

**L'opposizione bocchia i costi troppo alti del progetto di Cardelli realizzato dall'agenzia di comunicazione Mirus su incarico del Comune. L'assessore: rivedrò quelle spese**

PESCARA. I costi stratosferici per la costituzione e la gestione del futuro centro commerciale naturale infiammano il mondo politico pescarese. L'opposizione è sul piede di guerra e minaccia di bloccare in consiglio comunale la delibera contenente lo statuto, cioè l'ossatura della prima società consortile, formata da negozianti, della storia di Pescara. Società che potrà occuparsi anche di investimenti immobiliari, mobiliari e attività finanziarie. Qualche perplessità è giunta ieri anche dalle file della maggioranza e, in particolare, dall'Udc.

Il progetto portato avanti dall'assessore al commercio Stefano Cardelli è finito nella bufera, da quando sono stato reso noto il piano marketing della società, realizzato dall'agenzia di comunicazione Mirus su incarico del Comune, per 18mila euro. Quel piano, già bocciato dalla Confcommercio, prevede una spesa complessiva di ben 470mila euro in tre anni, di cui la metà a carico del Comune e il resto suddiviso tra negozianti, associazioni di categoria ed enti pubblici. Di questa cifra, 195mila euro in tre anni andranno per il personale, 7mila per il sito web, 35mila per la campagna stampa, 24mila per la campagna affissioni, 40mila per la fidelity card, 30mila per le spese amministrative e 45mila per gli eventi.

«Chiediamo una convocazione urgente delle associazioni di categoria in commissione Commercio», ha detto il capogruppo del Pd Moreno Di Pietrantonio, «per ridiscutere l'operazione del centro commerciale naturale, alla luce delle cifre improponibili che sono venute fuori in questi giorni e che vanno a stravolgere gli obiettivi del consorzio di negozi». «L'obiettivo», ha proseguito, «è quello di creare le migliori condizioni per il rilancio del commercio in centro, in competizione con i centri commerciali. Ma non è pensabile spendere cifre del genere».

Dello stesso avviso il capogruppo dell'Idv Adelchi Sulpizio. «Partecipando alla presentazione dell'iniziativa sul centro commerciale naturale», ha spiegato, «il giudizio emerso era abbastanza positivo, perché era stata ipotizzata una struttura di gestione leggera con bassi costi di funzionamento. Le cifre prospettate erano esigue e imparagonabili a quelle di cui oggi si parla. Ciò rende evidente come la vera finalità dell'amministrazione non sia quella di dare un contributo al rilancio del commercio, quanto piuttosto di creare un ennesimo carrozzone pubblico-privato». Intanto, i capigruppo di Fli in Provincia e in Comune Gianni Teodoro e Massimiliano Pignoli, nettamente contrari al progetto di Cardelli, hanno annunciato per i prossimi giorni un'operazione di trasparenza informativa, con la distribuzione agli operatori commerciali di brochure con le copie della delibera, dello statuto e del piano marketing relativi al centro commerciale naturale, approvati dalla maggioranza in commissione consiliare commercio.

L'assessore: rivedrò quelle spese

La giunta pronta a rimodulare l'intervento

PESCARA. «Ammetto che quelle cifre di spesa sono troppo alte e sono pronto a rivederle». Sono le dichiarazioni rilasciate ieri sera da Stefano Cardelli, dopo un'altra giornata di contestazioni, sul progetto del centro commerciale naturale, giunte dall'opposizione e da una parte dei negozianti. Ora, l'assessore è pronto a fare retromarcia, archiviando quel piano marketing del centro commerciale naturale, commissionato alla Mirus e costato all'amministrazione comunale 18mila euro. Nei prossimi giorni convocherà una riunione con tutti gli attori del progetto, ossia Confcommercio, Confesercenti, Provincia, Camera di commercio e presidenti dei consorzi di via per una disamina dell'intero fascicolo dell'iniziativa. «Dunque, non solo il piano marketing, ma tutto il faldone per condividere l'iter e i prossimi passi

dell'iniziativa», ha detto.

Non è finita qui. «Giovedì prossimo», ha proseguito Cardelli, «in commissione Commercio, verranno eletti i due rappresentanti delle forze politiche di maggioranza e il rappresentante della minoranza che, ad interim, in attesa del voto in consiglio comunale, sederanno al tavolo per la stesura definitiva del progetto. Progetto lungamente atteso dal territorio e dalle associazioni di categoria e che mai prima d'ora alcuna amministrazione è riuscita a concretizzare».

Insomma, Cardelli appare disponibile a cambiare le previsioni di spesa del centro commerciale naturale, definite dagli stessi commercianti troppo elevate. E ieri lo ha ammesso anche lui. Nel piano marketing viene indicata una spesa complessiva per i prossimi tre anni di 470mila euro, di cui la metà a carico del Comune e il resto suddiviso tra gli altri soci, cioè consorzi di via, negozianti, associazioni di categoria ed enti.

Persino Ezio Ardizzi, presidente della Confcommercio, una delle associazioni di categoria più rappresentative, ha bocciato le previsioni di spesa. «Chi metterà tutti quei soldi?», si è chiesto Ardizzi, «in queste condizioni il centro commerciale naturale non si farà mai». Qualche perplessità è stata espressa da alcuni presidenti delle associazioni di via e dal capogruppo Udc Vincenzo Dogali. Così, ieri sera, c'è stata un'apertura da parte dell'assessore. «E' emerso», ha spiegato, «che l'ipotesi di spesa, del tutto virtuale, inserita nel piano marketing non è per ora percorribile e allora sarà proprio il tavolo condiviso con gli operatori a decidere cosa fare, come farlo e con quali mezzi».

