



# MINISTERO DEL TURISMO

## PROGRAMMA DI COMUNICAZIONE 2026

Anno 2026



## 1. Scenario di riferimento

Il **Ministero del Turismo** cura **la programmazione, il coordinamento e la promozione delle politiche del turismo nazionali**, nell'ambito della competenza dello Stato, in rapporto con le Regioni e con gli Enti locali, in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI), con le Istituzioni Europee e con gli Organismi sovranazionali, nonché con le Associazioni di categoria e le Imprese.

Il Dicastero è responsabile della **pianificazione e implementazione delle politiche turistiche nazionali ed europee, valorizzazione dei territori montani e delle aree interne, promozione dell'offerta turistica e dei servizi, tutela e assistenza ai turisti, iniziative per un turismo sostenibile, accessibile e innovativo, gestione di fondi strutturali e promozione degli investimenti**.

Il settore turistico ha registrato, nell'ultimo biennio, **un trend di crescita costante**. L'anno 2024 ha stabilito un record di flussi, con 466,1 milioni di presenze turistiche (+2,5% sul 2023), il 2025 si avvia alla conclusione con risultati che sembrano ancora più significativi, con un'ulteriore crescita del 2,3% sull'anno precedente e in aumento anche l'impatto sul PIL, che si dovrebbe assestare sui 237,4 miliardi di euro (+3,9%), 185 miliardi di euro di spesa turistica (+4%) e l'occupazione di circa 3,2 milioni di personale di settore (+6,7%).

Un andamento che, accompagnato da flussi sempre più rilevanti anche nelle stagioni tradizionalmente di basso afflusso turistico, e conferma l'efficacia delle politiche sul turismo messe a terra dal Dicastero, con gli interventi strutturali su lavoro, sulla formazione professionale, sulla mobilità, per l'attuazione delle strategie di destagionalizzazione, di sostenibilità e di qualità, al centro dell'agenda del Ministero. A confermare la centralità che l'Italia ha assunto nel panorama turistico internazionale, **il 2025 è stato l'anno anche del primo WTTC Global Summit mai ospitato nel Belpaese**.

## 2. Target di riferimento

La strategia di comunicazione del Ministero è definita funzionalmente al raggiungimento della missione di servizio istituzionale e degli obiettivi per i differenti **target di riferimento: associazioni di categoria, imprese e operatori del settore, turisti reali e potenziali, italiani ed esteri, i cittadini**, in collaborazione e *co-Governance* con le Istituzioni e con le Organizzazioni nazionali e internazionali, in particolare con le Regioni, con gli *Opinion leaders* e gli *Opinion makers* (i media, le *Communities* di riferimento (attraverso, per es., tavoli tecnici, Community Social, Cabine di regia).



### 3. Obiettivi

Le finalità del Programma annuale di Comunicazione, in linea con la normativa sulla comunicazione nelle Pubbliche Amministrazioni, sono: **illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale, facilitare la partecipazione dei cittadini e l'incontro tra operatori e viaggiatori.**

Tali obiettivi si raggiungono attraverso il **rafforzamento del ruolo di coordinamento nazionale del Ministero del Turismo**, implementando operativamente la collaborazione con le Regioni e le Associazioni, e valorizzando l'offerta territoriale attraverso un'azione di comunicazione focalizzata sui vari segmenti del turismo su cui è maggiormente indirizzato l'intervento del Dicastero in **un piano strategico di riqualificazione dell'intero comparto turistico**, in un'ottica di **sostenibilità, accessibilità, inclusività e qualità**, che pone al centro i grandi eventi – come le Olimpiadi di Milano Cortina 2026 e l'*America's Cup* 2027 di Napoli – quali occasioni cruciali per il successo degli obiettivi ministeriali.

La **centralità è per il tema del lavoro e del turismo quale motore di traino economico e di sviluppo sociale, in primis per i giovani**. La misura ministeriale cosiddetto "*Staff House*" destinata al sostegno dei lavoratori del comparto, i contratti di filiera, la detassazione mance e straordinari, sono i temi di rilevanza strategica per le attività di comunicazione istituzionale del Dicastero nell'anno 2026.

