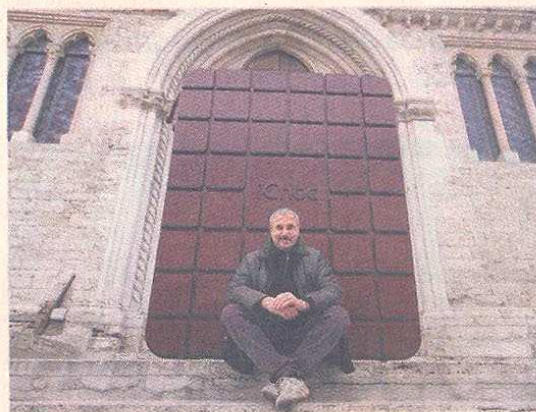




Dai festival 40 milioni agli alberghi perugini



ICHOC

L'edizione 2012 si svolgerà a Perugia dal 19 al 28 ottobre. Titolo: «IChoc, appliciamoci», e si aprirà al Web 2.0, ai social network e alla tecnologia smartphone. Il lancio ufficiale, con il presidente Eugenio Guarducci (nella foto, davanti a un'installazione di cioccolato in piazza IV novembre) si terrà il 12 ottobre

di Ivano Porfiri

In principio era solo Umbria Jazz con le centinaia di sacchi a pelo lungo corso Vannucci. A un anno dal suo quarantennale, la kermesse musicale si ritrova attornata da Eurochocolate, Festival internazionale del giornalismo, Festarch (festival dell'architettura), Festival dell'energia. Fuori da Perugia, eccezione fatta per gli storici Festival dei Due Mondi a Spoleto e Festival delle Nazioni a Città di Castello, sono nati Trasimeno Blues in riva al lago, ma anche Umbria Jazz Winter a Orvieto. Insomma, quello dei festival è diventato un vero e proprio business per una regione che, prima di altre, ne ha intuito le potenzialità.

Secondo una stima di Federalberghi, nel comprensorio perugino il turismo collegato agli eventi muove il 7-8% degli oltre 1,2 milioni di presenze annuali. Considerando che nel settore alberghiero il prezzo medio di una camera durante Umbria Jazz o Eurochocolate si attesta in media sugli 80 euro a notte, cifra che si abbassa, ma non di troppo, per i pernottamenti in strutture extra-alberghiere, si arriva a un totale di introiti superiore ai 7 milioni di euro. Un'analisi ad hoc sul giro di affari mosso dagli eventi culturali, fatta dall'Università di Perugia, mostra come la spesa del settore alberghiero valga circa un quinto del valore aggiunto mosso dalle kermesse, il che vuol dire che per il solo capoluogo umbro si arriva a cifre non troppo lontane ai 40 milioni di euro annui. Quanto il fatturato di una media azienda. «Ci sono eventi ed eventi - chiarisce il direttore di Federalberghi Umbria, Rolando Fioriti - Di certo per i grandi festival si raggiungono per-

centuali di occupazione delle stanze anche dell'80% quando la media annuale non supera il 30%». Un'indagine a campione realizzata da Unioncamere evidenzia, ad esempio, come per gli alberghi perugini Eurochocolate nel 2011 sia valsa il 6,5% del fatturato annuo, Umbria Jazz il 7,34 per cento. «Accanto a questi mostri sacri - aggiunge Fioriti - si stanno imponendo manifestazioni come il Festival del giornalismo e Festarch, che stanno dando riscontri molto interessanti».

Se gli altri centri umbri si concentrano cia-

ALIMENTARE E MUSICA

Nel comprensorio perugino il turismo collegato alle kermesse muove il 7-8 per cento del milione e 200mila di presenze annuali registrate

scuono su un evento, il capoluogo pare, infatti, aver imboccato decisamente la strada del "festivalificio" a cielo aperto. E le spiegazioni sono chiare. «Chi viene a Perugia per la musica, il cioccolato, l'architettura o il giornalismo - spiega il sindaco, Wladimiro Boccali - trova un contesto ideale: il meglio per la materia di cui è appassionato inserito in luoghi unici per storia, paesaggi, cucina. Un connubio perfetto difficilmente replicabile altrove». Di contro, l'Umbria ha un ritorno d'immagine evidente. «Questi festival sono un elemento di promozione turistica formidabile» spiega l'assessore regionale al Turismo, Fabrizio Bracco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA