Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 12/2007: 6.568
Diffusione 12/2007: 4.615
Lettori: n.d.
Quotidiano - Ed. Basilicata

LA NUOVA del Sud

Dir. Resp.: Donato Pace

02-GIU-2017
da pag. 13
foglio 1
www.datastampa.it

E per il ponte del Due Giugno dati incoraggianti secondo le stime di Federalberghi-Confcommercio

POTENZA - Pur se "a macchia di leopardo" con prenotazioni decisamente migliori a Maratea e per gli agriturismi, in linea con quanto rilevato nelle più recenti occasioni di vacanza, sono dati incoraggianti anche quelli che emergono in provincia di Potenza dalle previsioni turistiche per il 'ponte' del 2 giugno. È questo il commento del Presidente di Federalberghi-Confcommercio, Michele Tropiano. Spesa media 85 euro con una permanenza in albergo più lunga del precedente ponte primo maggio, almeno 2 giorni, grazie al calendario che ci aiuta e pacchetti a prezzi decisamente competitivi – aggiunge – sono tante le località della provincia che beneficeranno del nuovo afflusso turistico. E' importante dare rilevanza a questo risultato – sottolinea il Presidente degli albergatori – perché esso rappresenta la buona premessa rispetto all'apertura della prossima stagione: il 2 giugno in qualche modo dà il via con un trend positivo alle previsioni dell'estate 2017. Tra le mete più richieste a Sasso di Castalda il "Ponte alla Luna", che insieme al "Ponte inferiore Fosso Arenazzo", costituiscono due attrattori unici. L'attrattore di Sasso innanzitutto è nel Parco Nazionale Val d'Agri e pertanto è una delle tappe di escursionismo e visita al Parco al quale – dice Tropiano - continuiamo a guardare come grande opportunità di sviluppo delle attività di ricettività alberghiera, ristorazione, commercio e servizi. Di qui la promozione di specifici pacchetti soggiorno in albergo-mezza pensione e itinerario nei centri della val d'Agri e Melandro, con pacchetti che si allungano sino al fine settimana del 17 giugno prossimo in occasione dell'evento di moda e spettacolo a Viggiano con Valeria Marini. L'obiettivo di intercettare flussi turistici di nicchia, puntando su un turismo che regali emozioni a tante donne interessate alla moda made in Italy– sostiene il presidente degli albergatori – può essere centrato all'interno di una strategia intelligente, specie rispetto al recente passato quando non c'erano scelte di nicchia e tanto meno di attrazioni ed eventi. Una sfida – moda, cultura, sapori – che si pone l'obiettivo di rimettere la Val d'Agri al centro dell'interesse non solo per le "brutte" notizie legate al petrolio. Il turista spende sempre di più nello shopping e nella località di viaggio che ha scelto favorendo l'economia locale. La circostanza poi che il 93% di italiani che si muoveranno preferirà l'Italia per questa breve vacanza - aggiunge - acquisisce maggior valore non solo per l'economia interna ma anche per la valenza simbolica che essa assume: viene da pensare che si stia riconquistando una rinnovata passione per le bellezze del proprio paese.

data stampa
dal 1980 monitoraggio media