



CONFINDUSTRIA

Marche | Ancona | Ascoli Piceno | Fermo | Macerata | Pesaro Urbino

Rassegna stampa

Rassegna stampa UIF

Dal 07/01/2017 Al 09/01/2017

La Selezione Stampa che state consultando e' una estrapolazione delle informazioni presenti nel Servizio "Press Release" del Sistema Infodata (<http://www.sistemainfodata.it>).

Per ogni necessita' potete inviare una e-mail a: staff@sistemainfodata.it

Grazie per aver scelto Infodata.

Realizzato da

INFODATA
the content providing company

FERMO

2017/01/07

- (Corriere Adriatico) MONTEGRANARO Calzatura, tornano le grandi fiere Ma le incognite sono ancora tante (pag.1)
- (Il Resto del Carlino) Consiglio provinciale, si parte (pag.3)
- (Il Resto del Carlino) Don Franco: «Le Marche diventino un laboratorio» (pag.4)

2017/01/08

- (Corriere Adriatico) PORTO SANT"ELPIDIO Nuove rotatorie da arredare Si cercano imprenditori (pag.5)
- (Corriere Adriatico) MONTEGRANARO "Le aziende investano sul marchio e nel retail" (pag.6)
- (Il Resto del Carlino) PORTO SANT"ELPIDIO Casello, la rotonda 'calza" Loriblu (pag.7)

2017/01/09

- (Corriere Adriatico) PORTO SANT"ELPIDIO Ultimo saluto a Yvonne Una vita per la moda (pag.8)
- (Corriere Adriatico) La fusione non piace alla riviera (pag.9)

Calzatura, tornano le grandi fiere Ma le incognite sono ancora tante

La scarpa fermiana si confronta con le altre produzioni e ha la necessità di raccogliere ordini

IL MERCATO

MONTEGRANARO Arrivano le fiere: la scarpa fermiana si confronta con le altre produzioni ma con la necessità di raccogliere ordini. Come al solito, gennaio propone un fitto calendario di appuntamenti. Si parte martedì 10 con il Pitti Immagine Uomo a Firenze (fino a venerdì 13). Saranno 18 le imprese fermiane presenti, la stragrande maggioranza calzaturiere. Sono aziende di fascia alta che realizzano un prodotto di qualità e rappresentano il punto di riferimento per la scarpa da uomo.

Expo Riva Scvuh

Il distretto è interessato solo marginalmente dalla fashion week maschile che si svolgerà a Milano dal 13 al 17 mentre saranno circa una trentina le imprese che esporranno i propri prodotti alla Expo Riva Scvuh in calendario dal 14 al 17 a Riva del Garda, manifestazione dedicata alla scarpa di volume, di fascia media e medio bassa con visitatori provenienti soprattutto dalla Germania e dai Paesi del Centro e Nord Europa. A Berlino dal 17 al 19 gennaio ci sono contempo-

raneamente Premium, Panorama, Bright, Show&Order, Seek e Ethical Fashion Show.

Un sistema fieristico emergente dove ogni salone propone un total look (abbigliamento, calzatura e accessori) secondo un criterio moda e di prezzo. Con un solo biglietto si possono visitare tutte (il collegamento tra le varie location è garantito dai bus navetta) per una formula che ogni anno conquista sempre più espositori e visitatori, anche a causa delle difficoltà della Gds di Düsseldorf.

A Panorama Berlin esporrà per la terza volta la Ma.Bi. che produce il brand Noclaim (uomo e donna).

Bene Panorama

«Eravamo interessati a manifestazioni strutturate in maniera diversa rispetto a quelle classiche solo calzaturiere. Manifestazioni capaci di offrirci un orizzonte e una clientela più ampia e abbiamo trovato Panorama la più interessante per noi»

La prima destinazione non è la Russia come è accaduto per anni ma gli Stati Uniti

ha detto Marica Bigioni. «Un altro aspetto interessante riguarda la tempistica di questi saloni. Panorama è la prima fiera della stagione per cui torni a casa con i pareri e le impressioni sulla collezione e in questo modo hai tempo disponibile per apportare eventuali modifiche prima che inizi la campagna vendita. Quali differenze con altre manifestazioni fieristiche? Abbiamo notato che il visitatore del Panorama è più preparato e pronto ad apprezzare modelli particolari. Inoltre dobbiamo dire che la nostra azienda è rivolta ai mercati del Nord Europa ed è quelli che troviamo al Panorama».

