

COMITATO CONSULTIVO DEL 10 DICEMBRE 2016 :
LORSIGNORI VOGLIONO IL PAESE ANORMALE.

...POI NON DITE CHE NON VE LO HANNO DETTO !!!

Più che "COMITATO CONSULTIVO" è stata la solita assemblea permanente della *MSA srl*.

Infatti la riunione di Comitato Consultivo consortile (50/60 persone in tutto !) inizia con l'intervento di *MISA/MSA* : i sigg. *Iorio e Ghidini*, dopo i ringraziamenti di rito, hanno dato la parola al creatore del nuovo logo di Montecampione, dando volutamente il messaggio che anche loro, come *lorsignori del Consorzio*, vogliono trasformare le nostre case, il nostro PAESE, in un "VILLAGGIO TURISTICO".

A loro interessa così tanto il Comitato Consultivo del Consorzio che non appena hanno terminato di occuparsi dei fatti loro, tutti, sia dirigenti che addetti *Misa-Msa* se ne vanno in blocco, svuotando la sala del cinema. La loro visione della realtà di Montecampione è tutta nella *MSA* che deve risultare un **CO-Branding** in cui possano trovare posto tre categorie di gruppi :

- 1- **Member** (tutti gli enti presenti a Montecampione, associazioni, Consorzio, consorziati, etc. che partecipano al capitale, così che già preconizzano l'ingresso del Consorzio nel capitale MSA)
- 2- **Official Partner** : cioè coloro che caratterizzano la parte attiva
- 3- **Supplier** : cioè i fornitori

Ghidini ha tenuto a precisare che *MSA* è il detentore ufficiale di quel logo, ma che questo ha una trasversalità completa, per cui è messo a disposizione di tutti gli "official member" che operano a Montecampione, così come il "*Consorzio dei condomini*" (lo avrà ripetuto 10 volte e nessuno di quelli sul palco gli ha mai spiegato che non sapeva neppure di cosa stava parlando), l'associazione commercianti, ed ulteriori soggetti sono anche i Comuni ed il Bim.

Tanto si sentono ormai padroni, quelli della *MISA-MSA*, che hanno istituito addirittura una commissione dove, bontà loro, sono rappresentati tutti gli operatori del territorio, quali :

- consorzio
- scuole sci
- commercianti.

Date queste notizie, o meglio queste istruzioni per l'uso, come detto, se ne sono andati tutti.

A questo punto è iniziata la pura e semplice propaganda elettorale di quelli che erano sul palco, **tutti ricandidati alle poltrone al vinavil**, per il terzo triennio e forse anche millennio !

Poi sono iniziate le COSE NON VERE e le OMISSIONI di *Daminelli* :

- Ha detto, infatti, che ***è stata giusta la decisione di deliberare 150.000 € a favore di MSA***, affermando che si trattava di una "una tantum". È una clamorosa-MENZOGNA perché ha dimenticato che il consigliere *Fumagalli*, nel corso di quel CdA, aveva inutilmente chiesto di inserire nella delibera le parole "una tantum", ma si è presto trovato subissato dalla rabbiosa reazione degli altri della maggioranza con in testa lo stesso Daminelli e Di Cristofaro.

Daminelli ha poi soprattutto omesso di dire che nella sentenza sulla causa intestata dal Comitato, **il Giudice gli ha contestato di essere in malafede e di aver inserito nascostamente quell'importo a bilancio.**

MA allora, se si trattava davvero di una "UNA TANTUM", **perché ha fatto ricorso in appello facendo spendere ulteriori soldi al Consorzio in cause inutili ?**

LA RISPOSTA È UNA SOLA :

SENZA I SOLDI DEL CONSORZIO LA MSA NON RIESCE A CHIUDERE IL BILANCIO IN PAREGGIO !

Anche perché, dati i listini ed i programmi tesi a sfavorire i clienti "normali" per curare solo quelli che gli lasciano soldi a fondo perduto (li chiamano azionisti, anche se la MSA non è una Spa, ma perché evidentemente suona meglio !) si capisce bene che questa società è stata salvata con altri obiettivi di business diversi dallo sci.

