



**Cambio di look**  
In tanti ieri hanno passeggiato lungo via Vittorio Veneto, via Rismondo, via Guelfa fino a piazza Zucchi in occasione di Saione Mob

Identità e aggregazione: la voglia di rivincita di un quartiere dinamico tutto da vivere  
Mercatino delle Pulci, griffe e logo Alò, attività commerciali aperte: "Sfida vinta"

# Saione salotto, tra folla e brand Un successo la domenica "Mob"

## Rilancio

L'evento di ieri promosso da Oxfam Italia e Confesercenti

## AREZZO

■ Rivincita Saione. Quartiere festoso, solare e vivibile. Fiume di visitatori tra le bancarelle del Mercatino delle Pulci. Attività commerciali aperte per accogliere famiglie e aretini che hanno partecipato a Saione Mob, evento promosso da Oxfam Italia e Confesercenti in collaborazione con Comune, Confcommercio, Istituto Comprensivo IV Novembre, Mercatino delle Pulci, soggetti del terzo settore, associazioni e commercianti. La direzione artistica affidata a Silvia Ciarpaglini ha garantito che tutto si svolgesse nel migliore dei modi. Fin dalle prime ore del mattino in strada hanno preso forma gli stand. Spazio anche a tavoli e sedute dei pubblici esercizi. Di lì a poco è stato un boom di partecipazione. Migliaia le persone che hanno passeggiato lungo via Vittorio Veneto, via Rismondo, via Guelfa fino a piazza Zucchi. Un bellissimo



cambio look per il quartiere, in passato troppo spesso al centro di spiacevoli episodi. Scrolata di dosso un'etichetta nella quale chi vive e lavora a Saione non si era mai riconosciuto. E Saione è anche diventato un brand. A ruba la linea di abbigliamento con i loghi di Saione ideata da Alessandro Vegni. Una brillante azione di marketing condivisa con il fratello Francesco e il gruppo di amici Luigi Fratini, Giovanni Tarquini, Francesco Talladura, Francesco Giusti, Riccardo Dirindel-

li e Tommaso Quinti. Il gruppo di giovanissimi ieri si è divertito nello stand di piazza Saione da proponendo magliette e felpe griffate Saione. Gustoso anche il brand Alò Saione dell'associazione presieduta da Debora Testi. È Simone Lunetti dal suo negozio di via Curtatone di pasticcerie e dolci ad aver confezionato biscotti decorati con il logo di Alò Saione. Un quartiere in cerca di riscatto e che è riuscito a calamitare tantissime persone. "Saione non è il bronx" ha commentato l'asses-

sore allo sport Federico Scapechi dopo il taglio del nastro. "Sfida vinta" dicono all'unisono gli organizzatori "la festa è ben riuscita e Saione Mob è stata l'occasione per far incontrare tantissima gente". Scuola, comunità attività commerciali, associazioni, mix giusto per far vivere un quartiere dalle potenzialità ancora da scoprire e far emergere grazie alle energie di chi vive e frequenta Saione. Ed ecco chi ha collaborato: IC Francesco Severi, il Dialogo di Itis, La Sbilenka, Alò Saione, Unisi Dipartimento di Arezzo, Electra spa, Velocipede, Pratika, LaAV, Donne Insieme, Imago, Arcigay, Campagna Amica, Narrazioni Urbane, Unicoop Fi Sez soci Arezzo, Cas Colle del Pionta, Circolo Baobab, Csi comitato sportivo italiano, Quantiche, Fondazione Monnalisa, New Factory, Lab 20-30, Acb social inclusion, Legambiente, Koinè, il Casolino, la parrocchia di Saione, Instabili, I care.

**Alessandro Bindi**

## Etichetta

Via la solita definizione di zona difficile della città: luogo festoso e solare