

Il Natale s'allarga e guarda al tartufo

Numeri record per le iniziative delle festività a cura di Unpli e Regione: 260mila presenze e +10% rispetto al 2016. Coinvolte 18 agenzie viaggi, bevuti 18mila litri di vin brulé. Minardi: «Presto il sorpasso dei mercatini Altoatesini»

IL BILANCIO

VALLEFOGLIA Grazie ad un bilancio in crescendo è lecito pensare sempre più in grande. "Il Natale che non ti aspetti" il programma di iniziative natalizie che ha coinvolto tutta la provincia di Pesaro e Urbino ha visto un aumento a due cifre delle presenze sul territorio. Oltre il 10% in più per 260 mila presenze totali dal 25 novembre al 6 gennaio 2018, intervallo di tempo che racchiude in sé i 14 tra mercatini e manifestazioni natalizie nei Comuni.

Candele da traino

A fare da traino, oramai da diversi anni è quel Candele a Candelara che in questa edizione ha fatto numeri record (600 camper e 320 pullman), ma anche "E' Natale a Mombaroccio" e la Festa Nazionale della Befana ad Urbania confermano il loro grande successo oltre al segno "più" presente in tutti gli altri centri. L'Unpli provinciale e la Regione Marche sorridono. «Lo dicono i numeri ma soprattutto le prenotazioni e gli operatori che ci seguono (ben 18 le agenzie turistiche coinvolte, ndr) – spiega Damiano Bartocetti presidente provinciale dell'Unione Pro loco d'Italia – grazie al lavoro e all'impegno dei volontari delle pro loco locali e della rete

costruita con l'appoggio della Regione Marche stiamo imponendo il nostro brand in tutta Italia e all'estero. Abbiamo riempito le piazze durante gli eventi ma anche gli alberghi e le strutture ricettive di tutto il terri-

**Il presidente Bartocetti:
«Stiamo imponendo
il nostro brand»
Presto nuovi eventi**

torio, anche dei comuni dove non si svolgevano eventi. Abbiamo contato 18 mila litri di vin brulé e 25 quintali di castagne distribuiti.

Ancora numeri: 40 Tv, 14 radio, 72 quotidiani e 20 tra settimanali, mensili e periodici hanno parlato della rete di iniziative cui si aggiunge il web con i suoi 120 tra siti internet e blog e 79 testate giornalistiche online. Tutto ciò ha cambiato anche le abitudini turistiche. «Ora dopo

quello di Ferragosto il periodo Natalizio è il più vivace dal punto di vista turistico – spiega Fabrizio Oliva presidente dell'Apa – da fine novembre all'Epifania è un crescendo di prenotazioni mentre prima a dicembre si restava a "piangere".

«Questo successo è frutto del lavoro di squadra – ha spiegato Renato Claudio Minardi vicepresidente del Consiglio regionale che ha contribuito a far nascere e sviluppare il "brand" – ed

ora siamo alla pari con i mercatini dell'Alto Adige pronti al sorpasso. Ci sono due ipotesi coinvolgere nel brand anche il resto delle province marchigiane e allargare il pacchetto turistico anche alle fiere del tartufo». La seconda ipotesi sarà inizialmente la più attuabile ovvero includere nella promozione del brand natalizio anche tutti gli appuntamenti enogastronomici di Acquafredda, Sant'Angelo in Vado, Sant'Agata Feltria, Pergola e Apecchio. Dare cioè continuità turistica dall'estate al Natale aggiungendo le sagre autunnali del tartufo e dei prodotti tipici. S

Befana tutto l'anno

Unpli mira ad aprire la Casa della Befana di Urbania per tutto l'anno e attivare per le prossime festività natalizie una linea di autobus tra i diversi mercatini provinciali. Idee ambiziose per le quali servirà un giusto finanziamento da aggiungere agli attuali 60 mila euro che Regione e Pro loco forniscono in egual misura al "Natale che non ti aspetti". C'è la necessità di investire sempre più sulla sicurezza che, già quest'anno, ha visto la Questura gestire gli accessi a Candele a Candelara e l'aumento dei carabinieri in tutti i mercatini in veste antiterroristica.

Luca Senesi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lavoro di squadra per "Il Natale che non ti aspetti" tra Pro loco, Regione e Comuni