

Siracusa con Catania e Ragusa meta appetibile in bassa stagione con "Sicilia d'inverno". Oggi la presentazione

C'erano anche il sindaco di Siracusa, Giancarlo Garozzo, e il presidente della Camera di Commercio aretusea, Ivan Lo Bello, alla presentazione ufficiale dell'iniziativa di destagionalizzazione turistica "Sicilia d'Inverno". Da mercoledì 19 febbraio e fino al 13 aprile chi vuole volare in Sicilia e pernottare, ad esempio, a Siracusa può farlo a prezzi convenienti sul portale www.siciliadinverno.it. Con Garozzo e Lo Bello c'erano anche il sindaco di Catania, Enzo Bianco, il segretario generale della Camera di commercio di Catania, Alfio Pagliaro e i rappresentanti Sac (Società aeroporto di Catania). "Sicilia d'inverno" è infatti promossa dal gestore dello scalo etneo in collaborazione con le Camere di commercio di Catania, Siracusa e Ragusa e con Siracusa Turismo. Finalità dell'iniziativa, che nasce dal felice esperimento "Siracusa d'inverno", è incrementare i flussi d'arrivo durante il periodo di bassa stagione, uno degli aspetti più deboli dell'offerta turistica in Sicilia.

I prezzi offerti sono concorrenziali anche grazie ad un contributo di viaggio rimborsato dagli albergatori per incentivare le presenze di visitatori provenienti dall'Italia. Ivan Lo Bello ha evidenziato come "la Camera di commercio di Siracusa, da sempre in prima linea nel cercare come possibile di implementare i flussi turistici diretti verso la Sicilia orientale, punti molto sul programma che ritiene davvero una modalità esemplare per lo sviluppo dei territori".

“Il progetto – ha spiegato Seby Bongiovanni, presidente del consorzio Siracusa Turismo – “propone una destinazione molto appetibile come il Sud Est della Sicilia attraverso un’azione di marketing innovativo che viene incontro alle esigenze e alle aspettative dei viaggiatori, con una proposta ricca di offerte e che centra anche importanti obiettivi strategici per lo sviluppo futuro: mettere insieme centinaia di albergatori su un progetto condiviso, permettere un riscontro economico immediato agli operatori, consentire un ritorno mediatico in grado di accrescere in termini positivi la popolarità e la reputazione della destinazione, e quindi a renderla più competitiva”.