

## I FATTI DEL GIORNO

Confcommercio-Federalberghi traccia le tendenze del turismo dei prossimi mesi. La Basilicata è pronta

# "Insistere con i pacchetti Matera-Val d'Agri e con le esperienze emozionali e di cucina"

Tiene la voglia di pellegrinaggio e di visite a luoghi religiosi da "intercettare" con le sacre rappresentazioni della Via Crucis

POTENZA - La voglia di visitare una città d'arte rimane al primo posto; chi viaggerà nei prossimi tre mesi visiterà musei e farà acquisti: è la tendenza dell'indagine elaborata da Confcommercio-Federalberghi in collaborazione con l'Istituto Piepoli, che - sottolinea una nota di Confcommercio-Federalberghi Potenza - da noi si traduce in nuove opportunità da cogliere nei due filoni di offerta turistica più favorevoli, il turismo culturale ed ambientale, gli itinerari enogastronomici. Di rilievo tra gli italiani propensi a viaggiare nei prossimi tre mesi il 49% che sceglie città e località d'arte, il 26% di quanti abbinano il viaggio allo shopping e il 19% che ha come obiettivo la vacanza enogastronomica.

Il turismo - è scritto nella nota - rimane, comun-

que, anche in questo inizio del 2018, un driver della crescita economica italiana che ha registrato un aumento del prodotto interno lordo nel 2017 pari all'1,5 per cento, in crescita rispetto agli anni precedenti. È tuttavia da sottolineare che nonostante la forza di spinta del turismo, indubbiamente il valore del Pil è tra i più bassi rispetto agli altri paesi europei. Gli italiani rimangono relativamente ottimisti sulla situazione economica personale, dato che il saldo tra ottimisti e pessimisti ritorna ad essere positivo, anche se solo di due punti percentuali. Tornando all'indice, si evidenzia che il turismo culturale e dei luoghi d'arte resta l'elemento che trascina il settore, ma anche lo shopping tourism acquista sempre maggiore rilevanza. Nel prossimo trimestre quasi la metà di chi viaggerà ha intenzione di visitare musei, monumenti e mostre, mentre più di un quarto di fare shopping. Le città e le località d'arte saranno preferite da quasi un intervistato su due, mentre per il prossimo trimestre torna la voglia di mare visto l'approssimarsi della primavera. L'Italia si conferma la meta preferita di otto italiani su dieci e, in linea con quanto appena sottolineato sul ruolo del turismo culturale, per i prossimi mesi sono in cima alle preferenze dei viaggiatori



regioni quali Toscana, Lombardia e Lazio, seguiti da Trentino Alto Adige, Veneto e Puglia.

Ci stiamo preparando – commenta Michele Tropiano Federalberghi-Concommercio – per le festività pasquali che si presentano, come da tradizione, “a macchia di leopardo” con città e località d’arte decisamente avvantaggiate e con le località di montagne e più interne nella solita incertezza delle prenotazioni. Per questo dobbiamo insistere con la promozione dei pacchetti Matera-Val d’Agri, Matera-Melfese, Matera-Maratea, per citare quelli già pronti da tempo, approfittando della tendenza del turista verso esperienze emozionali e di buona cucina. Tiene inoltre la voglia di pellegrinaggio e di visite a luoghi religiosi (7% dei turisti dei prossimi mesi) che da noi va “intercettata” attraverso le sacre rappresentazioni della Via Crucis nel Vulture e la visita alle cattedrali. Non si sottovaluti l’effetto acquisti che per l’economia locale – dice ancora Tropiano – è un elemento decisivo per superare le note difficoltà dei nostri negozi di ogni genere merceologico.



no scorcio dei Sassi di Matera e di Maratea