

18 novembre 2006 0:00

ALITALIA SI AUTO ELOGIA SPERPERANDO SOLDI IN PUBBLICITA' SUI QUOTIDIANI E PENSA DI APRIRE UNO PROPRIO GIORNALE. E IO PAGO... OCCORRE PRIVATIZZARE!!

Firenze, 18 novembre 2006. Alitalia prova a ripartire dalle pagine dei giornali, quelle pubblicitarie. Un ennesimo spreco di risorse per la società che continua a perdere un milione di euro al giorno. Sui principali quotidiani nazionali, a tutta pagina, la compagnia di bandiera si auto compiace con la frase a caratteri cubitali su fondo verde: *"Sulla sicurezza, le parole volano. I numeri restano"*, un grande slogan, non c'è che dire, reso più ficcante dall'elenco delle ore dedicate al controllo degli aeromobili e dalla conclusione: *"tutti numeri che ci portano ad essere tra le compagnie aeree più sicure al mondo"*. Un avviso che non può che rallegrarci, ma...

A parte il fatto che gli ideatori del messaggio potevano citare almeno la fonte della bella notizia (di cui non dubitiamo), ci chiediamo: **e' così' che Alitalia vuol riprendersi fette di mercato?** Il messaggio sottintende: ...le compagnie low cost, invece, non sono altrettanto sicure. E' da anni che ci si arrampica su questa balla; **intanto le compagnie a basso costo continuano a crescere e tenere i prezzi bassi, al contrario della compagnia di bandiera** che si è anche comprata la moribonda low cost Volare Web (con l'inganno, come ha sentenziato il Tar poche settimane fa), senza risultati.

Dubitiamo che l'ennesima campagna pubblicitaria (quanto sarà costata? Un altro milione di euro?) rientri in una strategia sensata. **Anche i bambini sanno che elogiare un prodotto "marcio"** non serve ad ottenere alcun ritorno di immagine, se prima il potenziale cliente non percepisce che il frutto marcio stia rifiorendo; **e' controproducente**, al pari dei mega spot di Trenitalia.

Eppure, evidentemente, i responsabili comunicazione agli ordini del capo Giancarlo Cimoli (quello della mega liquidazione dalle Ferrovie) devono essere convinti che il problema di Alitalia sia di comunicazione. Infatti, come scrive oggi il quotidiano "Libero" (su cui non compare nessuna pubblicità di Alitalia) la compagnia nazionale **starebbe lanciando un proprio quotidiano cartaceo da distribuire a bordo degli aerei. Altri soldi buttati all'aria, altre strategie improvvisate e inconcludenti. Altri costi per i contribuenti che prima o poi dovranno pagare anche queste castronerie.**

Auspichiamo ovviamente che il Governo chiuda tutti i rubinetti finanziari che mantengono artificialmente in vita questa compagnia, e decida senza più indugi -pena la bancarotta fraudolenta- per la propria completa uscita dal capitale azionario.

Domenico Murrone, consigliere Aduc