

LA POLEMICA Incarico esterno in ambito comunicazione del Comune

## «Risparmiate 20mila euro»

*Olivieri: «Una spesa non necessaria in tempo di crisi»*

Ventimila euro in spese di comunicazione. Scelta che può essere discussa e discutibile, e infatti il consigliere comunale Matteo Olivieri (foto) di Reggio a cinque stelle ne approfitta per chiedere sobrietà all'amministrazione: «Alcune singole campagne informative del Comune colpiscono per l'efficacia, come quella recente per la Settimana europea della Mobilità Sostenibile (bambino con scudo per educare ad andar piano nelle zone 30), perseguendo importanti strategie di comunicazione e di educazione dei cittadini. Non sto facendo ironia, la campagna in questo caso è veramente azzeccata. Ognuna di queste campagne è pagata ad hoc con apposita determina del dirigente, nell'ambito di ciascuna iniziativa. Sapere che, oltre a queste spese, pe-

ro' se ne aggiungono due per «strategia di comunicazione, definizione modelli e stili di linguaggio, tipologie di azioni e strumenti efficaci ed efficienti per il raggiungimento adeguato di tutti i target» e per un relativo manuale, ci sembra davvero troppo».

«E' il contenuto di due determine dirigenziali - scrive Matteo Olivieri - entrambe del 10 maggio 2010, che affidano ad uno studio di Bologna, Jack Blutharsky Group srl, una consulenza che, in tempi di crisi, è davvero da evitare. L'Ufficio interessato alla consulenza, «Comunicazione, Relazioni Esterne E Marketing», si occupa di comunicazione dell'Ente, Comune Informa e centralino, rapporto con organi di stampa, laboratorio di grafica ed eventi istituzionali. Crediamo - conclude Matteo Olivie-



ri - che i soldi già spesi per le singole iniziative possano essere sufficienti, e che in un momento di crisi ci si debba arrangiare a sfruttare le risorse interne, comprando due libri o qualche rivista di aggiornamento che, certo, costano meno di una consulenza per curare l'immagine del Comune».