Si torna a Firenze

Dal 19 al 21 gennaio si torna a Firenze con il Pitti Bimbo. Una decina le imprese fermiane interessate da un salone che replica la manifestazione dell'uomo ma riservata al childrenswear.

A febbraio si prospettano altri viaggi per gli imprenditori calzaturieri fermiani: a Seoul (dal 1 al 3) e poi a Tokyo (7 - 9), stessa data in cui si svolgerà la Gds a Düsseldorf. Poi theMicam a Milano (12-15 febbraio) e la sferza negli States a Las Vegas dal 21 al 23. Nelle stesse date a Fieramilano Rho, arriva l'edizio-

Il punto

Si fatica ad adattarsi alle richieste

«La speranza è che la Russia cominci di nuovo a comprare Made in Italy. «Italia debole, Russia che stenta, Cina che rallenta. I mercati non ci sono» lamenta Melchiorri. I mercati sono uguali per tutti e allora perché la calzatura marchigiana sta peggio in Italia? «Nelle Marche la crisi russa incide più che altrove. Inoltre le piccole aziende soffrono più delle grandi e nelle Marche la percentuale di piccole imprese è più alta rispetto ad altri distretti» ha replicato Melchiorri. A detta di alcuni imprenditori calzaturieri extramarchigiani va aggiunto anche la minore capacità di interpretare le esigenze del mercato. Insomma la scarpa marchigiana fa fatica ad adattarsi alle attuali richieste dei consumatori. Ecco perché lo stesso Melchiorri ha parlato di «grandi cambiamenti nelle imprese».



ne di Lineapelle che presenta i campionari per l'estivo 2018.

Il mercato

Le fiere servono per catturare nuovi clienti. Per il presidente di Confindustria Fermo Giampietro Melchiorri: «I calzaturifici fermiani sono alla forsennata ricerca di nuovi mercati per compensare le mancate esportazioni in Russia».

Nel primo semestre 2016, ultima rilevazione Assocalzaturifici, la prima destinazione della scarpa fermiana non è la Russia, come è accaduto per anni, e non è nemmeno un mercato tradizionale come quello tedesco (che pure ha fatto registrare un incoraggiante +9,6% rispetto ai primi sei mesi del 2015) ma gli Stati Uniti. Per tutti gli operatori locali gli Usa rappresentano però una destinazione difficile e quasi impossibile per le piccole e medie imprese fermiane. Per sfondare negli States occorrono grossi investimenti necessari per allestire una rete vendita efficiente per una distribuzione efficace. Occorre un brand forte, comunicazione e marketing, qualità che non si trovano spesso in una Pmi marchigiana.

Massimiliano Viti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Consiglio provinciale, si parte

Lunedì l'insediamento: Canigola studia le sue prime mosse

NELLA SOSTANZA, si lavora già da qualche giorno, nella totale continuità, ufficialmente però il nuovo consiglio provinciale si insedia lunedì prossimo, con una seduta che si apre alle 15,30, alla presenza della presidente della Provincia, Moira Canigola, eletta con le elezioni di secondo grado domenica 18 dicembre. Sui banchi di consigliere siedono Stefano Pompozzi, Alessio Terrenzi, Aronne Perugini, Adolfo Marinangeli, Pierluigi Malvatani, Gionata Borraccini, Cristian Falzolgher, Giovanni Palmucci, Alan Petrini e Giorgio Famigliani. All'ordine del giorno della riunione è prevista la convalida degli eletti, il giuramento del Presidente, e le comunicazioni che il Presidente renderà sull'attuale momento della Provincia di Fermo, alla luce del contesto normativo che vede riconosciute alla Provincia funzioni fondamentali di indubbio rilievo. Nella sostanza, la vigente disciplina attribuisce alla Provincia un ruolo significativo in questioni rilevanti per lo sviluppo del territorio provinciale, come l'ambiente, il trasporto pubblico locale, la gestione dell'edilizia scolastica e la programmazione della rete scolastica, la pianificazione territoriale provinciale di coordinamento, la viabilità provinciale, la stazione