E *Daminelli* ovviamente si attribuisce il merito del **flop clamoroso** di quello sparuto gruppo di "azionisti" che sono serviti solo a coprire il buco della MSA.

Ma i montecampionesi hanno capito subito cosa c'era dietro la "bufala" dell' "azionariato diffuso" tipo Real Madrid o Barcellona, concetto con il quale si sono presentati quelli del gruppo *Rebaioli*.

- *Daminelli* si è attribuito pure l'altro successo derivato dal suo dialogo con il Comune di Pian Camuno che ha portato in dono a quelli che hanno la casa sotto quel Comune la TASI. Un bel successo per il Comune di cui *Daminelli* va fiero!

E, a riprova del bene che vuole ai Comuni, ha continuato facendo il loro elogio: poveretti, non hanno i mezzi per poter gestire Montecampione, per cui è giusto e corretto che continuino ad incamerare IMU e TASI dai Montecampionesi per farsi le proprie rotonde a valle e mandare in malora le strade di Montecampione, in particolare la 1200/1800 che, come abbiamo ascoltato dalle parole di Ravelli, ex sindaco di Artogne, è destinata alla chiusura se non interviene il Consorzio !!!!

Ma i tempi per l'intervento dei comuni sul territorio di Montecampione, così come previsto dalla legge, sono ancora lontani, così malridotti come sono !!!

Quanto al WI-FI, secondo *Fusar*, evidentemente l'esperto, il relativo servizio dovrebbe aver trovato una soluzione, anche se nei periodi di punta dovremmo sempre avere molti problemi perché la banda da 130 mega non è sufficiente a servire contemporaneamente 700/800 utenti.

Ma l'intervento come al solito più illuminante è stato quello di *Birnbaum*. Ha rivendicato **'ANORMALITA' di Montecampione** : **è un bene che i Comuni non intervengano, perché così facciamo tutto da soli !** Ed ha parlato delle strade tra cui quella del Bassinale (1200/1800), dei parcheggi (inutilizzabili e da mettere a norma !), il tutto in linea con le richieste di *Daminelli* quando ha dichiarato che **il Consorzio è l'erede degli obblighi convenzionali di Alpiaz verso i Comuni**, e cioè che non devono essere i Comuni, ma i Consorziati a pagare, non solo tutti i servizi di Montecampione al posto dei Comuni, ma anche le opere di urbanizzazione che i comuni stessi hanno ereditato da Alpiaz!!!

Ma c'è di più, e qui si chiude il cerchio con la MSA, perché con la gestione dell'acqua, il sig. *Birnbaum* ha voluto dare un assist alla MSA/MISA ricordando che in alta valle i bacini, con le relative centrali elettriche, hanno fatto la fortuna del comprensorio di Ponte di Legno.

...*Valzelli*, del resto, ha detto chiaramente che per farseli finanziare basta farli passare per bacini antincendio.

La totale assenza dei Comuni da Montecampione, (assenza nel fornire, intendiamoci, non nel prendere, perché di IMU e TASI incassano oltre 1.000.000 €), è stata menzionata da un residente che ha fatto riferimento ad un articolo del Corriere della sera (in allegato), in cui vengono riportati gli investimenti/pro capite che ogni Comune della provincia di Brescia fa per il turismo : ebbene, **i nostri Artogne, Gianico e Pian Camuno non compaiono nella lista !!!!**

Un altro residente ha evidenziato la "complessità" del listino prezzi degli stagionali per i residenti e le grosse differenze tra coloro che hanno o non hanno sottoscritto l'aumento di capitale, ed ha capito soltanto che compare, per chi non ha sottoscritto, una cifra provocatoria di 599€.

Forse il motivo dell'uscita in massa di quelli della Msa già all'inizio della riunione era anche finalizzata a non rispondere a domande come questa.



