

«Ancona Estate? Soltanto un titolo»

► Affondo Cgia: anche i libretti sono stati stampati in ritardo

«IL FESTIVAL ADMED PUÒ ASSUMERE LE DIMENSIONI DEL JAMBOREE MA BISOGNA SAPERLO COMUNICARE»

CHE CITTÀ FA

Estate senza eventi, la Confartigianato lancia l'appello al Comune: bisogna imparare da Senigallia. Ancona non ha nemmeno agganciato il treno delle 20 mila persone a sera del Summer Jamboree, il cartellone culturale della città è rimasto sconosciuto ai più, con i calendari degli appuntamenti che sono stati stampati solo a fine luglio, e ci sarebbe bisogno di un'iniziativa simbolo per rendere la città riconoscibile e turistica. Quale può essere questo appuntamento? Per la Cgia si può scommettere sul Festival Adriatico Mediterraneo, l'unico appuntamento di rilievo da qui a fine mese in questa estate dorica già bocciata da più parti.

Il segretario Marco Pierpaoli e il presidente Paolo Longhi intervengono così sul cartellone culturale anconetano, sottolineando cosa è andato storto. «Non è stato comunicato a dovere ciò che si è svolto. Emblematico l'intervento di Eugenio Finardi durante il concerto di lunedì: Ancona ha dei contenitori perfetti per un certo tipo di proposte, ha detto l'artista, non avevo mai visto la Mole, siete fortunati» scrivono Pierpaoli e Longhi. «Ma occorre potenziare la comunicazione, altrimenti ogni appuntamento resta appeso al vuoto. E

non riesce a centrare l'obiettivo, ovvero portare un flusso di utenza nella nostra città, cogliendo l'occasione per assistere ad un bello spettacolo. Eppure a 20 chilometri più a nord c'è un festival che riversa circa 20 mila persone a sera - continua la nota Cgia - Sappiamo di clienti del Summer Jamboree che trovando gli hotel al completo a Senigallia, arrivano fino ad Ancona a chiedere ospitalità. Perché non possiamo pensare di porgere una mano a quel festival, legando le nostre iniziative che siano in sintonia con ciò che accade poco distante da noi? Adriatico Mediterraneo è un festival dal potenziale ancora non del tutto espresso e che vorremmo tanto, invece, assumesse le dimensioni di un Jamboree per Ancona. Per realizzare ciò, occorre una visione di insieme. E soprattutto saperla comunicare coinvolgendo anche le imprese locali del settore».

Tra gli esempi, Pierpaoli e Longhi citano i libretti del programma di Amo la Mole: stampati solo a fine luglio, praticamente pezzi da collezionisti. «Grave disattenzione - scrive la Confartigianato - Il brand Ancona Estate, coniato quest'anno per rendere riconoscibile la bella stagione degli eventi, è rimasto solo un titolo di alcuni manifesti. Niente di esplicativo è stato fatto circolare. Il centro sem-

bra completamente distaccato e avulso dalle iniziative di spettacolo che coinvolgono alcuni punti della città, dove comunque vengono svolte regolari attività di intrattenimento. Non ci sono indicatori di dove si svolgono queste attività. Niente cartelloni, non una immagine coordinata. Ecco - concludono il segretario e il presidente Cgia - è completamente mancata una visione di insieme e una sinergia sul percorso culturale e di iniziative, che stanno comunque animando la stagione estiva del capoluogo. È mancato un cartellone unitario che se comunicato a dovere avrebbe permesso ad Ancona di essere più appetibile dal punto di vista turistico».

APPUNTAMENTI

Il concerto di Finardi e lo spettacolo di Paolo Rossi ieri sera all'Anfiteatro sono stati i principali colpi messi a segno di questa stagione. Tolto il cinema all'aperto al canalone della Mole e lo spettacolo comico degli Oblivion del 22 agosto, non resta che la rassegna di poesia "La punta della lingua" dal 25 agosto e aspettare il via del Festival Adriatico Mediterraneo del 30 agosto per sperare in un colpo di coda dell'estate anconetana.

Emanuele Garofalo



Sopra, corso Garibaldi come si è presentato spesso in queste serate d'agosto. A sinistra, Marco Pierpaoli della Confartigianato e, sotto, il pubblico al concerto di Finardi alla Mole

