

Bene l'Umbria, in tutti i sensi: il territorio la vera risorsa - GuidaViaggi

Dal Trasimeno ai borghi, da Gubbio alla Valnerina, dai tartufi al rafting, dall'enogastronomia ai cammini religiosi e no. E poi arte, cultura, stile di vita perfetto non solamente per una vacanza ma anche per la workation.

Il turismo come strumento

“L'Umbria non è più solo una terra di passaggio – ha dichiarato Simona Meloni, **assessore regionale al turismo, al Pnrr, alle politiche agricole e agroalimentari, alla montagna e alle aree interne, ai parchi e ai laghi, e allo sport** – : oggi vogliamo raccontarla con tutti e cinque i sensi, come narra il teaser della nuova campagna. È una regione con 92 comuni, 59 dei quali sono area interna, che si ascolta, si tocca, si assapora, si guarda con **lentezza e autenticità**. Vogliamo promuovere un'idea di turismo identitario che non si limiti alla visita, ma diventi esperienza, scoperta e, perché no, anche scelta di vita. I nostri asset strategici sono i **cammini spirituali**, soprattutto in un anno come questo del **Giubileo**, ma anche come il prossimo anno che celebra dell'**ottocentenario della morte di San Francesco, le eccellenze enogastronomiche, i borghi silenti delle aree interne**. Vogliamo **legare sempre più turismo e agricoltura** e far sì che la bellezza dell'Umbria diventi anche **produttività, redditività, Pil**. Il turismo non è la risorsa, è lo **strumento**: la vera **risorsa è il territorio**“.

“Ci impegniamo – ha proseguito – per una promozione coerente: se l’Umbria è il cuore verde d’Italia, dobbiamo esserlo davvero, tutelando anche la sentieristica e regolando l’accesso ai boschi. Il futuro passa per uno **sviluppo sostenibile, diffuso, intelligente**. E passa anche da un’idea di **residenzialità** innovativa: l’Umbria non è solo da visitare, ma da vivere, anche grazie allo **smart working e alla digitalizzazione** dei territori meno connessi. Siamo pronti a **rispondere al cambiamento delle stagioni turistiche**. I comportamenti cambiano, le estati si allungano, e noi dobbiamo **garantire servizi e accoglienza anche fuori dai periodi canonici**. Quindi è un’Umbria a 360° quella che vogliamo promuovere, **aperta tutto l’anno**”.

A segno più

Il turismo in Umbria continua a mostrare segnali positivi. Nel periodo gennaio-aprile 2025, il “cuore verde d’Italia” sfoggia dati che confermano l’attrattività della destinazione anche se, come ha sottolineato l’**assessore Meloni** “non abbiamo fatto ancora abbastanza. Possiamo migliorare e dobbiamo costruire una strategia integrata”.

Gli arrivi complessivi raggiungono quota **668.088**, con un incremento dell’**1,2%** rispetto allo stesso periodo del 2024. I dati evidenziano un forte aumento degli **arrivi stranieri (+16,3%**, pari a **167.030 persone**) e un leggero calo di quelli italiani (-3%).

Le **presenze totali** crescono dell’**8,5%**, superando **1,6 milioni**. In netto aumento l’internazionale (**+25,8%**) che si attesta a **476.364 presenze** mentre quelle italiane registrano un **+2,7%** per un complessivo di **1.159.207**.

Aumentano inoltre le **strutture ricettive (+14,6%**, 7.992 unità) e la **permanenza media (+7,2%**, pari a 2,4 giorni).

Nel solo mese di **aprile 2025** (i dati non comprendono ancora la valutazione globale dell’effetto ponti di primavera), la regione ha registrato **278.516 arrivi (+2,1% vs 2024)**, con una marcata crescita dei visitatori stranieri (**+9,4%**, pari a **84.460 persone**). In lieve calo gli arrivi italiani (**-0,8%**).

Le **presenze complessive** hanno raggiunto quota **655.079**, segnando un incremento del **9,3%**. Decisivo l’apporto del turismo internazionale, che con **224.549 presenze** cresce del **19%**, mentre le presenze italiane aumentano del **4,8%**.

