

“Chi fa le spese dell'Abruzzo a due velocità”

Gent.mo Direttore, apprendo che il progetto di filovia dell'area metropolitana troverà il suo capolinea a Sambuceto, con grande soddisfazione del sindaco sangiovese Marinucci, che dichiara che «la linea di trasporto pubblico più importante dell'area metropolitana consentirà di facilitare la mobilità di studenti e pensionati fino a Pescara, con un mezzo rapido e ecologico». Premesso che l'area metropolitana Chieti-Pescara, come suggerisce anche la sua denominazione, non si ferma a Sambuceto, val la pena ricordare come anche una decina di anni fa l'allora senatore pescarese Glauco Torlontano tenesse particolarmente al progetto filoviario, al punto da indire una raccolta di firme tra i comuni della conurbazione. Nel frattempo Chieti ha allungato la sua rete filoviaria fino all'abitato di San Martino, periferia a confine con Sambuceto, ma non si capisce come mai la Regione non intenda raggiungere questa località e raccordarsi alla filovia già pronta e operativa, in maniera tale che gli studenti di Marinucci possano raggiungere anche la più vicina Università teatina. Ancora una volta ho l'impressione che la Regione voglia perdere la sua grande occasione per rendere un servizio realmente "metropolitano" e consentire ad i cittadini della conurbazione un più ecologico trasferimento di studenti, turisti che sbarcano all'aeroporto d'Abruzzo e cittadini in genere, di raggiungere anche la città all'altro capo dell'area metropolitana, spendendo il nome della quale si riescono ad intercettare fondi regional-nazionali-europei. Si ha sempre più l'impressione che tale area sempre più virtuale e coincidente solo con una mera espressione geografica, viaggi a due differenti velocità, all'interno della quale si opera a compartimenti stagni e per la quale non si assumono decisioni nella loro auspicata omogeneità.

Marino Valentini, Chieti

Per ora l'area metropolitana è un'espressione geografico-commerciale, ma non politico-amministrativa. Nel senso che le marche della grande distribuzione (Ikea, Megalò, Ipercoop, Decathlon...) non hanno nessun dubbio nel ragionare al di là dei comuni e dei campanili, collocandosi in posizioni che sfruttino un bacino di almeno 250 mila potenziali clienti. Le amministrazioni, invece, continuano ad alzare barriere ispirate ad antiche e anti-storiche diffidenze e gelosie. Ognuno ragiona nel suo piccolo e in questo modo si perdono occasioni di sviluppo, con il risultato di rendere l'Abruzzo sempre più marginale.

MAURO TEDESCHINI