

Turismo, l'entroterra parla olandese

I Paesi Bassi sono in forte crescita: più 30,8 per cento

RIMINI. Autorevole riconoscimento per *Montefeltro Vedute Rinascimentali*. L'Istituto italiano di cultura di Amsterdam ha invitato la Provincia e i responsabili del progetto "Mvr" a illustrare la ricerca che ha dato vita alle azioni di marketing territoriale, promozione e valorizzazione dei paesaggi che fanno da sfondo ai più importanti dipinti del Rinascimento rinvenuti nel nostro territorio.

Ancora riflettori puntati sulle colline, che fanno seguito a uscite sui principali media nazionali e internazionali, dal New York Times a Bell'Italia, dalla Russia all'Australia, a servizi televisivi

e a continue richieste di visite guidate.

L'appuntamento ad Amsterdam è per venerdì 28 giugno alle ore 18, presso la sede dell'Istituto per i Paesi Bassi: a raccontare le vedute rinascimentali e il territorio a giornalisti, operatori turistici, storici e accademici olandesi saranno il presidente Stefano Vitali e il responsabile del progetto Davide Barbadoro.

La scelta dell'Olanda non è casuale: fin dall'inaugurazione dei primi Balconi di Piero della Francesca, il 23 giugno 2012, è proprio l'Olanda a essersi dimostrata particolarmente attenta e interessata a Mvr, attraverso speciali sulle prin-

cipali riviste dedicate ai viaggi, alla gastronomia, al Made in Italy, o sui principali network radiofonici. E ora l'invito a presentare il progetto direttamente ad Amsterdam.

«Ricordiamo infatti - recita una nota della Provincia - che gli olandesi sono il primo cliente in termini assoluti dell'entroterra, cioè del prodotto che oggi promuoviamo attraverso il marchio Malatesta & Montefeltro. Superano gli italiani, i tedeschi, i russi e i francesi: +30,8% le presenze di turisti olandesi nel nostro entroterra rispetto al 2012 (ma anche un +9,4% nel 2012 in tutta la Riviera). Un mercato che

vale complessivamente quasi 350mila presenze annue (in forte e costante crescita). Un paese ancora più strategico turisticamente, considerato le difficoltà contingenti sul mercato italiano. Sono attratti da destinazioni a forte vocazione storica e culturale e non può esistere miglior biglietto da visita del Rinascimento e delle bellezze naturalistiche».