

AdMed, le categorie: «Evento da ripensare»

**CONCOMMERCIO
 E CONFARTIGIANATO:
 «PER INVESTIRE
 SUL FESTIVAL OCCORRE
 RECUPERARE
 L'ATTRATTIVITÀ»
 MARE**

«Noi saremmo anche pronti a fare la nostra parte. Ma se la richiesta che ci viene rivolta è di investire su concertini sparsi qua e là con nomi sconosciuti, la vedo difficile». Parola di presidente di Confcommercio Ancona, Francesco Cinti. Caso AdMed: sul futuro del Festival Adriatico Mediterraneo e sulla necessità che compia il salto di qualità dopo i risultati deludenti dell'ultima edizione, ora si interrogano le categorie. Soprattutto dopo che, nel tracciare il bilancio del Festival 2015, l'assessore alla Cultura Paolo Marasca e il direttore artistico del Festival Giovanni Seneca avevano chiamato in causa proprio i privati. «Altrove gli eventi registrano numeri maggiori perché ci sono le risorse. Commercianti, ristoratori, albergatori, fanno a gara per sostenerli», avevano detto.

La domanda è: fanno a gara a prescindere o perché c'è un'idea su cui vale la pena investire? È per la seconda ipotesi Cinti. «Il progetto iniziale del Festival - dice - era buono. Ma, soprattutto quest'anno, il programma è calato in qualità rispetto alle prime edizioni. Mancano i nomi di ri-

chiamo, manca un più ampio coinvolgimento della città, con gli eventi concentrati in due-tre location e la Mole a farla da padrona. Perché diventi un evento di livello nazionale occorre che sia accattivante. In due parole: AdMed è un festival da ripensare».

LE PROSPETTIVE

Fermo restando che, ammette Cinti, le categorie non sono state contattate per lavorare insieme a questa edizione. Parla in linea generale Marco Pierpaoli, Confartigianato: «Perché gli imprenditori investano su un progetto - dice - occorre che ci sia un'iniziativa in grado di portare quantità considerevoli di pubblico. Anche perché, vede, il contesto competitivo è sempre più spinto e organizzato. E se si vuole tenere testa a competitor sempre più forti, serve l'eccellenza. E occorrono un indirizzo e una scelta».

Più ottimista Giancarlo Gioacchini, Confesercenti. Che, però, mette le mani avanti ed esclude che i commercianti anconetani possano metterci del proprio per sostenere AdMed. E ammette: «Spesso sono le idee che contano, non solo i soldi». «Il Festival - prosegue - è sempre un bell'evento, ma è sicuramente migliorabile. E questo lo si può fare con un impegno maggiore da parte degli organizzatori. Come commercianti, con l'aria che tira, non possiamo metterci del nostro, ma il Comune deve darsi da fare per trovare sponsor e finanziatori. A partire dalla Regione».

C. Gr.



Giovanni Seneca