Articolo Corriere della Sera

Quanto spendono i Comuni di Brescia nel turismo? Magasa e Limone al top

La mappa della spesa di Openpolis: in testa anche Ponte di Legno, Darfo Boario, Gardone Riviera. In città si spendono due euro pro capite all'anno.

di Matteo Trebeschi



Se il Cnr calcola che dal turismo derivi il 12% del Prodotto interno lordo, non c'è da stupirsi se pure i Comuni intervengono in questo settore con risorse proprie. Bisogna sistemare il lungolago, abbellire le aiuole, sostenere eventi e manifestazioni, ammodernare sentieri e percorsi di trekking. Suum cuique, a ciascuno il suo compito. In base al territorio nel quale è inserito. Poco importa che si tratti di città, montagna o lago, l'importante è essere attrattivi. Ma per capire quanto i singoli Comuni abbiano speso di tasca propria si può scorrere la tabella di Openpolis. L'associazione no profit, che realizza approfondimenti a partire dai dati pubblici di Parlamento, Regione ed enti locali, ha frugato tra le pieghe dei bilanci comunali.

LA SPESA PRO CAPITE DEI COMUNI BRESCIANI NEL TURISMO

Chi spende di più

Scoprendo che in provincia di Brescia sono Magasa, Limone e Valvestino i comuni che investono di più rispetto alla popolazione residente. Nel 2014 il piccolo paese di Magasa ha speso quasi 200 mila euro per la promozione turistica. Più di 90 mila euro li ha messi il vicino comune di Valvestino (185 abitanti), mentre Limone ha superato i 900 mila euro. Tradotto, è come se ognuno dei 1.182 abitanti di Limone avesse detto al sindaco di investire 784 euro nella promozione del proprio paese.

A Ponte di Legno, invece, la spesa pro capite del 2014 ammonta a 455 euro per cittadino, pari a quasi 800 mila euro. Nella bassa Valcamonica, invece, si registra uno dei dati più significativi: a Darfo il Comune ha speso 117 euro per ogni residente, pari ad una cifra che supera il milione e 800 mila euro. A Brescia la spesa pro capite è di 2 euro a cittadino, anche se in questi anni il turismo nel capoluogo è cresciuto molto. Certo, la classifica non comprende tutti i paesi della provincia, ma solo i 73 nei quali Openpolis è riuscita a scovare il dato di spesa nelle pieghe dei bilanci. Si tratta di un lavoro immane - comprende i Comuni di tutte le Regioni italiane - e in Lombardia il primo classificato è Foppolo, la piccola località della Val Brembana, nella Bergamasca.

La tassa di soggiorno

In molti casi, gran parte dei fondi per la promozione turistica locale i Comuni li hanno pescati dalla tassa di soggiorno. Grazie a questa imposta, infatti, un paese come Gardone Riviera ha destinato 200 mila euro alla promozione locale. «È una attività fondamentale e noi - dice il sindaco Andrea Cipani - la pensiamo così da sempre». Le presenze sono in crescita, ma il merito è anche degli investimenti fatti per sostenere manifestazioni ed eventi: 30 mila euro l'amministrazione li ha assegnati al Vittoriale, 20 mila per l'evento «Chocolat Folies», 10 mila per la rassegna i Giardini del Benaco, 14 mila per una serie di concerti di musica. A Iseo, invece, la tassa di soggiorno copre circa la metà delle spese: aiuole rifatte, nuova segnaletica, festival della musica. «Abbellire il paese è essenziale, ma per farlo conoscere - spiega il sindaco Riccardo Venchiarutti - ci siamo affidati anche ai fondi comunitari». Iseo è entrato a far parte di un network di Comuni (tutti affacciati su laghi sparsi per l'Europa) che si fanno promozione a vicenda. Una novità importante, anche se la più grande spinta al turismo rimane l'aeroporto di Orio: il Sebino è collegato con decine e decine di località. «Ha cambiato del tutto la prospettiva» dice Venchiarutti: i turisti si fermano spesso 2-3 giorni, ma il loro numero è in continua crescita.

matteo.trebeschi@gmail.com