

Nomi sbagliati e mappe lacunose: scoppia il caso sulla segnaletica turistica nel centro di Genova

di **Jenny Sanguineti**

03 Maggio 2016 - 15:06



Polemiche a **Genova** sulla segnaletica e le indicazioni turistiche nel centro storico, in diversi casi sbagliate e fuorvianti, come denunciato da commercianti e residenti. A portare l'argomento in consiglio comunale sono state le consigliere Clizia Nicoletta (Lista Doria) e Cristina Lodi (Pd), che si sono fatte portavoce delle numerose lamentele partite da chi vive e lavora nel cuore della città.

Il Comune di Genova aveva aperto un bando da 39.900 euro proprio per la creazione di nuova cartellonistica e mappe. Gara vinta da una ditta di Tarquinia. "Sulle mappe ci sono numerosi errori - esordisce Nicoletta - ad esempio piazza Banchi è diventata piazza Bianchi, provocando la giusta ira dei commercianti del centro storico".

Questo è stato uno dei primi e più importanti strafalcioni emersi, ma non ne mancano altri. "Da un'analisi più approfondita si può vedere che manca la stazione di Principe, il belvedere Montaldo, il logo dell'Acquario non è quello originale e conosciuto, manca l'indicazione precisa dei musei, non vengono contrassegnate le piccole attività locali, mentre c'è l'indicazione Eataly, cioè la pubblicità di un colosso della ristorazione che fa parte della grande distribuzione - denuncia ancora la consigliera - Chi arriva a Genova

trova messaggi lacunosi o sbagliati e questo progetto trasmette in maniera molto modesta la ricchezza del centro storico”.

La consigliera Lodi ha aggiunto alla lista altri errori, ad esempio piazza De Ferrari che sembra molto più piccola di quanto non sia in realtà. “Vorrei sapere chi pagherà per questi errori perché qui non si parla solo di un danno di immagine, ma anche erariale - precisa - Spero che non debba rimetterci il Comune di Genova”.

L’assessore alla Cultura Carla Sibilla ha spiegato che molti errori dipendono dalla provenienza della ditta che ha vinto la gara, originaria di Tarquinia. “Nonostante i molti sopralluoghi ci sono stati alcuni refusi, il cui ripristino, che avverrà in tempi brevi, sarà pagato dalla ditta - spiega - Eataly era stato segnalato perché sono i turisti che lo chiedono, ma verrà cancellato, mentre il simbolo semplificato dell’Acquario è stata una scelta grafica e creativa che il vincitore ha pensato di fare per rendere il luogo immediatamente riconoscibile per il turista visitatore”.

Le risposte hanno soddisfatto soltanto in parte le consigliere, in particolare Lodi. “Se una ditta vince un bando deve essere in grado di fare il lavoro - ha concluso - le mappe continuano a indirizzare le persone in luoghi sbagliati, quindi prego il Comune di verificare i danni patiti e comunque mi riserverò di chiedere una commissione sull’ argomento”.