

Il piano Mirus pagato e smentito

«Non è vero che il Centro commerciale naturale costerà 470mila euro in tre anni e non è vero che ci sono 65mila euro all'anno di spese per il personale... Il piano marketing allegato allo Statuto è indicativo, fornisce solo le linee guida...i conti non sono quelli». Così in coro i consiglieri comunali di Pdl e Pescara futura replicano a Fli che ieri aveva svelato, carte alla mano, i costi che gli operatori del centro commerciale naturale stanno per accollarsi da qui a tre anni. Posto che le cifre pubblicate sono nero su bianco allegate alla delibera, viene da chiedersi - se non fossero vere - perché mai il Comune abbia sborsato 15mila euro più Iva per pagare il piano marketing alla Mirus, scegliendo tra l'altro il preventivo più costoso rispetto a quello di Pomilio Blumm. Ovvero le previsioni di spesa sono realistiche e allora solo un investimento minore può abbattele: spese che sono per un terzo a carico dei soci del consorzio; per un terzo coperti da sponsor e infine da fondi Ue. Sennò, come suggerito nel testo, si può sempre pagare un altro piano marketing.

