato ha pensato bene di avviare tra il caos generale la campagna pubblicitaria per il "compostaggio", costo totale dell'operazione 20 mila euro finanziati con i fondi residui europei dei Por.

Il Cda, composto dall'Amministratore delegato Santi Gangemi e dal vicepresidente Stefano Salmeri, ha dato il via libera ad una campagna pubblicitaria estemporanea che promette attraverso manifesti un risparmio in bolletta a coloro che ritireranno il bidone

per produrre "il compost" (da utilizzare come concime organico) e separeranno i rifiuti umidi dal resto della spazzatura destinata alla discarica. La beffa consiste nel fatto che già due anni fa, a novembre, la stessa campagna pubblicitaria era stata effettuata con grande stile tramite una agenzia pubblicitaria che aveva vinto l'appalto complessivo della comunicazione il cui importo superava i 230 mila euro finanziati sempre coi Por e in quella occasione erano stati promessi i bidoni a chi ne aveva fatto richiesta, senza peraltro mai consegnarli.

Anche all'inizio di quest'anno sono state effettuate numerose richieste da parte dei cittadini e i bidoni per il "compost" non sono stati mai consegnati, nonostante le famiglie abbiano regolarmente pagato la relativa cauzione. Inoltre la nuova campagna pubblicitaria (senza tenere conto del piano di comunicazione già redatto in precedenza) ha utilizzato nei manifesti, stampati su carta patinata e non riciclata, nuovi slogan che riportano imbarazzanti punti interrogativi seguiti da esclamativi che lasciano gli utenti più confusi che persuasi. L'Ato è ricorso persino ad un vignettista con lo scopo forse di rendere più accattivante il messaggio pubbli-

citario diretto ai contribuenti il cui limite di sopportazione ha oramai raggiunto il colmo. Significativa è inoltre, sempre a proposito del compostaggio, la vicenda - spiegata pubblicamente dall'avv. Rosella Nastasi del coordinamento dell'associazione consumatori Torresi - sulla disavventura avuta con l'Ato Me 2 da un contribuente che prima si è visto riconosciuta la riduzione per l'uso del compostaggio il cui contenitore era stato acquistato privatamente e dopo un anno ha avuto la sgradita sorpresa di vedersi recapitata una bolletta con la quale si chiedevano tutti i pagamenti con richiesta della restituzione delle somme per gli sconti già praticati.

Intanto c'è preoccupazione per la sorte complessiva del servizio perché la Gesenu, la ditta che si è aggiudicata l'appalto di raccolta e smaltimento dei rifiuti, ha avviato le procedure di revoca e inviato ai lavoratori i preavvisi di licenziamento. I sindacati hanno già chiesto un incontro all'Ufficio provinciale del lavoro e al Prefetto. Preparativi inoltre per la manifestazione di giovedì sera alle 19 organizzata dai sindacati e dalle associazioni dei consumatori per chiedere il ritiro delle bollette di conguaglio.