

Turismo: il "brand Umbria" acquista appeal sui media internazionali

Domenico Carelli - 14/08/2015



Umbria

THE MUSIC HEART OF ITALY

PERUGIA, 14 AGOSTO 2015 – Da un recente studio dell'Osservatorio sull'immagine internazionale dell'Umbria emerge che il "brand Umbria" gode di ottima salute, arrivando ad occupare il quinto posto nella lista delle dieci regioni italiane più citate all'estero, in coda a Lazio, Toscana, Veneto e Lombardia. Si tratta senza orna di dubbio di una rinascita, favorita dalla diversificazione dell'offerta di prodotti e servizi turistici, dalla produzione enogastronomica di alta qualità, da apprezzate rassegne culinarie e culturali come l'*Eurochocolate* di Perugia, l'*Umbria Jazz* e il *Festival dei Due Mondi di Spoleto*, e, non da ultimo, dal turismo religioso.

Per l'assessore regionale al turismo Fabio Paparelli, i «dati raccolti dall'Osservatorio – si legge in una nota ufficiale – dimostrano che la strada intrapresa dalla Regione di rafforzare il brand Umbria, come sintesi delle peculiarità ed eccellenze dei nostri territori, è quella giusta. L'Umbria ha saputo ritagliarsi non solo sulla stampa, ma anche sui mercati nazionali e internazionali uno spazio ben definito, caratterizzante, in qualche modo unico e per questo capace di creare attrattività e di essere di interesse per i visitatori».

«Dobbiamo fare ora un ulteriore passo avanti – incalza Paparelli - perché il "marchio" Umbria, cuore verde d'Italia, sia immediatamente riconoscibile e percepito come di straordinaria qualità, ciò attraverso una più stretta e piena integrazione ed interazione tra attività promozionale e commercializzazione delle risorse e delle eccellenze regionali. Il raggiungimento di questo ulteriore obiettivo, che avrà ricadute importanti sull'intera economia regionale, è fra i nostri impegni di legislatura, affinando strumenti, azioni e provvedimenti secondo un visione innovativa, unitaria e orientata a produrre il massimo risultato con le risorse disponibili».

Domenico Carelli

(Foto: democraticiregioneumbria.net)