

AdMed finisce sulla Lonely Planet

►La celebre guida: **GIOVANNI SENECA**
 «Manifestazione da non perdere»
«NONOSTANTE IL TAGLIO DEI FONDI QUALITÀ GARANTITA. ORA PROViamo A FARLO CRESCERE ANCORA»

LA KERMESSA

A due giorni dal debutto - già 5 mila presenze - è già decretato il suo successo anche per questa VII edizione. Una versione low cost, con un taglio al budget di 150 mila euro rispetto allo scorso anno, che non rinuncia alla qualità, semmai alla visibilità, con artisti di alto calibro, ma meno noti al grande pubblico, che però risponde comunque entusiasta, con numeri da sold out. Perché Adriatico Mediterraneo, a sette anni dalla sua nascita, è diventato l'appuntamento più atteso della città, per anconetani e non. L'evento da non mancare. Quello che più di ogni altro caratterizza Ancona. Che l'avvicina, per una settimana all'anno, a quel suo porto, a quel suo mare con cui ancora fatica a ricostruire un rapporto stabile.

A consacrare AdMed come momento da non lasciarsi sfuggire, cogliendo di sorpresa anche gli organizzatori, ignari della cosa, anche la nuova edizione della Lonely Planet dedicata a Umbria e Marche e pubblicata alcune settimane fa. La guida, bibbia per molti viaggiatori, nel calendario delle manifestazioni delle due regioni da non perdere inserisce il Festival dei due mari. Una conferma e una responsabilità in più perché l'attenzione su AdMed non si sopisca. Perché, nonostante il Festival si

consolidi ogni anno di più, con 200 mila euro di finanziamenti (così è costato quest'anno) è difficile lanciare AdMed sulla scena internazionale. «La formula non ha risentito del taglio delle risorse, siamo riusciti comunque ad assicurare un prodotto di grande qualità e questo è riconosciuto e apprezzato dal pubblico», tiene a precisare Giovanni Seneca, presidente di Adriatico Mediterraneo. «Ma credo sia necessario - continua - aprire un tavolo per capire come far crescere ancora questa manifestazione, come arricchirla di nuovi stimoli che possono e devono arrivare anche dalla città. Non è solo una questione di contributi economici, ma di riflettere su un percorso. Perché ormai sembra chiaro che la proposta culturale attira, anche da fuori città». Ma in attesa di progettare il futuro, il presente continua a regalare emozioni. All'Arco di Traiano, con i concerti all'ora dell'aperitivo che fanno assaporare quello che potrebbe essere il nuovo volto di quell'angolo di città, ideale origine del waterfront sempre negato ad Ancona. Alla Chiesa del Gesù, con la musica classica, che diventa anche espediente per visitare uno dei luoghi non sempre accessibili della città, come a Marinadorica. E, naturalmente, alla Mole, che resta il cuore del Festival.

A. Car.



Il direttore artistico di Adriatico Mediterraneo Giovanni Seneca. A lato la Mole e l'Arco di Traiano gremiti per gli spettacoli

