

Lunedì 23 gennaio 2012

Corriere Adriatico

ASCOLI

Ordine
www.corriereadriatico.it

Aliberti: "Non sono spendaccione"

L'assessore replica alle critiche sugli alti costi delle manifestazioni culturali

FILIPPO FERRETTI

Ascoli

La cultura potrà salvare il capoluogo piceno dalla recessione economica? Se ne è dibattuto molto negli ultimi mesi, mediante il progetto "Ascoli nel futuro", finalizzato a trovare soluzioni che possano andare incontro al gradimento di residenti e visitatori. E l'argomento, in particolare, è emerso nel corso del forum svoltosi sabato scorso al Palazzetto della Comunicazione, in occasione del dibattito sul distretto culturale piceno.

Il quesito nasce in relazione a quanto registrato in altrettante località storiche, il cui flusso di visitatori è aumentato di anno in anno grazie a una considerevole offerta di manifestazioni culturali. Nella nostra città, dove l'offerta culturale è costituita principalmente da teatro, musica e arte, negli ultimi mesi gli incassi sarebbero stati inferiori a quanto investito dall'Arengo. A prendere le difese delle scelte

"Gli abbonamenti per la prosa sono scesi ma il nostro compito è di educare e formare"

amministrative arriva Davide Aliberti, che ha voluto una stagione con ben 33 spettacoli, pronto ad evidenziare che il guadagno di una città non sta soltanto nel mero introito del singolo biglietto o di un abbonamento, ma in tutta una serie di benefici che interessano il territorio.

"Come pubblicizzare Ascoli in tutta Italia attraverso uno spot tv" (il filmato delle Telecom diretto da D'Alatri), "sino alle testate nazionali che si occupano di allestimenti teatrali attesissimi preparati al Ventidio" (il "Cyrano" di Preziosi, "I promessi Sposi" di Guardì). Secondo l'assessore comunale, la cultura è fonte di occupazione e a dare valore a ciò è il lavoro svolto dalle maestranze (scene, tecnici, luci) e dall'indotto (ristoranti, alberghi, negozi), per ogni titolo in cartellone.

"È vero che quest'anno gli abbonati della prosa sono scesi, ma ciò ha permesso ad un ventaglio molto più ampio di spettatori di poter acquistare il biglietto, con prenotazioni che, con Internet, hanno coinvolto richieste da tutto il centro Italia" ha specificato Aliberti, sottolineando che la maggior parte dei lavoratori sinora, dai Subsonica a Ranieri, da Salemme al



La Traviata in collaborazione con Jesi è costata all'Amministrazione comunale 240.000 euro

duo Solfrizzi-Savino, sono stati sold out.

"Per la lirica è bene sapere che "La Traviata" con Jesi ha avuto un costo di 240 mila euro, mentre l'Otello ne ha richiesti all'Arengo solo 100 mila" ha proseguito, ricordando anche che per i due grandi eventi musicali della scorsa estate, con Bartiati e Paolo Conte, la spesa

è stata appena di 14 mila euro a concerto.

"Si critica la stagione al teatro Romano il cui costo è stato di 43 mila euro, ma bisogna riconoscere che oltre all'estrema qualità dei titoli visti, gli spettacoli hanno permesso contatti futuri molto vantaggiosi dal punto di vista economico" ha sottolineato l'assessore, riba-

ndendo il grande risparmio che si ottiene ogni volta che il teatro ospita un debutto. "La cultura significa educare, formare e sensibilizzare": ha concluso Davide Aliberti, pronto a lanciare nei prossimi mesi altre mostre d'arte dopo il successo dell'evento su Andy Warhol, che ha totalizzato la scorsa estate novemila presenze.

Castelli sprona gli imprenditori "Ci devono aiutare"

L'APPELLO

Ascoli

Nel dibattito sul distretto culturale è intervenuto anche il sindaco: "Negli ultimi anni Ascoli ha sviluppato una serie di iniziative, sul piano della politica culturale, che, possiamo dire con certezza, non hanno precedenti a livello regionale". Castelli ha citato la collezione Licini, Museo dell'arte ceramica, riapertura del Forte Malatesta e da ultimo la restituzione alla fruizione culturale del teatro Romano. "Il 2012 tuttavia si annuncia terrificante per quanto riguarda i bilanci dei comuni. I tagli imposti dal governo fanno presagire una profonda contrazione degli investimenti pubblici che nel settore cultura. Questo vuol dire che anche i privati devono scendere in campo" e gettare il cuore oltre all'ostacolo. Fare distretto culturale vuol dire anche questo".