

Le Marche come le Dolomiti «E portiamo gli chef stellati nei nostri impianti sciistici»

Patto tra Regione, Atim e i 5 comprensori del territorio per l'offerta turistica
Bruschini: «La nostra idea è quella di promuovere la montagna in estate»

L'INIZIATIVA

ANCONA Le Marche come le Dolomiti. È questo l'obiettivo della nuova intesa tra i cinque comprensori sciistici della Regione, Marche Outdoor e l'Agenzia per il turismo e l'internazionalizzazione (Atim). Un'unica cabina di regia per concertare il cartellone della stagione invernale ma anche per studiare la promozione e la valorizzazione delle aree interne. O, per dirla come i pubblicitari, creare un brand unico e riconoscibile per la montagna marchigiana. E nonostante questo cammino sia appena cominciato - ieri la conferenza di presentazione alla Camera di Commercio di Ancona - di proposte sul tavolo ce ne sono già parecchie. «La nostra idea è

quella di promuovere la montagna in estate, mentre i turisti sono al mare» ha spiegato Marco Bruschini, direttore dell'Atim. Così, tra un bagno ed un gelato, ai frequentatori della costa si potrebbero far conoscere le bellezze paesaggistiche e le eccellenze culinarie dell'entroterra, un patrimonio sterminato ma ancora troppo poco valorizzato.

I vantaggi

Con vantaggi per tutti, come ha poi precisato Bruschini: «Dal mare si va alla montagna e poi dalla montagna si ritorna al mare. Nel mezzo ci sono anche le colline e così unifichiamo la promozione turistica regionale». Alla promozione a 360 gradi verrà poi accompagnata una

nuova organizzazione dell'offerta nei vari comprensori e lo si farà attraverso iniziative differenti, ma comunque unite da precisi fil rouge. Come l'enogastronomia. Ecco allora l'idea di portare gli chef stellati negli impianti sciistici delle Marche,

sfruttando l'occasione per valorizzare ulteriormente un'altra grande eccellenza: il tartufo. E la proposta piace. «Ci sembra di sognare, è un momento storico» ha confessato Fabrizia Lucchetti, che gestisce l'impianto sciistico sul Monte Nerone, in provincia di Pesaro Urbino.

I dati

Entusiasmo che va a braccetto con i dati sulle presenze turistiche nelle Marche: ottimi quelli passati e rosee le previsioni per il futuro. «I numeri della settimana pasquale ci fanno ben sperare» ha analizzato Bruschini. «La montagna è uno dei tasselli che compongono la variegata offerta dell'accoglienza delle Marche - ha ricordato il presidente della Camera di Commercio Gino Sabatini - che nella sua molteplicità propone snatura, cultura, enogastronomia e bellezza per un benessere a 360° del turista». Una buona notizia anche per le aree interne, visto che spesso chi visita la montagna ed i vari impianti cerca poi un posto per dormire nei borghi vicini. «Le montagne sono un traino per le aree interne, che senza di esse non possono sopravvivere» ha det-



to in maniera convinta Michele Oradei, impianto di Monte Catria. E ancora: «Sta arrivando il turismo quello giusto, quello che permette di creare nuove attività e che permette ai giovani di crearsi un futuro nel proprio territorio». Una questione che si ricollega al tema del rilancio delle aree colpite dal sisma del 2016. «Siamo nel pieno della crisi ed iniziative come queste diventano estremamen-

te importanti» ha sottolineato Silvia Bernardini, sindaco di Usita. Il nodo principale restano i fondi e questo, per fortuna, la Regione sembra averlo capito: 30 milioni di euro per gli impianti sciistici stanno per arrivare mentre post-Covid ne sono già stati erogati 2,7 milioni.

Antonio Pio Guerra

LUCCHETTI (MONTE NERONE): «È UN MOMENTO STORICO»

La conferenza di presentazione dell'offerta della stagione estiva ed invernale dei comprensori marchigiani ieri nella sede della **Camera di Commercio ad Ancona**



Peso:66%