IN SELLA La nuova presidente della Provincia di Fermo Moira Canigola

unica appaltante, le pari opportunità che dovranno essere gestite in un rapporto di stretta sinergia con i Comuni. «Con l'applicazione delle norme contenute nella Legge n. 56/2014, afferma la Presidente Moira Canigola, si apre una stagione nuova di collaborazione con i Comuni che dovranno fortemente concorrere alla definizione di un assetto ordinamentale in grado di valorizzare le migliori

qualità della nostra Provincia, confermando quel rapporto di stretto collegamento che la Provincia di Fermo e tutti i Comuni hanno sperimentato nel corso delle precedenti legislature».

A QUESTO proposito la Presidente Canigola rimarca la significativa scelta compiuta dal legislatore di prevedere, tra i nuovi organi della Provincia, l'Assemblea

IN PILLOLE

Gli eletti

Il primo punto all'ordine del giorno dell'assemblea in programma lunedì alle 15.30 riguarda proprio la convalida degli eletti alle elezioni andate in scena due settimane fa

Le funzioni

La Provincia continua ad avere competenze in materie come l'ambiente, il trasporto pubblico locale, l'edilizia scolastica e la pianificazione territoriale

dei Sindaci alla quale la legge attribuisce direttamente delle specifiche competenze. Per condividere queste finalità e per iniziare un percorso condiviso, la Presidente Moira Canigola ha invitato i Parlamentari eletti nella Provincia di Fermo, il Prefetto, i Sindaci, i Consiglieri Regionali eletti nella Provincia di Fermo, alla riunione di insediamento del Consiglio Provinciale.



L'INTERVENTO**Don Franco:
«Le Marche
diventino
un laboratorio»**

LE MARCHE possono diventare un gran laboratorio sociale a partire dai giovani, dagli adulti che li affiancano concretamente, sul modello della comunità di Capodarco, che ci mette tutta la sua idealità, nella concretezza delle cose già in atto. È il pensiero di Don Franco Monterubbianesi che nei giorni scorsi ha incontrato proprio a Fermo tante persone provenienti da diverse esperienze del terzo settore per discutere insieme di una nuova progettualità. L'occasione l'ha offerta la ricorrenza dei 50 anni della nascita della comunità di Capodarco, secondo don Franco oggi la sfida riguarda il futuro dei giovani ed in particolare di quelli che vivono nell'area del cratere sismico. Don Franco ha presentato una progettualità plurima che ha come capisaldi tre strutture: il Palazzo Monti di Servigliano, che ha già una sua vocazione per le attività di cooperazione internazionale, il Palazzo Monti di Santa Vittoria che invece può diventare il luogo della formazione dei giovani e San Ruffino di Amandola che potrebbe avere divenire il luogo del lavoro dei giovani. Il primo ad intervenire su stimolo di Don Franco è stato Roberto Mancini dell'Università di Macerata che ha introdotto il suo intervento facendo riferimento ad una necessaria svolta della politica che esprime, purtroppo, un vuoto etico e che tende ad impoverire la società e a far crollare le sue basi sociali. Ricostruire la politica significa ripartire dalle forme politiche realizzate con l'attivazione dei liberi cittadini, nella cura per il bene comune. Capodarco, secondo Mancini, ha nel proprio Dna questo concetto di organizzazione della politica poiché ha creato spirito di comunità. Sul tema della comunità, Don Franco ha ricordato la lunga battaglia che la Comunità di Capodarco sulla legge sul «dopo di noi»: una legge che va a soccorso di circa 250.000 disabili che rischiano di rimanere soli, dopo la morte dei loro cari.



