Confcommercio Sicilia

Via Emerico Amari 11. - 90139 Palermo (PA)

Tel. 091 323420 - Fax 091 6110891 -

web: www.confcommerciosicilia.it - e-mail: sicilia@confcommercio.it

News

LETTERA APERTA DEGLI OPERATORI DEL SETTORE PUBBLICITA` ALL`AMMINISTRAZIONE DEL COMUNE DI SIRACUSA

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
SIRACUSA

All' Ill.mo

Signor Sindaco Comune di Siracusa
Dott. Giancarlo Garozzo

e.p.c
Assessore Bilancio, Tributi, Patrimonio, Contenzioso
Dott. Gianluca Scrofani

Assessore Politiche scolastiche, Educative, Giovanili, Infanzia, Università, Decoro Urbano, Informatizzazione e Modernizzazione, Pari opportunità, Beni comuni
Dott.ssa Valeria Troia

Assessore Polizia Municipale, Mobilità viabilità e trasporti, Protezione Civile, Decentramento, Rapporti con il Consiglio Comunale
Dott. Antonino Grasso

Assessore Centro Storico (Ortigia, Quartiere Umbertino, Borgata S. Lucia), Beni e politiche culturali, Turismo, Spettacolo, Unesco
Dott. Francesco Italia

Confcommercio Sicilia

Via Emerico Amari 11. - 90139 Palermo (PA)

Tel. 091 323420 - Fax 091 6110891 -

web: www.confcommerciosicilia.it - e-mail: sicilia@confcommercio.it

Lettera aperta degli operatori del settore pubblicità, comunicazione ed innovazione di Confcommercio all`Amministrazione del Comune di Siracusa.

In qualità di operatori del settore pubblicità, comunicazione e innovazione operanti da differenti anni nel comune di Siracusa attraverso aziende e liberi professionisti, guidati da uno spirito costruttivo di sinergia tra amministrazione, associazioni di categoria e imprenditoria, desideriamo porre all'attenzione dell'Amministrazione alcuni punti che crediamo siano fondamentali per concorrere al pieno sviluppo del settore che rappresentiamo, e per indotto, all'economia tutta.

Abbiamo esigenza di regole certe che permettano di fornire medesime opportunità di partecipazione a tutte le aziende del settore, ciascuna con le proprie specificità, in un`ottica di piena trasparenza e sinergia con la pubblica amministrazione. Ci riferiamo, con semplicità e chiarezza, all`affidamento diretto operato, più volte, dall`Amministrazione che se pur legalmente applicabile, potrebbe essere svolto invitando a partecipare tutte le aziende del territorio interessate a presentare i propri preventivi e aderire, così, ad una condivisa opportunità di sviluppo che, ad oggi, non viene assolutamente applicata. Molteplici e di facile applicazione le modalità di individuazione, partecipazione e coinvolgimento rapido, di differenti aziende, attraverso l'iscrizione ad un albo di imprese regolamentato da curriculum e storico aziendale, specializzazione di settore e documentazione aziendale, attraverso il mercato elettronico della pubblica amministrazione, attraverso la comunicazione on line; tutte azioni finalizzate a dare ampia visibilità all'avviso rendendolo effettivamente pubblico.

Immediata la convenienza economica per l'Amministrazione che interessando più soggetti, potrebbe ottenere quotazioni ridotte, una migliore qualità data da competenze specifiche e maggiore guadagno diretto alle casse del Comune nel caso di affidamento di servizi che prevedano lucro.
Ci riferiamo, per portare qualche esempio, all'affidamento diretto degli ultimi servizi di comunicazione quali il restyling del sito web del Comune di Siracusa (affidato nel mese di Dicembre 2014 di cui ad oggi, dopo 6 mesi, non abbiamo ancora visto riscontro), i totem stradali informativi e la pubblicita' dinamica sulle linee di trasporto urbano Siracusa D'amare (opinabile sia dal punto di vista del rinnovo, visto che è stato effettuato il secondo affidamento dopo l'incarico dei primi 6 mesi, alla stessa azienda, che sul valore del canone proposto, a nostro parere, estremamente ridotto) e tanti altri progetti di promozione rivolti a residenti e turisti.

