

## Consorzio di via, Fli svela le carte«le mani di Mirus sugli incarichi»

Mentre alcune associazioni di via continuano a discutere se entrare a far parte o meno del consorzio del centro commerciale naturale, Fli continua la sua operazione verità attraverso l'analisi del piano marketing allegato alla delibera che dovrà essere discussa in consiglio comunale. «L'assessore Cardelli continua a rassicurare le associazioni di via affermando che il piano marketing è solo indicativo e che nulla è definito in fatto di spese e di programmi - dicono in casa Fli il segretario cittadino Fabio Di Paolo, i consiglieri comunali Pignoli e Bruno e il consigliere provinciale Teodoro -, ma dovrebbe spiegarci come mai in quello stesso piano marketing Michele Russo metta le mani avanti auto-assegnandosi incarichi precisi: c'è scritto infatti che la realizzazione grafica del logo sarà di competenza della sua società Mirus e company, e che lo stesso soggetto si occuperà dell'elaborazione dell'immagine coordinata, dell'assistenza con i necessari supporti comunicativi per la divulgazione del progetto, nonché di una successiva attività di supporto in occasione di seminari, incontri con futuri operatori ed enti coinvolti nell'operazione. I futuri soci sono a conoscenza di questo?» chiede Fli, lasciando intendere che questa lettura è solo un anticipo di una serie di osservazioni sulla delibera per il centro commerciale naturale. Sulla vicenda si mobilita anche il Pd con il capogruppo Di Pietrantonio, che alla luce di quanto sopra e visti i costi ipotizzati da Mirus per il consorzio, dice «no all'ennesimo carrozzone» e chiede «la convocazione urgente delle associazioni di categoria in commissione consiliare commercio».

