

ADUNATA ALPINI: FORMAT ORGANIZZATIVO TRA PARTNER STORICI E NUOVI SPONSOR

12 Maggio 2015



L'AQUILA - È una macchina dal format ben definito, quella dell'organizzazione dell'Adunata degli Alpini, uno degli eventi più importanti a livello nazionale e che per tre giorni sposta un'enorme quantità di gente nel luogo prescelto per quell'anno.

E L'Aquila si prepara, non senza fatica, alla manifestazione che porterà, secondo le stime, più di 250 mila persone sul territorio, dal 15 al 17 maggio.

Tanti i timori di questi ultimi giorni di messa a punto organizzativa: il più grande, quello che la viabilità vada in tilt totalmente, visto il numero smisurato di mezzi che arriveranno (per la sola giornata di domenica la società Strada dei Parchi ha previsto 2 mila pullman e 14 mila auto in entrata su L'Aquila).

E poi ci sono le polemiche sul mancato coinvolgimento delle imprese del territorio per la fornitura di beni e servizi per la manifestazione, così come denunciato a questo giornale dal consigliere comunale di Forza Italia Guido Liris.

A lui hanno risposto il consigliere Giuliano Di Nicola, Italia dei valori, che fa parte del comitato organizzatore, definendola "l'ennesima polemica basata sul nulla", e il direttore generale di Abruzzo Sviluppo (società in house della Regione Abruzzo) Riccardo Bertazzo che ha sottolineato che "molte forniture sono state appaltate anche ad aziende aquilane, anche se in altri casi gli imprenditori del territorio non hanno risposto ai bandi".

C'è da dire che l'organizzazione dell'Adunata ha una formula consolidata, con partner storici che sostengono l'evento ogni anno.

Quindi solamente per alcuni servizi il Coa si appoggia, di volta in volta, alle istituzioni e alle realtà della città scelta per l'evento, mentre per altri è supportato da partner fissi.

Sul territorio sarà importante la ricaduta economica per categorie come albergatori, ristoratori, industria agroalimentare, trasporti, l'intera filiera del commercio, tanto che, se si dovesse confermare quanto accaduto a Piacenza nel 2013, si potrebbe avere un indotto sul territorio di 120 milioni di euro, 80 dei quali solo sulla città.

Meno vantaggi hanno, però, altri tipi di categorie, che si occupano della fornitura di servizi diversi da quelli già citati e per i quali il Coa si appoggia a partner storici, con cui ha una collaborazione consolidata nel tempo: nella sua denuncia, Liris ha fatto l'esempio, tra le altre, della fornitura del servizio catering, che "arriverà da Rimini, mentre la tipografia è stata scelta a Lecco".

Da parte delle risorse pubbliche, ciò che è già stato assegnato al Comitato organizzatore per questa edizione sono i 500 mila euro del Comune capoluogo, di cui 300 mila in servizi e 200 mila cash, i 50 mila euro della Provincia e i 722 mila euro del Fondo per lo Sviluppo e la Coesione (Fsc), ex Fondo per le aree sottoutilizzate (Fas), stanziati dalla Regione in termini di

prestazioni di beni e servizi, gestiti da Abruzzo Sviluppo (società in house dell'ente regionale).

Risorse importanti arrivano dagli sponsor. Tra i nazionali, riportati sul sito ufficiale dell'adunata, ci sono Moretti, Campari, Iveco, Braulio, Sartoria Schiavi e Dal Negro. Dal territorio, l'unica risposta è arrivata dalla Banca popolare dell'Emilia Romagna, che ha assorbito la Cassa di Risparmio della Provincia dell'Aquila, con una sponsorizzazione di 70 mila euro.

A fronte della spesa sostenuta, nelle casse del Comune qualche soldo entrerà anche grazie alle 210 bancarelle che invaderanno la zona interessata dall'evento. Per ogni posto si pagano 166 euro come occupazione di suolo pubblico, per un totale quindi di circa 38 mila euro per l'ente comunale.

Altre banchette saranno invece gestite direttamente dal Coa. Sui numeri e costi, però, non è stato possibile avere contezza poiché è risultato impossibile contattare chi si occupa del marketing, probabilmente a causa degli impegni di questi giorni.