

L'EVENTO

Secondo gli organizzatori l'indotto ha sfiorato i 500mila euro ed è stata garantita un'ottima visibilità mediatica. 1.500 le persone da tutto il mondo

Valeria Ghezzi: «Il turismo straniero è fondamentale. Il collegamento sciistico con Rolle e Ces-Tognola sarà la chiave di volta per il successo sul mercato sci»

«Jeep Camp, manna per il Primiero»

Depaoli: «Così si torna a parlare di noi»
Gubert: «Il nostro territorio svenduto»

MANUELA CREPAZ

Jeep Camp: polemiche o no, «i conti si fanno alla fine», aveva detto all'Adige nei giorni scorsi il presidente dell'Apt Smart Antonio Stompanato. E allora, eccoli snocciolati da Gianluca Le schiera, dell'agenzia Pelle che ha organizzato l'evento per FCA e Davide D'Amico, responsabile ufficio stampa Jeep. Saturato il 98% degli hotel di San Martino, ristoranti e negozi "invasi" da una clientela trasversale che per l'80% è composta da famiglie con bambini, una buona quota con cane al seguito. Insomma, un target con buona capacità di spesa di 1500 persone e 750 Jeep di cui circa 300 italiane e 60 da Medio Oriente, Qatar e Africa del Nord. Tutti i club europei erano rappresentati, con una prevalenza da Austria, Italia e Germania. I giornalisti accreditati hanno superato quota 200 di cui 20 dal Medio Oriente, 10 dal Giappone, 12 dalla Russia; 30 di loro dalla Germania, Marocco, Egitto, Francia e Italia, hanno deciso di fermarsi per l'intera settimana anziché i due giorni previsti. D'Amico esulta: «Il nostro obiettivo era superare il risultato del camp austriaco dell'anno scorso, il migliore di sempre. E con San Martino sapevamo che ce l'avremmo fatta: un paese superaccogliente, aeroporti vicini e la cartolina delle Pale di San Martino».

Un indotto che sfiora i 500 mila euro, visibilità mediatica garantita anche sul lungo periodo, ricettività sold out in una settimana di bassa stagione è la ricetta per rimpinguare la sofferente economia primierotta? L'Apt ne è convinta, la maggior parte degli operatori vede il Jeep Camp come una manna dal cielo e il sindaco di Primiero Daniele Depaoli lo conferma: «Per far rivivere i fasti del passato e far tornare a girare l'economia soprattutto di San Martino, ma anche di Primiero, credo che ci siano tante cose da fare. È fondamentale tornare a farci conoscere, tornare a far parlare di noi e del nostro territorio, delle bellissime montagne e quindi in quest'ottica

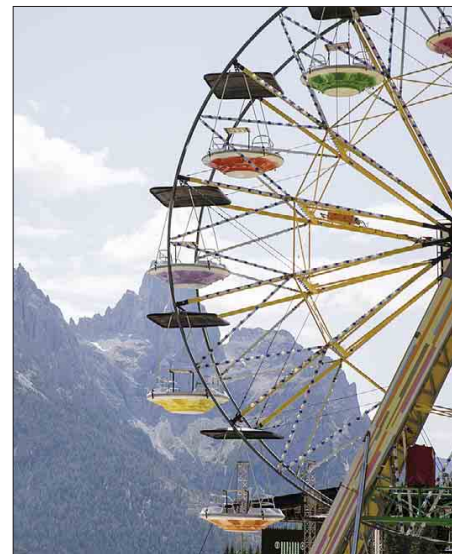


Sono state 750 le Jeep provenienti da tutto il mondo (foto Matteo Pavana)

eventi come il Jeep Camp, l'arrivo di tappa del Giro d'Italia o il Tour Transalp (17-18 luglio, ndr) sono importanti sia in Italia che nel resto d'Europa perché il turismo straniero manca nella nostra valle. Serve poi investire su infrastrutture, ciclabili, strade e in ottica soprattutto invernale, puntare al collegamento San Martino-Rolle e avere così un bel comprensorio sciistico per quanto abbastanza limitato dal punto di vista

dei chilometri di piste, ma può comunque dare un ottimo servizio e far sciarare tutti in uno degli scenari più belli del mondo». D'accordo pure Valeria Ghezzi, che a San Martino è proprietaria degli impianti Tognola e del Majestic Hotel Dolomiti: «Il turismo straniero è fondamentale: bisogna solo parlare un po' di inglese, andare incontro alle abitudini degli ospiti e stamparsi sulla faccia il più bel sorriso anche nelle giornate storte.

Ma per far venire i clienti d'Oltralpe bisogna andare sui mercati, valigetta in mano, e vendere il prodotto San Martino. Che, anche se mancano alcuni investimenti importanti, c'è. Il collegamento sciistico con Rolle e Ces-Tognola sarà comunque la chiave di volta per il successo sul mercato sci straniero. I grandi eventi ben gestiti come il Jeep Camp, il Giro d'Italia ma anche i concerti come quello di Moroder in aprile (pure quel-



La ruota panoramica con vista sulle montagne del Primiero

lo bombardato dalle polemiche ambientaliste, ndr) e le gare di orienteering di questi giorni sono fondamentali per attrarre pubblico e far girare il nome. La polemica ideologica continua con Parco, Sat e ambientalisti danneggia la località, ogni iniziativa e purtroppo alla fine anche l'ambiente stesso», è la sua conclusione. Ma non la conclusione delle critiche. Batte sul ferro ancora caldo Daniele Gubert, tra i primi a

scagliarsi contro il Jeep Camp, membro di giunta dell'Ente Parco: «Dopo anni di attivismo e impegno per un territorio più attento ai valori ambientali e consapevole del suo patrimonio naturale, fa veramente male vedere un gipone attraversare arditamente il Torrente Vanoi o un Luna Park installato dentro un'area protetta. Quello che sta accadendo ha tutte le caratteristiche di una svendita: ci siamo costruiti una reputazione che ci pare venuto il momento di monetizzare, come una banale asta sulla verginità. Eravamo una punta di diamante per la mobilità elettrica, alimentata dalla nostra energia pulita: oggi celebriamo il trionfo di giocattoloni endotermici sotto le maestose Pale di San Martino. Chi pensa che queste "carnevalate", dove per un giorno si trasgredisce alle regole e si può mancare di rispetto a tutto e a tutti anche solo evocando per immagini comportamenti non riproducibili nella quotidianità, possono diventare il nuovo paradigma per vendere turisticamente la montagna, accostandola alla nicchia del motorismo, è totalmente "fuori strada"».



Il palco realizzato con il legname caduto a causa del ciclone Vaia



Una delle vetture che attraversa il torrente Vanoi