Festa in piazza dopo il lancio del brand Colori, giovani e catalogo dell'outdoor

L'evento. Dal tardo pomeriggio di sabato hanno trovato spazio sul palco dj-set e artisti locali
Cattaneo: «L'attrattività deve ripartire anche dai ragazzi per accendere la stagione turistica»

STEFANO SCACCABAROZZI

Una festa di colori per bambini e ragazzi per lanciare la nuova immagine della città e legare il territorio a tutte quelle esperienze "outdoor", cioè all'aria aperta, che caratterizzano l'estate lecchese. È stato questo il senso della manifestazione andata in scena sabato, con una mattinata dedicata alla presentazione in chiave turistica del nuovo brand locale, il pomeriggio con proposte per bambini e famiglie e la serata all'insegna della musica.

Il lancio

Si è trattato di un'iniziativa voluta dal Comune di Lecco per lanciare il nuovo logo che dovrà rappresentare il territorio, in affiancamento agli ormai tradizionali inLombardia e Lake Como. Un logo caratterizzato anche dallo slogan "Lecco, Land of Colors", oggetto nelle ultime settimane anche di un sondaggio a cui hanno preso parte 800 cittadini lecchesi per definirne i colori e proporre lo slogan migliore.

Presentato anche il catalogo delle esperienze outdoor 2022. Uno strumento che il Comune di Lecco ha voluto realizzare, in versione online e cartacea, per raccogliere le proposte presenti sul territorio. Le possibilità offerte da pubblico e da privato sono state organizzate in sette filoni: i rioni, i fiumi, le montagne, la media montagna accessibile, bici ed e-bike, il lago e i sapori. Per ciascuna sono fornite le informazioni principali, i contatti, i prezzi oltre al calendario. Il catalogo, stampato in diecimila copie, sarà distribuito a tutte le strutture ricettive della zona.

Spazio ai ragazzi

Dopo la presentazione ufficiale spazio ai laboratori per bambini e ragazzi che si sono tenuti in piazza Cermenati: flash mob, workshop di giocoleria, truccabimbi, palloncini, gessetti colorati e tante altre attività pensate per la fascia di età dai 3 ai 14 anni, anche in collaborazione ad alcune associazioni del territorio, hanno animato tutto il pomeriggio.

Dal tardo pomeriggio e per tutta la sera spazio agli artisti locali che si sono alternati sul palco di piazza Garibaldi, davanti a un pubblico di diverse centinaia di giovani: dj-set di Snpt, Slvr, Broke One, Afterhours, Reebs e Burning Disco e le esibizioni dei cantanti Pierfrau, Resq e Ogean,

Una giornata, quindi, all'insegna del connubio fra turismo e proposte per i ragazzi che il Comune aveva presentato in questi termini: «L'attrattività della città - aveva spiegato l'assessore **Giovanni Cattaneo** - parte dai più giovani. Musica e creatività come ingredienti per accendere ulteriormente la stagione turistica e spingere proposte che toccano la curiosità delle famiglie e animano le piazze. Crediamo nel futuro turistico di Lecco e per questo scegliamo di partire dai più piccoli per seminare una cultura dell'ospitalità e dalle famiglie per cambiare l'approccio forse ancora un po' troppo scettico ai percorsi professionali e alle professioni del settore turistico». Proprio negli scorsi giorni il Comune ha rivisto il regolamento sulla musica alla sera, permettendo per tutta l'estate ai locali di ottenere deroghe (che vanno richieste) fino alla mezzanotte.

Un momento di gioco in piazza Cermenati

©RIPRODUZIONE RISERVATA

LA PROVINCIA
LUNEDÌ 30 MAGGIO 2022

LA PROVINCIA
LUNEDÌ 30 MAGGIO 2022

Zamperini critica le spese «Il Comune fa l'influencer»

L'opinione
Interviene sul tema il consigliere FdI «Bene gli eventi ma troppi 38mila euro»

«Ben vengano gli eventi organizzati per i giovani, come quello di sabato, ma questa amministrazione spende troppo in comunicazione e immagine e troppo poco per le iniziative concrete». **Giacomo Zamperini**, consigliere comunale di Fratelli d'Italia riapre il fronte di discussione sul turismo.

«L'evento di sabato – attacca – è costato 18mila euro, in aggiunta ai 20mila già spesi per realizzare il nuovo brand cittadino. Si tratta di cifre importanti su cui l'assessore Cattaneo deve fare chiarezza: quanti di questi soldi sono stati utilizzati per organizzare l'evento e quanti in comunicazione e marketing?».

Per il consigliere di Fratelli d'Italia il tema è ancora più ampio: «L'amministrazione comunale - continua Zamperini - ci spieghi secondo quali criteri ha affidato 18mila euro a una società che mi risulta sia nata soltanto a marzo. Ci dicano come è stata scelta. Presenterò un'interrogazione per vederci chiaro su questo evento e su altri, anche a garanzia delle tante attività territoriali e giovanili che non sono state coinvolte».

Giacomo Zamperini

Una prima risposta arriva dalla determina dirigenziale con cui erano stati assegnati i 17.568 euro alla società E507 srl di Lecco per l'organizzazione dell'evento di sabato. Nel testo viene spiegato che è stato chiesto a tre società di presentare una proposta e che è stata scelta quella più rispondente alle esigenze dell'amministrazione. La strategia comunicativa prevedeva: affissioni di manifesti, produzione di materiale informativo, flash mob, campagne social con l'aiuto di influencer molto conosciuti a livello locale, pomeriggio per bambini e famiglie e concerto.

Zamperini mette in fila altre spese che a suo avviso necessitano chiarimenti: «Vengono spese cifre molto importanti non tanto per gli eventi, quanto per l'immagine. Ricordo i 70mila euro per la prima edizione di Lecco Ama la Montagna, i 14mila per noleggiare l'apeled, i 18mila per il concerto di luglio di Giovanni Allevi ai piani d'Erna, i 30mila euro in tre anni per un progetto legato al tema della sostenibilità». **S. Sca.**