Nuove rotatorie da arredare Si cercano imprenditori

Il Comune rilancia: «Porte aperte a tutti
La prima convenzione firmata Loriblu»

IL PROGETTO

PORTO SANT'ELPIDIO Arredo delle rotonde: si parte. La prima convenzione è con Loriblu. Lo dice il sindaco Franchellucci che oltre ad annunciare la convenzione con Loriblu fa sapere che sono disponibili altre rotonde e lancia un appello alle aziende del territorio spronandole a seguire questo esempio. «Porte aperte - dice Franchellucci - a chi vuole legare il suo marchio alla nostra città».

La convenzione

Sarà approvato in giunta la prossima settimana il primo schema di convenzione per l'arredo di una rotonda della Città di Porto Sant'Elpidio. Si tratta della rotonda all'uscita del casello della A14. Ad arredare e gestire lo snodo stradale sarà, come ha annunciato il sindaco,

l'azienda Loriblu. Dal 2014 l'amministrazione guidata dal sindaco Franchellucci ha cercato di valorizzare le rotonde della città mettendo a bando l'arredo, la gestione e la valorizzazione economica, ma le evidenze pubbliche sono andate deserte. Per questo motivo l'amministrazione è stata legittimata a scendere a trattativa privata per raggiungere lo scopo.

«La Loriblu si è resa disponibile ad arredare e gestire la rotonda all'uscita della A14 - commenta il primo cittadino - la stessa riporterà la scritta Città di Porto Sant'Elpidio e sarà ben visibile provenendo dal casello, sia di giorno che di notte con

**La prossima settimana
sarà approvato
in giunta lo schema
di convenzione**

una particolarissima illuminazione. Negli altri tre lati il logo dello sponsor che gestirà interamente la realizzazione, l'arredo e la gestione della stessa rotonda per i prossimi anni».

Porte aperte

Sulla scorta di questa prima convenzione il sindaco rilancia per l'arredo e la gestione delle altre strutture ancora disponibili: «Il nostro obiettivo non è quello di fare casa, non si chiede alcun canone annuo. Il nostro obiettivo è quello di arredare e abbellire le nostre rotonde nei punti viari più strategici per la nostra città. Per questo motivo porte aperte a tutti coloro che, come ha fatto l'azienda Loriblu, ci vorranno sottoporre proposte di arredo delle altre rotonde non ancora allestite».

Gli obiettivi

Si segue la strada già avviata con successo in altre realtà. Avere uno sponsor per le rotonde consentirà all'amministrazione di sgravarsi di spese importanti e nello stesso cogliere gli obiettivi di arredare e abbellire questi snodi viari della città. L'appello dunque è rivolto a tutte le aziende del territorio affinché prendano esempio di ciò che ha fatto Loriblu e si propongono per arredare e gestire altri rondò.

r.f.

Il punto

Migliorare l'aspetto di quattro rondò

«Sono quattro, per ora, le rotonde in cerca di uno sponsor. E l'amministrazione comunale non fa mistero sul fatto che punta ad affidarle ad altrettante aziende. Una novità per Porto Sant'Elpidio che sta cercando di seguire la strada già praticata da altri comuni con successo. Franchellucci ci prova a migliorare l'arredo dei rondò e scommette sui privati.



«Le aziende investano sul marchio e nel retail»

LA CRISI

MONTEGRANARO «Le aziende calzaturiere locali devono investire nel marchio e nel retail». A sostenerlo è Fabio Tronchetti, ex amministratore delegato di Bata Europe ed ex ceo di Bata Italia, che conosce bene il tessuto imprenditoriale locale visto che prima del Duemila, e quindi prima dell'avvento della concorrenza cinese, acquistava circa 9 milioni di paia dalle Marche.

