



***Città di Imola***

**MEDAGLIA D'ORO AL VALORE MILITARE PER ATTIVITÀ PARTIGIANA**

## **COMUNICATO STAMPA**

**Per l'Amministrazione comunale la decisione della multinazionale tedesca di recedere dal contratto di pubblicità sulla torre in autodromo ha ragioni diverse dall'aumento delle tariffe pubblicitarie**

**BISOGNA CHIEDERSI COME MAI IN QUESTI ANNI  
NON C'E' STATA LA CAPACITA' DI COSTRUIRE UN SOLIDO  
RAPPORTO DI COLLABORAZIONE CON DEKRA**

Con la recente delibera che fissa le nuove tariffe pubblicitarie negli spazi pubblici il Comune da un lato ha inserito alcune aree all'interno della 'categoria speciale', mentre prima erano in quella 'normale', dall'altro ha apportato alcuni aumenti tariffari per la 'categoria speciale', in linea con la scelta compiuta anche da altri Comuni limitrofi.

La decisione del Comune di inserire l'area dell'autodromo e quindi anche l'area in cui sorge la torre con il marchio Dekra nella 'categoria speciale' (prima era in quella 'normale') è stata presa per uniformare le tariffe pubblicitarie pagate da chi è in questa area rispetto a quanto paga chi fa pubblicità in tutte le altre aree intorno all'autodromo e in altre circa 200 strade della città.

Va chiarito che questo passaggio di categoria non comporterà un aumento dei costi per Formula Imola, società di gestione dell'autodromo, in quanto i costi delle tariffe pubblicitarie sono pagati da chi fa pubblicità.

Ricordiamo che chi rientra nella 'categoria speciale' paga tariffe più alte rispetto a quelle applicate a chi rientra nella 'categoria normale', che sono in media più basse di circa il 60%.

Questo ha comportato certamente un aumento di qualche migliaia di euro all'anno della tariffa per Dekra, rispetto a prima quando era nella 'categoria normale', ma si tratta di attivare un principio di equità nei confronti, come detto, di chi fa pubblicità in gran parte del territorio comunale, ovvero le tante altre manifestazioni che animano la città, che già pagavano le tariffe previste per la 'categoria speciale'.

Tenendo conto del fatto che l'aumento complessivo annuo per Dekra, di cui peraltro rispettiamo appieno la scelta, è di qualche migliaia di euro all'anno, una cifra che riterremmo non dovrebbe costituire un ostacolo economico così insormontabile per una multinazionale del peso di Dekra. Ed anche del fatto che queste nuove tariffe applicate a chi rientra nella 'categoria speciale', oggi sono in linea con quelle praticate da altri impianti motoristici, mentre fino a ieri per Dekra e tutti quelli che facevano pubblicità in autodromo erano inferiori.

Per questo, l'Amministrazione comunale ritiene che la vera domanda da porsi di fronte alla scelta di Dekra di togliere il proprio logo e colori dalla torre è perché Imola, nel suo insieme, a cominciare da Formula Imola, dal Con.Ami, dal Comune non sia stata in grado in questi anni di costruire e mantenere un solido rapporto con la multinazionale. Come mai questi soggetti non sono stati capaci, negli anni passati, di mettere in moto una sinergia con Dekra che fosse tale da consolidare un rapporto la cui tenuta andasse ben oltre l'aumento di qualche migliaia di euro all'anno, a partire dal 2019, del costo delle tariffe pubblicitarie. Una domanda che ci si deve porre, a maggior ragione se consideriamo anche che Dekra aveva già deciso di chiudere a partire dall'1 gennaio di quest'anno il proprio ufficio nella torre che porta il suo nome, quindi prima dell'approvazione della delibera del Comune che fissa le nuove tariffe pubblicitarie.

Una decisione che è frutto di una scelta strategica di spostare il proprio business, che non prevedeva di rimanere a Imola.

E' chiaro che si tratta di un interrogativo che deve far riflettere tutte le componenti territoriali coinvolte e che in primis l'attuale Amministrazione comunale si pone, nella consapevolezza che se da un lato è giusto applicare criteri di equità nel far pagare le tariffe pubblicitarie, dall'altro è innegabile che il 'sistema Imola' deve essere in grado di dare risposte e garantire opportunità di sviluppo il cui valore aggiunto vada bene al di là del peso di un aumento di poche migliaia di euro all'anno del costo delle tariffe pubblicitarie

Quello che nel frattempo possiamo garantire come Amministrazione comunale è il massimo impegno del sistema città, con in testa Formula Imola e Con.Ami per trovare un nuovo sponsor che, alla scadenza del contratto con Dekra, possa rivestire con il proprio logo ed i propri colori la torre simbolo dell'autodromo di Imola.

A questo proposito il Comune ricorda l'atto di indirizzo dato al Con.Ami per la gestione dell'autodromo, nel quale viene indicato l'obiettivo di "implementare i fondamentali aspetti organizzativi interni dedicati al marketing, alla comunicazione ed alla promozione della struttura".

Imola, 12 febbraio 2019

CAPO UFFICIO STAMPA  
(Dott. Vinicio Dall'Ara)