

Ill.mo Onorevole
Dario Franceschini
Ministro dei Beni e delle Attività culturali e del Turismo

Ill.mo Onorevole
Paola De Micheli
Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti
E, p.c.
al Sindaco di Firenze
Dario Nardella

LORO SEDI

Ill.mi Ministri,

in questi giorni imperversa sui canali Rai e sulle principali reti private italiane lo spot dell'Alfa Romeo inneggiante la capacità "distruttiva" di una velocissima auto color verde acido, che entra nel centro storico di Firenze a tutta velocità, schivando pedoni e ciclisti, facendosi largo tra i vicoli medievali e persone indifese, quasi per dimostrare che, pur in una delle città d'arte più famose del mondo, con l'auto scattante e sportiva si può fare di tutto. Insomma il potere dell'auto è assoluto, a discapito delle persone che animano le strade e dei luoghi d'arte, che possono essere solcati e schivati con destrezza quando l'auto potente penetra fin nel cuore del centro storico.

Un messaggio violento, diseducativo e fuorviante. Incita alla trasgressione delle regole del Codice della strada, quando il tema della sicurezza dovrebbe essere l'obiettivo comune da perseguire **in un Paese in cui si registrano ancora quasi 3.500 morti l'anno per incidenti stradali, con un aumento costante degli utenti deboli nei centri urbani.**

In realtà lo spot sfrutta alcune sequenze di "6 Underground", il nuovo film di Michael Bay che il regista americano ha realizzato per Netflix, e di cui è online il primo trailer.

Visto così, non come "trailer" del film, ma come spot pubblicitario a sé stante, quei trenta secondi sono uno schiaffo alle persone e alle città, non soltanto alla città di Firenze.

Noi intendiamo stigmatizzare quel messaggio e chiedere di interrompere immediatamente la messa in onda sulle reti televisive di quello spot pubblicitario.

Ci dispiace dover constatare, inoltre, che l'Ufficio Italiano del Turismo, come si legge nei titoli di testa del trailer Netflix, abbia concorso a finanziare il film, con l'intento evidente di promuovere il prodotto Italia sul pubblico

internazionale della rete Netflix. Non ci risulta se quell'Ufficio Italiano del Turismo faccia capo al Ministero dei beni culturali, o a qualche altra istituzione finanziata dallo Stato. Certo è che si sarebbe dovuto vigilare per impedire che certi spezzoni del film, inneggianti alla trasgressione e al pericolo, fossero utilizzati a scopo commerciale per promuovere le grandi capacità di un mezzo a motore.

Riteniamo sia scontato, oggi, in Italia, dover prendere un'altra direzione: per questo siamo certi che sarete Voi, in qualità di massimi responsabili istituzionali dei settori competenti, una volta constatato quanto da noi stigmatizzato, ad assumere le necessarie e conseguenti decisioni.

Solo con il Vostro deciso intervento potremo dire di aver fatto un passo significativo verso quel cambio di cultura che tutti noi auspichiamo sul tema della sicurezza stradale e delle persone.

Certi di un favorevole riscontro, auguriamo buon lavoro.

FIAB Onlus, Famiglie senz'auto, Kyoto Club, Alleanza Mobilità Dolce, Rete #vivin strada, Fondazione Michele Scarponi, Fondazione Luigi Guccione, Bike to school, Salvaiciclisti, Italian Cycling Embassy.

Milano, 21 novembre 2019