

**Verso le elezioni (TERAMO) - Ecco le spese elettorali dei tre candidati. In corsa per la poltrona di sindaco Albi, Brucchi e Santacroce hanno scelto di presentarsi ai cittadini con sobrietà**

Santini, facsimili, manifesti, giornali, tivvù, internet: di tutto, ma senza esagerare

Il refrain è unico: “Contenere le spese elettorali”, e questo vale per i tre candidati sindaci al Comune di Teramo: Maurizio Brucchi, Paolo Albi e Sandro Santacroce; tutti inaspettatamente usano lo stesso sostantivo: “sobrietà”. Perché di mezzo c’è stato un terremoto, perché i morsi della crisi economica si fanno sentire, perché alla fine è meglio così. Ma in generale quanto spenderanno i tre “competitor” per le loro campagne? Partiamo da chi accantona per l’evento un budget risicato: appena 5 mila euro circa per Sandro Santacroce di Rifondazione per una campagna “low cost” con appena 300-400 euro di facsimile, altrettanti per i manifesti 70x100, più le spese varie e gli 85 euro che tutti i 40 candidati devono versare come quota al partito. Niente santini, giornali, tv o internet: qualcosa su Facebook, un gruppo, e come ciliegina sulla torta la manifestazione con Paolo Ferrero il prossimo 29. Paolo Albi, a quanto pare il più “spendaccione”, non vorrebbe sfiorare il tetto dei 70 mila euro, ribadendo una sottoscrizione popolare «alla Obama: sono sufficienti anche pochi spiccioli» dice. In questa tornata non si avvale dei 6x3 e delle cene «basta con gli sprechi», mentre dà spazio ai 70x100 e ai depliant in cui è riportato il programma per 1500-2000 euro di spesa. Altri 8 mila se ne andranno per santini e facsimile. La pubblicità in Tv ammonta a circa 15 mila euro mentre quella su carta stampata a circa 5 mila. Per internet occorrono 2 mila euro e circa 7 mila per le manifestazioni a margine. Nell’agenda di Albi sono appuntati soprattutto incontri con la gente nei quartieri della città: «C’è molta preoccupazione per lavoro e per il futuro» ammette. Va invece di conserva Maurizio Brucchi: per la sua campagna ha preventivato una somma di circa 43.500 euro, inferiore di 26.500 euro a quella di Paolo Albi. «Una campagna sobria» ribadisce ancora. Ci tiene a sottolineare come il suo sito internet sia «il primo mezzo di veicolo pubblicitario». Riassumendo: per i 6x3, per i manifesti 70x100, per i santini, “per i facsimile in cui è riportato in 10 punti il programma in pillole”, insomma per il cartaceo, vanno via 13 mila euro; e 15.500 euro in realizzazioni di eventi, allestimenti sedi e in altri allestimenti tecnici. Mentre la voce “inserzioni pubblicitarie su quotidiani ed emittenti televisive” è pari a 9.000 euro. Chiudono il budget i 6 mila euro di spese varie (telefono, energia e spostamenti). Anche Brucchi ritiene importante monitorare il polso delle frazioni. «Una campagna elettorale classica» termina