Occorre, inoltre, l'applicazione delle proposte di modifica al "Regolamento sulla pubblicita' del Comune di Siracusa per l`applicazione dell`imposta comunale sulla pubblicita` e del diritto sulle pubbliche affissioni" rimasto aggiornato all'anno 2002, proposte che sono state avanzate e redatte dagli operatori ed ampiamente discusse e condivise dall'assessore al ramo durante il primo tavolo tecnico con il settore innovazione di Confcommercio tenutosi il 22 settembre 2014 e durante altri successivi incontri.
Numerose e importanti promesse che, ad oggi, non hanno avuto alcun seguito nonostante l'applicazione necessaria.
I punti riguardano lo snellimento delle pratiche burocratiche, la redazione di regole certe e condivise con gli operatori del settore per la realizzazione di vetrofanie ed insegne, l'inoltro delle pratiche attraverso procedure web con modulistica predefinita da compilare on line inviata contemporaneamente a Comune, Vigili Urbani e Soprintendenza, l`invio della documentazione tramite posta certificata, le modalità di pagamento tributi con pay pal o carta di credito. Tutte procedure, applicabili agli impianti di pubblicità, all'insegnistica e alla distribuzione dei volantini, che permetterebbero agli imprenditori di poter accelerare la promozione in maniera efficace e far crescere l'economia.
Oggi per affiggere un'insegna, nata allo scopo di segnalare il proprio punto vendita, un imprenditore sostiene un dispendio di tempo enorme per il disbrigo pratiche con costi notevoli e, nonostante tutto, puo' attendere fino ad 1 anno, specialmente quando a dover dare l'autorizzazione interviene anche la Soprintendenza. Un vero e proprio calvario che provoca grossi danni per l'economia cittadina e favorisce l'abusivismo con mancanza di importanti entrate nelle casse del Comune. Tutto risolvibile, in questo caso, semplicemente stilando un regolamento, piu' volte richiesto ed atteso, ma mai realizzato che regoli in maniera chiara le norme, i criteri, i materiali ed i colori di realizzazione delle insegne con un adeguamento ai principali comuni italiani ed un conseguente allineamento che il Comune deve richiedere con estrema urgenza anche alla Soprintendenza , la quale non possiede alcun regolamento pubblico ma semplicemente un parere variabile ad personam.
Ed è, anche, d'obbligo che il nuovo piano sulla pubblicità preveda un adeguamento del regolamento alle nuove tipologie di pubblicità passando attraverso forme di pubblicità, utilizzate abitualmente nei rimanenti comuni d'Italia, dalle formule di guerrilla marketing ai totem multimediali fino agli impianti innovativi e tecnologicamente avanzati con tariffe adeguate alle differenti tipologie proposte. Tutte azioni di pubblicità che oggi, frutto di una normale evoluzione del settore, non essendo incluse in un piano redatto nel lontano anno 2002, non possono essere attuate.

Strettamente correlato al regolamento sulla Pubblicità diventa il Piano Urbanistico del Traffico e della Mobilità ed il Piano Urbanistico Commerciale, promessa di redazione sottoscritta dal Sindaco Garozzo durante la sua campagna elettorale nei

confronti di Confcommercio in data 25 Maggio 2013.

Nulla di difficile applicazione ma di grande vantaggio per dare impulso all'economia cittadina. E' indispensabile che l'amministrazione si confronti dal punto di vista tecnico con tutti gli operatori del settore perchè l'unico criterio di crescita è mettere in campo le competenze, seguire delle regole da tutti condivisibili e dare spazio alla meritocrazia. Rinnoviamo, come già rappresentato dal 2014 ad oggi, durante gli incontri con i rappresentanti del settore e le Associazioni di categoria la piena disponibilità degli operatori del settore pubblicità, comunicazione ed innovazione ad offrire gratuitamente la propria consulenza all'Amministrazione per un tavolo stabile di confronto che deve essere sviluppato in maniera preventiva e, a questo punto attivato immediatamente, con l'obiettivo di formulare un nuovo piano di regolamentazione ed azioni di accesso alla cosa pubblica adeguate all'innovazione, allo sviluppo del mercato, alla semplificazione burocratica, all'aggiornamento con le nuove azioni di comunicazione ed alla partecipazione trasparente.

Siracusa, 4 settembre 2015

Il Presidente

Pietro Gennaro
Innovazione & Comunicazione di Confcommercio