

Il Corriere dello Spot di Lilli Mandara

Tra il dire e il fare lo sapete tutti cosa c'era di mezzo. Adesso in mezzo invece del mare c'è una campagna: ma una campagna di comunicazione mai vista prima che il presidente della Regione Abruzzo Luciano D'Alfonso ha commissionato ai propri uffici per raccontare agli abruzzesi cosa ha fatto in quest'anno di governo e forse per smentire chi sostiene che non ha poi fatto granchè.

Intanto c'è un sito, ma non è quello istituzionale, in cui la parola Abruzzo non compare e quindi ha un'identità coperta, almeno fino ad oggi e si chiama: **laregionedicelaregionefa**, così tutto attaccato. Uno slogan che soppianta quello coniato in campagna elettorale, "Regione facile", ma sarà stato facile per loro non certo per noi. Colori, fotogrammi, e otto temi: ogni tema un obiettivo, secondo la Regione, centrato: disinquinamento dei fiumi; dissesto idrogeologico, superamento del digital divide, realizzazione di un vasto sistema di piste ciclabili, manutenzione delle strade comunali, modernizzazione delle infrastrutture portuali, riforma nel settore dei trasporti, riapertura del dossier Abruzzo nelle Reti Transeuropee.

E così, a leggere, sembra più un elenco di buone intenzioni che di obiettivi centrati. Sennò, forse, di una campagna di comunicazione non ci sarebbe stato molto bisogno. Quindi, tempo pochi giorni, le città capoluogo saranno invase da manifesti 6x3 mentre quelle più piccole si accontenteranno del formato ridotto. Impegno di spesa per questo primo step 35 mila euro, perché è vero che la campagna l'hanno ideata i dipendenti della Regione, ma per fare i manifesti occorrerà una gara. La delibera recita così:

Sul fa però ci sono molti punti interrogativi: i 208 milioni di euro per le frane sono ancora un sogno nel cassetto e molti Comuni non hanno ancora visto neppure un euro. La Banda larga è un progetto che chissà quando sarà, e la stessa Regione alla fine ammette che l'accordo col Mise di 140 milioni di euro per collegare altri 45 Comuni deve ancora essere sottoscritto. Sui trasporti e le Reti Ten-t ancora autocelebrazioni.

E allora, alla fine: non si capisce perché una campagna istituzionale di queste proporzioni, perché i manifesti sei per tre che manco Berlusconi, perché un piano declinato al futuro, perché un sito semi-clandestino (anche se sono state già inviate le lettere alle amministrazioni per la collocazione di manifesti). Una buona amministrazione amministra, e i risultati se ci sono si vedono. Non si annunciano.

ps. (E menomale che non si parla di sanità)