Una quota che si è ridotta a circa un terzo nel 2010, per scendere ancora al giorno d'oggi. Lo stesso Tronchetti ha evidenziato i cambiamenti che il mercato ha compiuto. Prima contava moltissimo il

Per il manager l'impresa più grande ha più risorse da spendere per il proprio cambiamento

rapporto qualità prezzo del prodotto mentre ora hanno acquisito sempre maggiore importanza il servizio al cliente, la presentazione del paio di scarpe, l'innovazione e un marchio specializzato.

Le fiere

Prima si vendeva attraverso le fiere e si realizzavano due collezioni l'anno, quella destinata alla primavera/estate e quella per l'autunno/inverno. Si faceva affidamento su negozi indipendenti, oggi, soprattutto per la fascia media di prodotto ci sono le grandi catene, cresco-

no gli shopping mall e le vendite on line. C'è anche il dominio del fast fashion dei marchi come Zara, Primark, H&M che rubano vendite di scarpe al negozio specializzato, il quale deve fare i conti anche con il negozio di articoli sportivi per quanto riguarda le sneaker.

La dimensione aziendale

Ma uno dei problemi principali per adeguarsi a ciò che richiede il mercato è la dimensione aziendale. «Piccolo è bello ma grande è più efficiente» è lo slogan di Tronchetti. Secondo il manager l'azienda più grande ha più risorse da spendere per il proprio cambiamento, per investire sul brand, sulla distribuzione, per sviluppare il canale on line, per il retail, ecc. Quelle Fermane sono troppo piccole: che fare? Tronchetti indica tre strade possibili da percorrere: la grande impresa che incorpora la piccola, le aziende che si mettono in rete oppure dividere completamente la produzione dalla distribuzione, le piccole producono e le grandi commercializzano.

Bisogna cambiare

Quello che è certo è che le imprese fermane devono cambiare se vogliono riuscire ad interpretare le nuove e modificate abitudini di consumo. Devono fare qualcosa per superare quelle difficoltà (sanzioni, burocrazia, pressione fiscale, ecc.) che indubbiamente esistono ma che troppo spesso si trasformano in un alibi per l'insuccesso. Per il presidente di Confindustria Fermo Giam-

Il punto

Non è vero che più scarpe si presentano e maggiori sono le possibilità di vendite

● Secondo Tronchetti, fatto 100 il costo della filiera della scarpa: 40 euro sono i costi del produttore e 60 del retailer. I primi 40 euro sono così suddivisi: 25 euro per la produzione, altri 15 euro sono gli oneri accessori (5 euro per le spese generali, 2 euro per i trasporti e le assicurazioni, 3 euro per il marketing e le vendite) e 5 euro per il profitto aziendale. Per i 60 euro del retailer, 10 euro per l'affitto del negozio, 12 euro per il

costo del personale, 2 euro per le spese di logistica, 3 euro per il marketing, 6 per le spese generali, 7 il profitto del retailer e 20 sono gli sconti. Su queste voci l'azienda deve avere il controllo e cercare di ridurre i costi. C'è anche chi propone di contenere i costi delle collezioni «perché non è vero che più paia si presentano e maggiori sono le vendite» per cui occorre realizzare una collezione giusta anche quantitativamente.

pietro Melchiorri le aziende fermane stanno già cambiando ma è chiaro che ci vuole ancora qualcosa in più.

«Se siamo piccoli dobbiamo presentarci belli» è la risposta dello stesso imprenditore calzaturiere di Montegrano che indica la strada: aumentare la qualità dell'impresa. «Non parlo di prodotto quanto di tutto il resto: del marketing, del web, dei servizi, ecc. E' qui che dobbiamo puntare. E in questo momento particolare è necessario che ogni imprenditore controlli l'andamento della propria azienda in maniera frequente e approfondita. I margini sono ridottissimi e bisogna controllarli bene».

