



Regione Umbria - Assemblea legislativa

QT 8 - “Nuove modalità di promozione turistica dell’Umbria e partecipazione al Travel Experience 2025”

23 Ottobre 2025

In sintesi

Interrogazione di Cristian Betti (Pd), l’assessore Simona Meloni risponde: “L’Umbria si è presentata come unico brand e come in passato c’è stato un ottimo riscontro. L’obiettivo è lanciare l’Umbria come ‘stile di vita’

(Acs) Perugia, 23 ottobre 2025 - L’Assemblea legislativa dell’Umbria ha discusso l’interrogazione a risposta immediata (question time) sulle “Nuove modalità di promozione turistica dell’Umbria e partecipazione al Ttg Travel Experience 2025”, presentata dal consigliere regionale Cristian Betti (Pd), che chiede alla Giunta “quali innovazioni la Regione Umbria ha realizzato nel campo della promozione turistica, anche attraverso il nuovo modello presentato al Ttg Travel Experience 2025, ma anche quali ulteriori azioni si intendano mettere in campo per consolidare il posizionamento dell’Umbria come destinazione turistica di qualità”.

Illustrando in Aula l’atto ispettivo Betti ha spiegato che “il turismo rappresenta per l’Umbria uno dei principali motori di sviluppo economico, culturale e sociale, oltre che un elemento fondamentale dell’identità regionale. La Giunta regionale ha voluto imprimere un nuovo slancio alla promozione turistica, orientandola verso un modello più integrato, esperienziale e capace di raccontare in modo unitario le diverse identità territoriali. In questo quadro, la partecipazione dell’Umbria al Ttg Travel Experience di Rimini 2025 ha costituito un importante momento di visibilità e sperimentazione di nuove modalità di promozione. L’iniziativa ha visto la collaborazione dei Gruppi di azione locale (Gal) e la realizzazione di un racconto che ha intrecciato storia, folklore, cibo, materie prime ed eventi, delineando una nuova idea di promozione dell’Umbria, capace di coinvolgere i visitatori “in cinque sensi”.

L’assessore Meloni ha risposto che “la nostra presenza è stata anche in continuità con quanto fatto negli anni precedenti. L’Umbria si è presentata come unico brand e come in passato c’è stato un ottimo riscontro. Il TTG di Rimini ha rappresentato un momento strategico per il rilancio dell’innovazione della politica regionale di promozione turistica perché, attraverso il ‘teatro del gusto’ (show cooking) e soprattutto coinvolgendo i 5 Gal che rappresentano l’intero territorio regionale che hanno esaltato il legame tra i prodotti tipici, esperienze sensoriali e attrattività turistica, proponendo quindi un modello di turismo esperienziale, fondato sull’identità territoriale. Abbiamo portato circa 30 operatori del settore. Il nostro stand è stato visitato dal ministro Santanchè, dal Presidente di Enit e di quello nazionale di Federalberghi. Il nostro allestimento è stato improntato alla rappresentazione autentica dell’Umbria, forte della sua tradizione identitaria: l’Umbria verde con le sue piante autoctone, ma anche l’ulivo e altre. Ogni Gal è stato affiancato da una testata giornalistica che continuerà, nei prossimi mesi, a promuovere l’Umbria ‘dei sensi’. L’obiettivo è lanciare l’Umbria come ‘stile di vita all’aria aperta”.

Nella replica, Betti si è detto “pienamente soddisfatto della risposta. Sono convinto che questa strategia integrata rappresenti la strada giusta per valorizzare al meglio le enormi ricchezze della nostra regione. Invito quindi l’assessore ad andare avanti su questa strategia che riteniamo giusta, corretta e che porterà ottimi risultati”. AS/

Source URL: <http://consiglio.regione.umbria.it/informazione/notizie/comunicati/qt-8-nuove-modalita-di-promozione-turistica-dellumbria-e>

List of links present in page

- <http://consiglio.regione.umbria.it/informazione/notizie/comunicati/qt-8-nuove-modalita-di-promozione-turistica-dellumbria-e>