

Una vetrina chiamata W Prato

Un progetto del gruppo giovani imprenditori, Provincia e Cdc per attirare investitori sul territorio

di Barbara Burzi

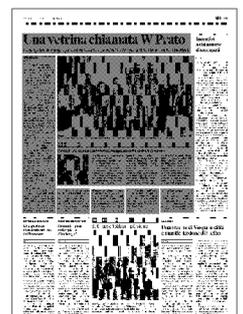
PRATO

Una fotografia che mette in evidenza i punti di forza del territorio pratese, in particolare del distretto, potrebbe diventare il suo miglior biglietto da visita. Convinti che Prato di opportunità da offrire ne abbia moltissime, perché allora non farle conoscere all'esterno elencandole in un unico documento accessibile a tutti? A potenziali investitori, ma anche a quei giovani che vogliono aprire un'attività. E' quanto vuol fare WPrato, un nuovo progetto di marketing territoriale nato da un'idea dei Giovani Industriali e aperto al contributo di tutti i soggetti del sistema economico. L'iniziativa prende spunto da un appello lanciato con una lettera dalla presidente del gruppo, Gaia Gualtieri, su cui si è aperto un confronto per l'apertura di un vero cantiere di lavoro che nella prima fase ha coinvolto Provincia e Camera di Commercio di Prato.

Tra gli obiettivi a breve termine c'è prima di tutto quello di mettere a disposizione uno strumento informativo con contenuti aggiornabili; poi, la costruzione di un sito web in cui confluiranno dati e informazioni; infine lo sviluppo di un servizio di promozione attraverso la creazione di uno sportello dedicato e gestito da un apposito staff di operatori. «Serve dar vita a un luogo che non necessariamente deve essere uno spazio fisico, ma che sia capace dare delle risposte - spiegano Gaia Gualtieri e Maurizio Magni dell'Unione industriale pratese - logicamente occorre anche qualcuno capace di comunicare verso l'esterno e che fornisca le informazioni ai diversi possibili interlocutori. La squadra si dovrà caratterizzare per lo sguardo specifico sullo sviluppo economico». Proprio ieri mattina i promotori di WPrato hanno presentato l'iniziativa, che prima di passare alla fase successiva

dovrà ricevere, nei prossimi giorni, il via libera dalla Regione Toscana per le azioni che le competono soprattutto quelle rivolte agli investitori stranieri. Secondo il presidente della Provincia Lamberto Gestri, «WPrato potrebbe essere un segmento non secondario per il Progetto Speciale per Prato». «Prato in passato non aveva bisogno di pubblicizzarsi oggi, con la crisi e la conseguente difficoltà per le imprese ad essere competitive, scopriamo che c'è bisogno di comunicare all'esterno quello che di buono è stato fatto finora - spiega Saverio Langianni dell'Osservatorio provinciale da qui l'esigenza di promuovere i nostri punti di forza raccogliendo informazioni su una serie di tematiche principali che interessano il distretto».

Tra gli aspetti positivi che Prato offre si evidenziano la collocazione geografica ottimale, importanti dotazioni infrastrutturali come l'Interporto della Toscana, il sistema di depurazione delle acque, un acquedotto industriale con 60 km di rete e una copertura totale del servizio Adsl già potenziabile.

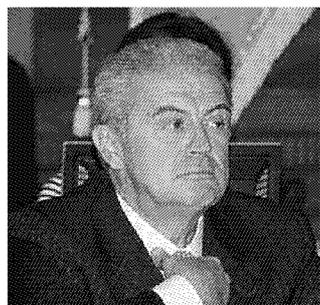




Al centro della foto il presidente provinciale Lamberto Gestri e la presidente dei Giovani imprenditori Gaia Gualtieri (foto Batavia)

➔ LE REAZIONI

Caverni: «Speriamo che in futuro venga coinvolto anche il Comune»



«Passi la fase uno, mi aspetto però che per i prossimi step coinvolgeranno anche il Comune di Prato visto che è un soggetto fondamentale per pianificare un'efficace azione sinergica di marketing territoriale. Faccio un esempio: se il Comune decidesse di introdurre una tassa di scopo ecco che sarebbe già un atto contrario al progetto cui stanno lavorando in questo momento giovani

industriali e Provincia». Così l'assessore comunale allo sviluppo economico, Roberto Caverni (nella foto), commenta l'iniziativa, di cui era completamente all'oscuro, che punta a dar vita a un nuovo strumento di promozione del territorio favorendone lo sviluppo. «Tra l'altro - aggiunge - avrei già un'idea: ho in mente un'agenzia territoriale in cui entrino a far parte tutti i soggetti economici e

sociali con la funzione di mettere insieme l'intera offerta di prodotti disponibili. Dopodiché occorrerà individuare quello che in gergo imprenditoriale chiamerei rappresentante, ovvero una figura che si occupi di promuovere all'esterno Prato presso i tour operator, la Borsa del Turismo e eccetera. Il Comune dovrebbe essere uno degli attori di riferimento del progetto». (b.b.)