IVG

Turismo, la Liguria chiude i ponti di Primavera con numeri da “tutto esaurito”

di **Redazione**
02 Maggio 2019 – 17:59

Regione. La Liguria chiude il periodo dei ponti di primavera registrando numeri da tutto esaurito sul fronte turistico. Dopo i feedback estremamente positivi da parte di albergatori e operatori sul periodo di Pasqua, e i numeri di marzo (dal 1 al 28 del mese +20,48% di arrivi e +8,12% presenze in tutta la Regione), i dati che emergono dai siti di prenotazione on line collocano la Liguria ai primi posti in Italia per tasso di affollamento delle strutture ricettive, con un tasso di “riempimento” del 90%.

“Come da tradizione, da levante a ponente, turisti non solo sulle spiagge, fatto che conferma come la regione sia sempre più meta privilegiata non solo di un turismo balneare ma anche culturale, escursionistico, sportivo e, ovviamente, enogastronomico. Particolarmente gettonati il monte di Portofino e i suoi sentieri, letteralmente presi d’assalto, utilizzando i battelli messi a disposizione nel Tigullio, ma anche Golfo dei Poeti con Lerici e Portovenere. Risultati oltre le aspettative anche per il ponente ligure, affollato oltre che sulle spiagge, anche sui sentieri dell’entroterra” commentano dalla Regione Liguria.

“Genova si conferma città d’arte di grande attrazione: dopo la grande performance del week end pasquale, con 11mila presenze nei musei (+42 % rispetto a un normale fine settimana di aprile), si sono riviste le code di fronte ai suoi palazzi storici. Un segnale incoraggiante anche in vista del tradizionale appuntamento con l’edizione 2019 dei Rolli Days, prevista il 4 e 5 maggio prossimi” precisano dagli uffici di pizza De Ferrari.

“I risultati che si delineano di fronte a noi, da una prima analisi e in attesa di quelli definitivi, sono particolarmente incoraggianti – hanno dichiarato il presidente di Regione Liguria e l’assessore regionale al Turismo –, a conferma del grande lavoro messo in opera da Regione Liguria, che ha raddoppiato le risorse stanziate per la promozione del territorio, nella consapevolezza del fatto che il turismo sia sempre più decisivo e strategico per questa regione”.

“Non si può non citare a questo proposito – aggiungono – la campagna ‘La Liguria è un’altra cosa’ diffusa nei principali aeroporti italiani e su grandi giornali internazionali. Una strategia di valorizzazione che si combina con efficacia ai miglioramenti sul territorio e alle iniziative di promozione varate grazie ai finanziamenti derivanti dall’imposta di soggiorno. Tutto questo contribuisce a rilanciare l’immagine della Liguria e posizionarla con forza come meta appetibile sia sui mercati nazionali che su quelli internazionali”.