Massimiliano Viti



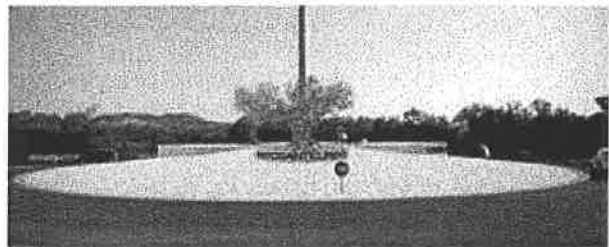
PORTO SANT'ELPIDIO NUOVO ARREDO DI FRONTE ALLO SVINCOLO AUTOSTRADALE Casello, la rotonda 'calza' Loriblu
Il sindaco: «Porte aperte a chi vuole legare il marchio alla città»

- PORTO SANT'ELPIDIO -

L'USCITA del casello autostradale di Porto Sant'Elpidio sarà completamente griffata Loriblu: non solo l'azienda è a due passi dallo svincolo, adesso ha deciso di legare ulteriormente il suo marchio alla città di appartenenza, arredando la rotonda posta proprio di fronte al casello. Lo schema di convenzione sarà approvato in giunta la prossima settimana e nel dare notizia di questa novità, il sindaco Nazareno Franchellucci comunica che «altre rotonde sono ancora disponibili. Porte aperte a chi vuole legare il suo marchio alla nostra nostra città». Intanto, l'esordio in questo tipo di operazione è toccato alla Loriblu

di Annarita Pilotti e Graziano Cuccù. È dal 2014 che l'amministrazione Franchellucci ha cercato di valorizzare le rotonde della città mettendo a bando l'arredo, la gestione e la valorizzazione economica, ma i bandi di evidenza pubblica che erano stati pubblicati, sono andati tutti deserti. Così, era cambiata la strategia: «L'amministrazione era stata legittimata ad andare a trattativa privata per ottenere lo stesso scopo» spiega Franchellucci.

«LA LORIBLU si è resa disponibile ad arredare a gestire la rotonda all'uscita dell'A14, dove sarà riportata la scritta Città di Porto Sant'Elpidio che sarà ben visibile provenendo dal casello, sia di gior-



no che notte grazie a una particolare illuminazione. Negli altri tre lati, ci sarà il logo dello sponsor che gestirà interamente la realizzazione e i costi dell'arredo della rotonda nei prossimi 10 anni». La strada è stata aperta e ora il sindaco spera che altri seguano l'esempio della Loriblu: «Il nostro obiet-

tivo non è quello di fare cassa, non chiediamo alcun canone annuo. Vogliamo solo abbellire le nostre rotonde nei punti viari più strategici della città. Per questo, siamo disponibili ad accogliere tutti coloro che ci vorranno sottoporre proposte di arredo per le rotatorie non ancora allestite».

Marisa Colibazzi



Ultimo saluto a Yvonne Una vita per la moda

Da Londra e Riccione
al marchio Orsilvia

IL LUTTO

PORTO SANT'ELPIDIO Dal viaggio a Londra, dove incontrò Mary Quant, la mitica inventrice della minigonna, e l'attrice Audrey Hepburn, al negozio aperto alla fine degli anni Sessanta lungo viale Ceccarini a Riccione; dall'approdo a Porto Sant'Elpidio fino ai suoi ultimi progetti come cacciatrice di tendenze, finiti anche all'attenzione dell'Unione stilisti Marche. E' stata una vita pienissima, e fino all'ultimo, quella di Yvonne "Cartier" Fishbach Ripa, i cui funerali si terranno oggi pomeriggio, alle 15.30, alla chiesa piccola del centro, a Porto Sant'Elpidio.