Autenticità il valore aggiunto

Secondo **Giorgio Mencaroni**, presidente Camera di Commercio dell’Umbria, “il turismo è una **leva strategica per lo sviluppo** del sistema territoriale e produttivo dell’Umbria. Come Camera di Commercio, rappresentiamo il mondo delle imprese,

dall'agricoltura al terziario avanzato, e siamo convinti che l'**autenticità sia il vero valore aggiunto** della nostra regione. Ma l'autenticità va preservata: servono politiche attente all'equilibrio tra residenti e visitatori, evitando fenomeni di eccesso di flussi. Rigenerazione urbana, valorizzazione dei borghi, promozione delle eccellenze locali – dall'olio all'artigianato, dalla birra al cioccolato – sono azioni concrete che portiamo avanti con convinzione. L'Umbria deve farsi conoscere per quello che è: vera, autentica, capace di innovare nel rispetto della propria identità”.

“Abbiamo anche investito nella formazione e nella promozione culturale – ha aggiunto -, come dimostra il progetto **Mirabilia** con il corso universitario dedicato ai siti Unesco meno noti. Ma per crescere davvero serve un **impegno condiviso**: non solo dagli **imprenditori**, che già si stanno adattando alla nuova domanda turistica, ma anche dalle **istituzioni**, soprattutto sul fronte delle **infrastrutture**. Non possiamo pensare di attrarre nuovi flussi senza rendere il **territorio più accessibile**“.

Umbria unicum

“L'accoglienza, i servizi e il decoro – ha affermato **Federico Gori, sindaco di Montecchio e presidente Anci** – sono elementi fondamentali per la percezione che il turista ha di un borgo o di una città ed è su questi aspetti che l'Umbria ha costruito, con impegno e visione, la propria **identità turistica**. La pandemia ci ha spinto a riscoprire l'**autenticità** dei nostri luoghi, che da sempre rappresentano il valore più vero della nostra regione. Con 62 comuni sotto i 5mila abitanti e 33 tra i Borghi più belli d'Italia, l'**Umbria è un unicum di storia, spiritualità e bellezza diffusa**. Abbiamo investito non solo in reti di accoglienza, ma soprattutto in un cambiamento culturale, facendo comprendere a chi lavora sul territorio – ristoratori, operatori, amministratori – quanto sia centrale la qualità nell'offerta turistica. Oggi sentiamo una nuova fiducia: la Regione è al nostro fianco, la Camera di Commercio svolge un ruolo imprescindibile e questo ci fa capire che puntare su un turismo lento, autentico e rispettoso è la **strada giusta**”.

Appuntamenti per tutti

La regione si presenta con una proposta variegata che unisce musica, teatro, arte, natura, enogastronomia ed esperienze immersive. Il cartellone estivo 2024 (di seguito solo una piccola parte del palinsesto, il **programma completo qui**) punta su **autenticità, sostenibilità e coinvolgimento sensoriale**, promuovendo il **turismo lento e valorizzando borghi, cammini, prodotti tipici e paesaggi unici**.

Festival musicali e culturali: dal *Chroma Festival* di Bastia Umbra (5-8 giugno) dedicato a sperimentazione e linguaggi urbani, al *Festival dei Due Mondi* di Spoleto (27 giugno – 13 luglio), eccellenza internazionale con oltre 700 artisti da 13 Paesi. Non mancano *Moon in June* al Lago Trasimeno, *Dancity* a Montefalco e *L'Umbria che Spacca* a Perugia (2-6 luglio), che celebrano musica, elettronica e inclusività, e il rinomato *Umbra Jazz* (11-20 luglio). È stata da poco inaugurata presso la Rocca Maggiore di Assisi la mostra *Peace on earth – Banksy* con oltre 100 opere dell'artista britannico.

Outdoor e cammini: innumerevoli sono i percorsi immersivi nella natura come la *Greenway del Tevere* e il *Cammino dei Protomartiri Francescani*, tra i 10 più apprezzati d'Italia, insieme alla *Spoletto-Norcia in Mtb* e alle passeggiate sul Trasimeno. Novità 2025 il *Palio delle Barche Family Trail* (1 km) e *Easy Route* (40 km).

Eventi storici e rievocazioni: la *Giostra della Quintana* a Foligno, il *Mercato delle Gaitte* a Bevagna, il *Festival del Medioevo* a Gubbio (18-22 settembre) e *Todi Festival* (30 agosto – 7 settembre) con focus su teatro e letteratura contemporanea.

Enogastronomia: il **cioccolato**, protagonista del progetto Lab, che porta alla futura Città del Cioccolato a Perugia, ma anche il tartufo nero e bianco, i vini, la birra e l'olio, i formaggi e la norcineria. **pol**

