

UN BANDO PISU "IMPROPONIBILE" QUELLO SULLA PROMOZIONE TURISTICA

Forti perplessità tra le agenzie locali e nazionali per la gara da 1,5 milioni di euro indetta dal Comune di Matera

Suscita forti perplessità, tra gli operatori della comunicazione locali e nazionali, il bando Pisu del Comune di Matera per "l'affidamento di attività e servizi di comunicazione e promozione verso l'esterno e supporto ad iniziative di attrazione turistica della Città". Un bando che risulta fortemente ispirato ad un analogo documento di tre anni fa della Regione Campania (Cfr. "Bollettino Ufficiale della Regione Campania n° 22 del 19 maggio 2003 - REGIONE CAMPANIA - POR Campania 2000-2006 - Bando Di Gara - Appalto Concorso ex Art. 6 comma 1, D.lgs n°157/95 e s.m.i. Affidamento della ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e di servizi di Direct e Trade Marketing per la promozione Turistica della Regione Campania; importo a base d'asta 20 milioni di euro).

La visione d'insieme "ispirata" appare pertanto misurata su un territorio significativamente differente per offerta e per domanda turistica (si fa riferimento, ad esempio, al "turismo religioso" che a Matera certo non esprime gli stessi tangibili potenziali delle numerose esperienze campane; inoltre, i "tradizionali mercati della domanda regionale campana, Italia, Gran Bretagna e USA, paesi di lingua tedesca" sono stati *sic et simpliciter* adottati anche nella valutazione strategica del nostro territorio). Per lo più, il bando della Città dei Sassi - che prevede un cospicuo importo a base d'asta (1.500.000 euro) - raramente coglie i numerosi nuovi spunti di mercato con cui gli operatori del turismo e della comunicazione del capoluogo lucano ormai si cimentano già da alcuni anni.

Un altro aspetto piuttosto deludente riguarda la rigorosa limitazione per l'accesso alla gara. Il bando prescrive che "chi intende partecipare deve aver realizzato, negli ultimi tre anni, un volume di affari globale relativo a servizi di comunicazione e pubblicità non inferiore a € 1.500.000." Stiamo parlando di cifre stratosferiche, di certo non alla portata delle agenzie pubblicitarie materane o lucane. Ciò significa che tutte le professionalità locali, potenzialmente interessate a questo bando - come grafici, web designer, agenzie di comunicazione, fotografi, studi di produzione video, consulenti di marketing, designer, tipografi, webmaster, web content, ma anche artigiani o imprese interessate a produrre merchandising - sono tagliate fuori.

Ciò nondimeno, per quanto il bando possa sembrare fatto ad hoc per le grandi multinazionali della comunicazione - dal momento che obbliga i partecipanti ad "aver realizzato o di avere in corso la realizzazione, negli ultimi tre anni almeno tre programmi di comunicazione/pubblicità a livello nazionale e/o in altri paesi membri della comunità europea" - in realtà sembra non interessare nemmeno alle più accreditate agenzie perché, a fronte di una copiosa pretesa di prestazioni, il budget risulta decisamente irrisorio rispetto agli standard del settore.

E' chiaro che questo bando avrebbe dovuto essere progettato ex novo e non "riassetato" adeguando il lavoro al denaro disponibile. E' anche evidente che la

professionalità delle grosse agenzie internazionali è necessaria ed anzi fortemente gradita per la crescita del territorio; tuttavia, la profonda conoscenza della realtà materana è invece radicata negli operatori locali, che quindi avrebbero potuto giocare un ruolo progettuale ed esecutivo decisamente non marginale.

Infine, il paradosso: lo stesso bando che salta a piè pari il confronto con le professionalità locali recita testualmente che l'azione deve mirare a "far crescere la consapevolezza delle potenzialità del territorio negli operatori economici e nella Comunità Locale": un obiettivo nel quale l'Amministrazione dimostra di essere la prima a non credere.

Perché il Comune di Matera non ha redatto un piano calibrato sulle reali esigenze del territorio materano ed uno studio di fattibilità economica, anche consultando gli operatori locali?

Matera, 26 luglio 2006

Antonello di Gennaro Photographer
Creanimation Studios
Exent
Karma viaggi
Martemix Press & Design
Officinae Marketing Management
Phibrilla
Pixel Design
Publigráfica Associati
Resolvis
RVM Service
Selecta

P.S.

Il presente comunicato è stato inviato al Sindaco di Matera e alle associazioni professionali di categoria.

Ufficio Stampa



via Passarelli 99 75100 Matera

0835/333321 333/8647076 info@martemix.com www.martemix.com