Yvonne, morta a 79 anni, lascia il marito Giorgio Ripa, già presidente dell'Unione industriali del Fermano e imprenditore calzaturiero fra i più noti del territorio, due figli e quattro nipoti. Si era trasferita in città per lui dopo averlo conosciuto mentre cercava un produttore di calzature per i suoi particolarissimi zoccoli. L'incontro a una fiera: è con lui che ha seguito e curato per anni il marchio Orsilvia. Aveva mosso i suoi primi passi in Svizzera, in una stazione sciistica alla moda, per poi proseguire il cammino fra i loghi più prestigiosi dell'alta moda: negli ultimi anni aveva continuato il suo lavoro e mai perso l'amore (e il fiuto) per il mondo della moda. Lei se ne è andata; la sua passione e le sue idee resteranno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La fusione non piace alla riviera

Fermo-Porto San Giorgio, anche Raccichini frena: «Attenzione, il campanilismo non c'entra nulla»
Respinti i dubbi di Morese su Loira: «L'unico favorevole è Agostini, ma è sufficiente unire i servizi»

IL DIBATTITO

FERMO Dall'appello del Comitato Mori agli attacchi degli ultrà di Porto San Giorgio. Dai dubbi di Luciano Romanella alle rassicurazioni del sindacato. Tiene banco il dibattito sulla fusione fra Fermo e Porto San Giorgio e sul caso interviene ora anche Giorgio Raccichini, capogruppo dei Comunisti italiani a Porto San Giorgio, che risponde in particolare ad Emanuele Morese: «Un intervento, il suo - rimarca - che mi ha fatto storcere il naso, attribuendo a Nicola Loira una volontà di fusione che in questi anni il sindaco ha più volte smentito sui giornali».

La realtà

La sostanza è un'altra. Secondo Raccichini fu invece l'ex sindaco Andrea Agostini «a dichiararsi favorevole. Il Comitato Mori ha espresso la volontà di presentarsi alle amministrative portando evidentemente come programma un unico punto: la fusione tra Fermo e Porto San

Giorgio. Un bel misero programma, potremmo dire, ma che potrebbe rischiare di catalizzare il dibattito che invece dovrebbe concentrarsi su altre questioni. In particolare, come hanno dimostrato gli interventi di Morese e di altri, potrebbe spingere le forze politiche a misurarsi sterilmente sulla propria "sangioresità". Dico anche la mia sulla questione, perché non credo che vada derisa per beccero campanilismo. Sono contrario a una fusione, in primo luogo perché non si può per ragioni contabili (più il Comune sarà grande, più ci saranno risorse) cancellare la storia autonoma di una comunità con una propria fisionomia e le proprie specificità, in secondo luogo perché i benefici economici sono da dimostrare. Va riconosciuta l'importanza che l'istituzione comunale ha sempre avuto per gli italiani, i quali spesso sono più spontaneamente e calorosamente animati dalle questioni che interessano la città di appartenenza. È un tratto che da una parte non può e non deve essere represso e dall'altra non deve sfociare in un miope e gretto campanilismo. Pertanto, i Comuni di Porto San Giorgio e di Fermo rimangano distinti e si proceda, nonostante le inevitabili difficoltà, nella direzione di una programmazione comune di iniziative e servizi».

L'impostazione

Per Raccichini l'impostazione più giusta da dare è questa, senza cadere in chiusure campanilistiche. «Anzi, chi propone la fusione - chiosa - spesso è mosso da motivazioni campanilistiche: ricordo che nel 2012 o nel 2013, quando veniva ventilata l'ipotesi di una diminuzione delle Province, a Fermo molti dicevano che bisognava accorpere Porto San Giorgio a Fermo perché a quest'ultima rimanesse il rango prestigioso di sede di Provincia in contrapposizione ad Ascoli e Macerata. Se questo non era un ragionamento campanilistico e infantile, poco ci mancava».

Veronica Bucci



Nicola Loira



Giorgio Raccichini

Il punto

Crescono i dubbi sulle risorse

● Raccichini avanza dubbi pure sulla convenienza economica, «considerate - dice - le politiche europee e italiane degli ultimi anni che vanno verso la riduzione dei

finanziamenti ai Comuni. E non sono sicuro che una Porto San Giorgio ridotta a frazione di Fermo godrà di maggiori attenzioni rispetto alla situazione attuale. Insomma, almeno per Porto San Giorgio, la fusione sarebbe un bel salto nel buio».

