

Flamenco, Amy Winehouse le pantofole di San Francesco Tutto questo è **“Meeting”**

di Annalisa Boselli

RIMINI. Che ci fa la figura di una cantante “profana” come Amy Winehouse tra i volti puliti dei giovani di Ci? O una danza sensuale come il flamenco per raccontare il Vangelo? Oppure una mostra dedicata a una religione quasi “senza Dio” come il buddismo?

Sono solo alcune delle esperienze che si possono fare fino a sabato quest'anno al **Meeting** organizzato da Ci alla Fiera di Rimini. E anche quest'anno, almeno a giudicare da ieri, quando di big in programma non ce n'erano poi troppi (eccetto un applaudito Roberto Formigoni a spasso per i padiglioni) e le sale erano pienissime di gente (famiglie con figli e giovani soprattutto), il trend (quasi un milione di persone) finirà per essere confermato.

Il segreto del successo? Ad accogliere ogni visitatore, lungo la passeggiata dai parcheggi all'ingresso, c'è una lunga lista di sponsor (Enel, Eni, Sky, Finmeccanica, Intesa San Paolo, Nestlé, Fiat, Wind, solo per citarne alcuni dei tanti che pagano per essere lì) nello stesso manifesto che reca la citazione di quest'anno «la natura dell'uomo è il rapporto con l'infinito». Che c'en-

trano questi simboli del materialismo più spinto con l'infinito? C'è un padiglione che è cosparso dei volantini di Confartigianato di Latina dal titolo: “Perché Confartigianato è presente al **Meeting?**”. Nel volantino raccontano la storia degli incontri del sabato degli imprenditori e professionisti associati, nati dopo l'enciclica Caritas in veritate, che hanno portato oltre all'arricchimento spirituale (loro la chiamano la «consapevolezza di un senso nuovo») a quello materiale («mettere in rete professionalità»). Da qui la scelta di essere al **Meeting**, un bacino d'utenza, tra relazioni umane e commerciali, enorme. Una vetrina di prim'ordine dove si possono trovare le maggiori imprese italiane (d'effetto la nuova motrice rosso fuoco delle Ferrovie dello Stato e davvero originale la mostra interattiva e multimediale di Enel per i cinquant'anni), ma anche imprese che ven-

dono peperoncini sott'olio come i fratelli Pellizzi, direttamente dalla Calabria.

E Rimini l'occasione di farsi vedere (perchè

quasi nessuno dei visitatori del **Meeting** va a visitare la città o al mare) non se la perde. Lo stand voluto da Comune, Provincia e Camera di com-

mercio dedicato al piano strategico ma anche alla promozione dell'entroterra è «un'occasione d'oro per avere rapporti con ministri e sottose-

gretari», racconta il funzionario Bruno Angelini. «Anche lunedì Gnassi era qui con Passera».

Ma veniamo allo spirito. Al **Meeting** c'è anche



Al **Meeting**
c'è spazio
anche per la
creatività
(Capparoni)

una reliquia, le pantofole di San Francesco, rigidamente tenute d'occhio da due monaci del monastero d'Assisi. Gli stessi che fanno avanti e indietro dal vicino stand che promuove il turismo religioso in Umbria. "Incontra San Francesco e visita l'ombra", recita il manifesto pubblicitario. C'è persino il menù del pellegrino. E le magliette, in un altro stand, con le frasi di Eugenio Co-recco, vescovo di Lugano (15 euro), ma con 3 euro porti via il catalogo.

Eppure, il piatto forte sono le mostre. La più quotata quella dei "Giovani per la crescita". C'è gente in fila da ore per vedere il lavoro del gruppo di giovani guidati da Vittadini. Altro che «generazione perduta», come l'ha chiamata Monti. «Noi abbiamo voluto raccogliere la sfida che ci lanciano gli adulti», racconta un ragazzo che guida i visitatori. «E dimostrare che non ci può essere crescita senza giovani, senza guardare al futuro». Dentro, video e testimonianze di chi ce l'ha fatta. Di chi ha avuto successo nonostante la precarietà del lavoro. «Abbiamo voluto dare esempi concreti di cosa sanno fare i giovani».

C'è pure una lista "Per non essere mai precari". «Non è il posto fisso che ci realizza ma la disponibilità alle circostanze», racconta Edoardo, che studia Economia alla Cattolica. «Se ho la certezza della vita, mi posso impegnare per avere di più».

Anche se non credi in Dio? «Sì, penso di sì».

E' così che Ci ha scelto di raccontare le debolez-

ze della società (i giovani) e di appoggiarsi ai modelli vincenti, all'attualità. Mai intuizione fu più azzeccata per avere successo. Basta guardare alla folla che c'è davanti alla mostra su "Rock'n'roll come ricerca dell'infinito". La fila dura ore. Tanto che, per intrattenere, un ragazzo recita al microfono le frasi che hanno lasciato i visitatori alla fine della mostra. «Vivi la vita senza pianificarla, ti sorprenderà». Sarà l'effetto esplosivo di Amy Winehouse o di Brian Eno che sono raccontati nella mostra.

