

TURISMO
LA LUCANIA CHE GUARDA ALLA PUGLIA



La Basilicata, soprattutto per Matera e per gli impianti sciistici, è la meta preferita dei turisti che scelgono la Puglia.

A PAGINA 11

LA BASILICATA META DEI TURISTI PUGLIESI, RILEVA CONFCOMMERCIO

La Lucania che guarda alla Puglia

La Regione Puglia presenta gli eventi di Natale in co-branding

La Basilicata, soprattutto per Matera e per gli impianti sciistici, è la meta preferita dei turisti che scelgono la Puglia. "Dobbiamo essere positivi dopo le tante difficoltà che abbiamo incontrato negli scorsi anni. Le aspettative per il turismo montano sono buone. Da metà novembre, stanno arrivando prenotazioni per i pacchetti di Natale e Capodanno, questo è un segnale che ci fa essere fiduciosi". Così all'Adnkronos Michele Tropiano, responsabile della Fipe Confcommercio della Basilicata, sigla che riunisce aziende alberghiere e della ristorazione. In Basilicata le zone montane con affluenza turistica sono la Val d'Agri e la zona potentina ma gli impianti sciistici sono pochi e non sempre funzionanti. "Non ci è stato ancora comunicato - dice - quali saranno gli impianti sciistici aperti. Il nostro bacino d'utenza principale è la Puglia, regione dalla quale arriva il

maggior numero di presenze per la nostra montagna. Lunedì avremo un incontro con l'Apt per parlare di come valorizzare il nostro territorio visto che abbiamo la montagna di Viggiano, la Sellata Pierfaone. Preferisco - aggiunge - essere fiducioso. Noi che siamo imprese dobbiamo farlo". Rispetto al confronto con l'anno precedente, invece, per gli operatori è ancora presto per fare stime.

E LA PUGLIA SI ATTREZZA

E la Puglia si attrezza presentato gli eventi che animeranno le comunità pugliesi. Accoglienza, valorizzazione delle peculiarità territoriali, potenziale attrattivo: sono le parole chiave degli eventi co-finanziati dalla Regione Puglia a Natale. Si tratta delle 43 iniziative finanziate dal bando per il co-branding, selezionate su 59 proposte candidate, per un totale di oltre 665 mila euro a valere sul Fondo di Sviluppo e Coesione (FSC). L'avviso, lanciato lo

scorso ottobre dall'Agenzia regionale del Turismo (Aret) Pugliapromozione, supporta le iniziative dei privati come veicolo promozionale del brand Puglia sostenendo le spese per i servizi di comunicazione. Gli eventi, selezionati su tutto il territorio regionale e in programma dal prossimo 6 dicembre al 6 gennaio del nuovo anno, riguardano la promozione dell'arte moderna e la valorizzazione della street art, i percorsi a contatto con la natura, il teatro e la musica, le degustazioni delle tipicità enogastronomiche locali, i mercatini di Natale e tanto altro. Due le attività che propongono anche all'estero



Superficie 73 %

03015

sapori e tradizioni pugliesi, in particolare a Bangkok, in Thailandia, con "Sawasdee Puglia" dal 19 al 21 dicembre, con al centro la cucina natalizia pugliese e la sostenibilità alimentare, ed a Lussemburgo, con "Negramaro wine event", il 19 dicembre, per una giornata sul vino con masterclass e incontri di promozione sul vitigno salentino per eccellenza. "Scegliere di sostenere l'animazione e il marketing territoriale nel periodo di Natale significa da un lato offrire un'accoglienza che valorizzi tutto l'anno i prodotti turistici della nostra regione, dall'altro essere ancora una volta al fianco degli operatori nella sinergia pubblico-privato - dichiara l'assessore regionale al Turismo, Gianfranco Lopane. Il bando del co-branding ci permette di accompagnare le iniziative che trasferiscono valore aggiunto alla reputazione del brand Puglia e, viceversa, di promuovere le energie positive che vengono dai territori. Ci auguriamo che, in qualunque posto dove si respiri l'autenticità pugliese, residenti e concittadini temporanei vivano un clima di serenità e si sentano coinvolti in tutti i 43 eventi che finanziamo". Le proposte approvate da Pugliapromozione esprimono creatività e idee che daranno risonanza all'accoglienza pugliese, sia dentro che fuori i confini regionali in eventi come "Pu-

glia Zero Zero - Natale Circolare", mercatini natalizi tra Mattinata e Verona, e come "The Blues Brothers Christmas Edition", rappresentazione teatrale itinerante tra Campania, Lazio, Toscana e Sardegna. La promozione degli eventi avverrà anche online, sui canali social di Aret e Regione Puglia, attraverso i contenuti audiovisivi forniti dagli organizzatori. Questi faranno parte del più ampio racconto dell'accoglienza in Puglia nel periodo natalizio, al via nei prossimi giorni con un video a tema sugli stessi canali.

"Per il Natale, la Puglia si appresta ad essere accogliente e vibrante con oltre 40 eventi che si vanno ad aggiungere a tante altre iniziative pubbliche e private - dice il direttore generale di Pugliapromozione, Luca Scandale. L'azione del co-branding, che quest'anno si rinnova, ha uno scopo ben preciso visto che è rivolta a coloro che hanno già deciso di viaggiare in Puglia. Ai turisti natalizi offriremo un panorama variegato di iniziative, che verranno mano a mano aggiornate nella Sezione Eventi di Viaggiareinpuglia.it". "Lo avevamo anticipato che Natale e Capodanno avrebbero rappresentato per noi una fase estremamente importante di quest'anno - sottolinea il direttore del Dipartimento Turismo, Aldo Patruno -. Abbiamo analiz-

zato i dati del turismo ad ottobre e adesso guarderemo a questo fine anno. Direi che l'approccio al turismo in Puglia da parte dell'Assessorato e del Dipartimento al ramo è via mare, con una misura importante per favorire le crociere in Puglia; è via aria: proprio ieri Aeroporti di Puglia ha annunciato un incremento del 20% delle connessioni Ryanair tra Puglia e il resto dell'Europa e del mondo. E il nostro approccio è naturalmente anche via terra attraverso proprio il co-branding che mette in fila un serie di attività rilevanti in cui i privati sono protagonisti. Saranno, difatti, proprio loro a mettere in campo quelle azioni culturali, enogastronomiche, artistiche, di spettacolo, che animeranno il nostro territorio, in un momento complicato ma che ci conferma l'importanza di azioni ed eventi per rilanciare il commercio, l'attività economica, lo sviluppo, che servirà a far fronte al caro prezzi e ai limiti imposti di questa congiuntura economica. Ovviamente - assicura Patruno - le sorprese non finiranno qui". Nell'ambito dell'accordo pubblico fra Pugliapromozione e il Teatro Pubblico Pugliese, a cura della Fondazione del Carnevale di Putignano e delle Grotte di Castellana anche gli eventi "Natale ogni scherzo vale - Carnevale a Natale" e "Natale nelle grotte 2022".

03015

