



Mendrisio, 29 agosto 2025

Interrogazione

L'anima del commercio: tra necessità e sfacciataggine

La pubblicità è da sempre considerata "l'anima del commercio", uno slogan quasi sacro. Tuttavia, questa massima andrebbe applicata con una certa cautela, specialmente quando si tratta di un tipo di pubblicità che sembra servire esclusivamente gli interessi dei lavoratori frontalieri, e per di più sulle **Autolinea Mendrisiense**. A Mendrisio, come negli altri comuni del Mendrisiotto, abbiamo un rappresentante in seno all'AMSA che, per statuto, dovrebbe tutelare l'interesse di tutta la linea, seguendo il principio del "prima i nostri". Purtroppo, sui mezzi di trasporto dell'AMSA, è apparsa una pubblicità che recita: **"È la svolta per i frontalieri, cambio frs/Euro al miglior tasso"**.

Sembra che all'AMSA interessi solo fare profitto, anche se sappiamo che l'azienda sopravvive grazie al sostegno economico di tutti i comuni. È inaccettabile che una tale sfacciataggine venga mostrata apertamente nei confronti dei residenti, che di fatto sono i veri sostenitori del servizio.

Dopo questa breve premessa chiedo quanto segue:

- In che modo l'AMSA giustifica la scelta di ospitare pubblicità esplicitamente rivolte a un pubblico non residente, come i frontalieri, sui mezzi di trasporto pubblici che sono finanziati anche dai residenti del Mendrisiotto?
- Qual è la politica interna dell'AMSA per la selezione delle pubblicità?
- Come risponde l'AMSA alle preoccupazioni dei cittadini che percepiscono questa scelta pubblicitaria come un'offesa o una mancanza di rispetto nei confronti di chi vive e paga le tasse nel territorio servito?

- Il rappresentante dei comuni in seno all'AMSA era a conoscenza di questa campagna pubblicitaria? Se sì, ha espresso obiezioni o ha sollevato la questione in consiglio?
- In che modo l'AMSA intende bilanciare la necessità di generare ricavi con il suo ruolo di servizio pubblico, che dovrebbe primariamente servire gli interessi della comunità locale?

In fede.

Massimiliano Robbiani

