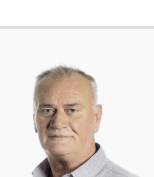


Natale in piazza Winterland sta abbagliando l'inverno dei locarnesi

Una punta di 15.000 presenze giornaliere e una previsione di 250.000 passaggi in 45 giorni nel villaggio allestito da Enjoy Arena che sta «spaccando» anche sui social – Esercenti e commercianti collaborano, apprezzando la formula inclusiva della manifestazione



©Chiara Zocchetti



MAURO GIACOMETTI

22.12.2023 06:00

Winterland sta decisamente facendo il botto. Il villaggio natalizio allestito in Piazza Grande, nato sulle ceneri di Locarno On Ice e progettato e realizzato in due mesi dal gruppo Enjoy Arena, sta catalizzando l'attenzione di migliaia di locarnesi e non. Fino a 15.000 persone al giorno nei giorni di punta, ci dice l'organizzazione, passa le sue giornate e soprattutto le serate tra cupole riscaldate, pista di pattinaggio e «Pavilion» degli eventi e dei concerti, tanto che il responsabile del progetto, Michael Lämmli, si sbilancia in un pronostico: «Se il bel tempo continua ad assisterci contiamo di arrivare a 250.000 presenze nei 45 giorni della manifestazione», ci dice.

Un successo reale, tangibile, testimoniato dalla sorpresa di chi arriva in Piazza Grande e vede scorrere immagini e video sui palazzi, tant'è che prima di aggirarsi tra bancarelle o «cupole» riscaldate prende in mano lo smartphone e filma o fotografa la «magia» di Locarno, condividendo poi sui social il suo passaggio a Winterland. L'effetto «wow» dunque è assicurato.

«Finora abbiamo avuto un grande consenso popolare e speriamo di continuare così fino al 7 gennaio.

Apprezzamento che ci è arrivato da chi s'è ritrovato nel villaggio ma anche dagli operatori della piazza, bar, ristoranti e negozi, e questo era anche il nostro obiettivo: rendere Piazza Grande inclusiva, aperta, con proposte di qualità e momenti di aggregazione per tutte le età».

Tombola popolare

E non è un caso che, da un'idea del municipale Davide Giovannacci, sviluppata dal Municipio, per gli over '70 in piazza sia nata la tombola popolare, con centinaia di anziani che a mezzogiorno si ritrovano nel «Pavilion», gustano un buon risotto e partecipano all'estrazione dei numeri e alla vincita dei premi messi a disposizione da sponsor ma anche da commercianti locali. Un'idea partita a manifestazione iniziata ma che sta anch'essa qualificando l'inclusività del villaggio natalizio locarnese.

Durante il fine-settimana e nei momenti liberi dagli impegni scolastici, poi, Winterland si dedica in particolare anche ai bambini con il Kids program by COOP e le 4 Supermamme di Minusio che propongono laboratori e giochi per intrattenere i più piccoli e le rispettive famiglie. Piuttosto che una sempre divertente pattinata nella pista di ghiaccio o una discesa dal toboga innevato, sempre molto frequentato da bambini e ragazzi. Poi dalle 17.30 c'è lo spettacolo, ogni ora, di un Palazzo Marcacci che si «anima» con la fiaba de «I pescatori di stelle», ideata e realizzata da Davide Grampa del CISA, il Conservatorio Internazionale di Scienze Audiovisive di Locarno, creazione multimediale che ha portato valore aggiunto alla manifestazione. «L'aspetto culturale, storico e anche spettacolare della favola raccontata dal CISA, il richiamo di un momento condiviso e che lanciasse anche un messaggio originale e di spessore, è stata una delle molle che da una parte ci ha dato più responsabilità e dall'altra ha mosso i social. Sono migliaia le condivisioni di filmati e foto con sullo sfondo Palazzo Marcacci e i «I pescatori di stelle», ci confida Chiara Fuchs che sta curando il marketing e l'immagine «social» di Winterland. E a proposito di merchandising, che dire del panettone Marnin e degli amaretti del Porto confezionati con l'immagine de «I pescatori di stelle».

Il magazine

Quindi il virtuale sta trascinando il reale, perché se su Instagram sono oltre 5.000 i followers a riempire la piazza poi servono strutture, attrazioni, gastronomia e un programma di concerti live e DJ set per tutte le età. «Winterland crescerà e sarà la manifestazione principale dell'inverno locarnese», dichiara il presidente di Ascona-Locarno Turismo Aldo Merlini nel magazine creato ad hoc e distribuito gratuitamente. Perché d'accordo i social, ma toccare con mano e leggere su carta il programma di Winterland è un'altra bella sorpresa.