

Sicurezza e legalità il Comune cerca sponsor per lanciare nuove campagne

ALESSANDRA CORICA

La città Dai brand contraffatti ai volontari della Protezione civile: caccia agli investimenti privati per le iniziative dei vigili Una catena di supermercati che vuole contribuire a una campagna contro la **contraffazione alimentare**. Oppure un brand del fashion o del lusso che vuole sottolineare l'importanza di combattere il mercato nero di abiti, borse e scarpe "fake", che imitano quelli di alta moda. O, ancora, un'associazione che vuole aiutare il reclutamento di volontari per la Protezione civile. Gli esempi sono tanti, il succo sempre lo stesso: il Comune avvia, per la seconda volta in pochi giorni, la caccia a sponsor privati. Dopo la decisione di chiedere ad aziende o imprenditori di contribuire al potenziamento dei mezzi pubblici, stavolta Palazzo Marino si concentra sul fronte sicurezza. E legalità: l'idea è infatti quella di pubblicare dei bandi, rivolti ad aziende, imprenditori o enti privati, che vogliono investire nelle campagne di comunicazione o negli eventi organizzati dalla polizia locale. In cambio, l'investitore avrà un ritorno pubblicitario, e potrà definirsi "sponsor" del Comune nelle sue stesse campagne pubblicitarie. Gli inglesi direbbero "win-win", "vinco io, vinci tu". Perché è questo, alla fine, il senso dell'iniziativa del Comune, approvata due giorni fa in giunta su proposta della vicesindaca e assessora alla Sicurezza Anna Scavuzzo: da un lato, c'è l'azienda che investe nei progetti del Comune, e in cambio può vantare il titolo di "sostenitore" di Palazzo Marino. Dall'altro lato c'è l'amministrazione, che in tempi di coperta sempre più corta, riesce a trovare in modo alternativo i fondi necessari a concretizzare i suoi progetti. Del resto, lo si legge anche nel documento approvato: « Negli ultimi anni, l'azione della pubblica amministrazione ha notevolmente risentito degli effetti della congiuntura economica, che ha comportato da un lato una continua riduzione dei trasferimenti statali, destinati a finanziare le attività istituzionali, e dall'altro l'attivazione da



no quali che ora i volontari sono...
 Il progetto prevede...
 Si potrà recuperare il business casalingo che sorgerà intorno ai corsi d'acqua...
 Il Comune...
 La giunta...
 Il progetto...
 Si potrà recuperare...
 Il Comune...
 La giunta...

parte degli enti locali di progressive iniziative per incentivare una maggiore collaborazione con soggetti pubblici e privati, al fine di soddisfare le attese crescenti del cittadino-utente ». Di qui, quindi, l'idea di appellarsi a chi, nella "ricca" Milano, ha a disposizione dei fondi: aziende, fondazioni private, imprenditori. Come? Il Comune ha appena approvato le linee guida, e in base a queste a breve farà i primi bandi. Ognuno sarà legato a un progetto specifico: per esempio, una campagna contro il cyberbullismo, per sensibilizzare i giovani e le famiglie sul tema. Chi parteciperà al bando, allora, si impegnerà a versare un tot per sovvenzionare la campagna: in caso di più offerte per lo stesso progetto, vincerà quella con l'offerta economica più alta. L'obiettivo è quello di riuscire a trovare degli sponsor disposti a finanziare il 100 per cento di ciascun progetto: in generale, però, potrà essere possibile anche un contributo solo parziale. E, in base alla cifra versata, aumenterà o diminuirà il ritorno pubblicitario per il privato che decide di mettere mano al portafogli e sponsorizzare il progetto comunale. Che potrà essere anche un evento, come per esempio il progetto "Ghisalandia", organizzato dalla Municipale e destinato alle scuole: si tratta di un "circuitino trasportabile", corredato da segnaletica, pensato per fare esercitazioni e insegnare ai ragazzi le basi del codice e della sicurezza stradale. «Per alcuni comportamenti, una campagna di comunicazione e informazione può essere molto efficace, ma serve calibrare il messaggio su chi vogliamo che lo recepisca - dice la vicesindaca Scavuzzo - . Penso per esempio ai comportamenti potenzialmente pericolosi da parte di chi guida, o agli anziani che subiscono truffe. Ci sono anche importanti campagne per promuovere l'adesione come volontario alla Protezione civile: con dei partner potremmo raggiungere dei risultati migliori». © RIPRODUZIONE RISERVATA L'idea è di pubblicare bandi per aziende, enti o imprenditori che vogliono investire in comunicazione o eventi I punti La ricerca di fondi privati per trasporti e legalità 1 Autobus e tram La giunta Sala ha dato il via libera ai privati per chiedere e ottenere il potenziamento di bus e tram. Mettendo mano al portafogli: gli esempi sono quelli del Magnolia, che chiedeva bus notturni nel weekend, e dell'Humanitas che chiede il prolungamento del tram 15 2 Le campagne dei ghisa Il secondo step di Palazzo Marino è chiedere ad aziende e imprenditori di sovvenzionare le campagne dedicate a sicurezza e legalità realizzate dalla polizia locale. In cambio, i finanziatori diventeranno sponsor e potranno avere un ritorno pubblicitario Le iniziative Rientrerà nei bandi del Comune la possibilità di promuovere l'adesione come volontario della Protezione civile.