

Il turismo del Natale raddoppia in cinque anni

Nell'ultima parte del 2018 arrivi inferiori solo ad agosto. Rispetto al 2017 crescita del 20%

GUBBIO Il Natale ha registrato il pienone. Rispetto al 2013 c'è stato un aumento del flusso turistico del 100,4% degli arrivi e dell'88,7% nelle presenze. Dicembre è di fatto diventato il secondo mese dopo agosto per arrivi e il terzo per presenze. La maggiore presenza è degli italiani (provenienti da Lazio, Lombardia, Veneto, Toscana ed Emilia Romagna, quest'ultima in flessione) rispetto agli stranieri che arrivano da Paesi Bassi, Regno Unito, Germania, Belgio e Francia. In ogni caso Gubbio è la città che più di tutti in Umbria cresce in quanto a turismo e l'Albero di Natale più grande del Mondo rappresenta il simbolo della ripresa. Trend positivo anche per ciò che riguarda il periodo che va da gennaio a novembre. C'è stato infatti un incremento considerevole: circa un +20% circa negli arrivi e un +11,57 nelle presenze rispetto al 2017, in aumento anche sul 2015 prima della fase critica del post terremoto della metà del 2016. Sono entrati nelle casse comunali circa 230mila euro di tassa di soggiorno.

A livello regionale il bilancio dell'Umbria chiude con oltre 6 milioni di presenze.

Durante i lavori della Consulta del turismo è stato detto che: "Il tutto è frutto della programmazione e di investimenti importanti per il riposizionamento della Regione, con oltre 4 milioni di euro e nel 2018 con 2 milioni e mezzo che **saranno** mantenuti nel 2019". Tra gli elementi centrali veicolati dall'Umbria, l'immagine dell'Albero di Gubbio. Il **sindaco Stirati** ha detto: "Si è chiuso un anno segnato da grandi eventi (come il Festival del Medioevo), appuntamenti sportivi, mostre di risonanza nazionale. Ora occorre alzare l'asticella. Il vanto di squadra tra pubblico e privato, il ruolo di coordinamento svolto dal **Comune** hanno prodotto un risultato economico che ha ridato ossigeno al settore.

Tra gli obiettivi il rilancio di un appuntamento tutto nuovo sul Tartufo Bianco e la promozione dei nostri prodotti eno-gastronomici".

L'**assessore** Fiorucci sulle strategie future ha detto che Natale, cicloturismo, attività a contatto con la natura, la Via di **Francesco**, la gastronomia, il turismo culturale, pacchetti famiglia, relax e wedding sono gli ambiti su cui sarà focalizzata l'attività di marketing turistico. Il marchio De.Co. per la valorizzazione delle attività agroalimentari e artigianali aiuterà a sviluppare standard di qualità e alleggerirà ai prodotti turistici, con attenzione anche al fattore estetico (arredo urbano, applicazione del regolamento sull'ornato), alla sicurezza, alla gestione del traffico e dei parcheggi.

Il turismo del Natale raddoppia in cinque anni
Nell'ultima parte del 2018 arrivi inferiori solo ad agosto. Rispetto al 2017 crescita del 20%

Lettere e musiche nel nome di Primo Levi
Iniziativa dell'associazione Famiglie Quaranta Martiri per ricordare l'eccidio nazifascista

Pellegrini sulla Via di Francesco, pronta la nuova cartolina
Autore per il 2019 è Mattia Pierini. Quelle realizzate nel 2013 e nel 2016 sono state consegnate a Papa Francesco