

IL CASO

# Bike sharing, successo in bolletta «Più pubblicità o sarà tagliato»

di ERSILIO MATTIONI

**B**IKE SHARING a rischio chiusura? «Non è un'esagerazione. Se non risolviamo il problema della pubblicità, il servizio non sarà in grado di vivere in modo autonomo e dovrà essere almeno ridimensionato». Sono le parole di Fabrizio De Pasquale che ieri, presiedendo la Commissione Decoro urbano, ha posto in discussione una modifica al regolamento per la posa dei cartelloni pubblicitari. Motivo: il bike sharing milanese, che ha esordito un anno fa con un finanziamento da 5 milioni di euro stanziato dal governo Prodi, ha bisogno di far quadrare i conti.

**DOPO LA FASE** di start up deve dimostrare di vivere con mezzi propri, ovvero con la pubblicità. Già, ma il regolamento comunale non consente i mega tabelloni in prossimità degli incroci: distanza minima 15 metri. Da ciò la proposta De Pasquale: ridurre la distanza a 7,5 metri, in modo da incentivare gli investitori per quei cento spazi ancora non assegnati. A gestire il bike sharing è Atm, dopo aver vinto una gara d'appalto. Gli



atti ufficiali di quella gara, però, sembrano chiusi in cassaforte. Tanto che ieri Vincenzo Giudice (Pdl) ha polemizzato a più riprese con il collega di partito De Pasquale, sostenendo: «Ho chiesto i documenti un anno fa e non mi sono ancora stati consegnati. Voglio capire cos'è c'è scritto nel contratto, perché se Atm ha accettato certe regole, non possiamo cambiarle». E Basilio Rizzo (Lista Fo) «La distanza dei cartelloni pubblicitari dagli incroci è un fatto di si-

curezza che non può essere messo in discussione per una questione di soldi». A fronte di numeri imponenti (che testimoniano l'utilità del servizio), rimane il problema: come far quadrare i conti? De Pasquale ci ha provato, trovando sponda in uno strenuo difensore del bike sharing, il pd Maurizio Baruffi: «In tutte le città europee il servizio funziona perché i cartelloni pubblicitari sono vicini alle stazioni delle bici. Non c'è altra soluzione»

