

PELLACANI (PDL) CRITICA LA CAMERA DI COMMERCIO

«Marketing territoriale, dov'è?»

«**MARKETING** territoriale: se ne parla tanto, ma a Modena non si fa». La critica arriva dal consigliere del Pdl Giancarlo Pellacani: «La Camera di Commercio ribadisce l'interesse per il marketing territoriale (riassumo più o meno): inteso come non solo turismo, ma anche capacità di un territorio di attrarre imprese e persone e, più in generale, investitori interessati a sviluppare progetti-iniziative, anche - e soprattutto - attraverso la valorizzazione dei settori tipici; per Modena ciò significa in particolare valorizzazione del settore manifatturiero, senza tuttavia trascurare anche tutti gli altri comparti che la connotano (agricoltura, artigianato, commercio, servizi, cooperazione...). Non mi sembra di scorgere novità così diverse e originale dalle precedenti poco fruttuose. Il Palatipico? — chiede Pellacani — La promozione polisensoriale (aiuto! qualcuno mi spieghi cosa significa)? La chiamata in causa delle Fondazioni bancarie modenesi? Chi non inviterebbe al desco chi ha i soldi? Questi i

suggerimenti dello "Studio Mailander"? Che tra l'altro ho cercato sul sito della Camera di commercio senza fortuna (o troppa imperizia). Forse sarebbe il caso di divulgare ai modenesi i suggerimenti contenuti in questo studio, specialmente se ci fosse qualcosa di originale, di più della solita "cabina di regia". A parte la facile e inutile ironia, il marketing territoriale è sicuramente un importante elemento di competitività territoriale, ma ci si dovrebbe anche chiedere come mai a Modena non funziona. Eppure vi è del nuovo come il Museo Ferrari, il Festival della Filosofia, la Pista prove di Marzaglia i prodotti tipici enogastronomici. Abbiamo tutto. Cosa manca per farli funzionare a dovere? Io credo dipenda dall'incapacità di farsi e poi di rispondere alle domande giuste. Forse idee "nuove" ci sono, sicuramente non albergano tra i tanti deputati a queste incombenze, troppo autoreferenziali per essere interessati ad ascoltarle. Ecco un altro ostacolo insormontabile: l'autoreferenzialità».