**Un focus sarà dedicato ai piccoli Comuni, ai borghi delle aree interne e alle isole minori**, anche in collaborazione con la società per azioni *in house* ENIT S.p.A., soprattutto per il mercato internazionale, implementando la campagna che vede protagonista la Venere del Botticelli, e in *partnership* con RaiPlay, per il progetto "L'Italia delle Regioni" e per iniziative specifiche, come la celebrazione della **Giornata Nazionale degli Abiti Storici**, istituita nel 2025, e per attuare il progetto sul **Turismo DOP** tramite il portale Italia.it, i canali *social* e collaborazioni strategiche con *Opinion Leaders*, come *chef, blogger e influencer*.

Si porterà avanti l'operato di arricchimento funzionale continuo della **piattaforma digitale del turismo italiano nell'ambito del progetto *Tourism Digital Hub* sul portale Italia.it**, l'ecosistema tecnologico in ambiente digitale deputato a fornire servizi a beneficio degli operatori del settore e fungere da aggregatore dell'offerta turistica nazionale per i turisti italiani e stranieri, reali e potenziali.

### 4. Attività

Ci si prefigge di raggiungere gli obiettivi di comunicazione attraverso una strategia integrata online e offline, che utilizza i tradizionali mezzi di comunicazione insieme agli strumenti digitali e che punta a semplificare i messaggi e veicolare il racconto di una Pubblica Amministrazione trasparente e vicina ai cittadini.



In particolare, gli strumenti di cui si avvale il Ministero sono: **Ufficio Stampa; Ufficio Comunicazione**, presso il Segretariato Generale e presso la Direzione Generale Tecnologia, Retribuzione, Digitalizzazione e Statistica; **Sito web istituzionale; portale Italia.it; Canali social e creatività d'immagine; campagne di informazione e organizzazione di eventi; prodotti multimediali.**

## 5. Il PNRR Turismo

La comunicazione del PNRR per le risorse assegnate al Ministero del Turismo si integra con quella delle attività di competenza delle altre Unità amministrative.

Nel 2026, **le azioni si concentreranno su iniziative di comunicazione, in collaborazione con altri Enti, come Unioncamere, per ampliare e diversificare il coinvolgimento delle imprese nel Tourism Digital Hub (TDH)** – che, nel 2025, ha superato quota 35 mila aziende a bordo –, l'organizzazione dell'ecosistema turistico integrato in ambiente digitale, composto da operatori turistici, imprese, associazioni di categoria e gruppi d'interesse istituzionali, per supportare il turista nella scelta della destinazione e nella pianificazione dell'esperienza di viaggio.

Il potenziamento dell'*Hub* digitale del turismo svolge un ruolo fondamentale per aggregare e valorizzare l'offerta turistica nazionale e per promuovere e migliorare l'impatto delle politiche turistiche nazionali.

## 6. Risorse economiche attese disponibili

**Il budget disponibile per le attività che attengono al Piano di Comunicazione 2026 è stanziato sui pertinenti capitoli di bilancio assegnati ai Centri di Responsabilità:** Uffici di diretta collaborazione, Segretariato Generale, Direzione Generale Promozione, Investimenti e Innovazione per il turismo, Direzione Generale Tecnologia, Retribuzioni, Digitalizzazione e Statistica.

Le risorse economiche certe per le attività di informazione e di comunicazione istituzionali ammontano a 158mila euro, oltre a una quota parte degli importi stanziati per la promozione delle politiche turistiche nazionali, per la partecipazione dell'Italia alla promozione turistica europea negli Stati Uniti d'America e per la promozione turistica non in collaborazione con le Regioni.

**SCHEDA**  
**VENERE ITALIA**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | <p>Prosegue la campagna avviata ad aprile 2023 con il <i>claim</i> “Open to meraviglia”, che vede la Venere <i>Influencer</i> protagonista delle campagne di promozione dell’Italia nel mondo. La Venere Italia diventa “tridimensionale”. Nell’era in cui tutto è artificiale, Venere incarna l’essenza della “bellezza” del turismo, per cui l’esperienza personale e la valorizzazione dei particolari sono le componenti principali. <b>Da “Open to meraviglia” a “Welcome to Meraviglia”, è il proseguimento del programma di Comunicazione Venere Italia per il 2026</b></p>                                         |
| <b>OBIETTIVI</b>                    | <p>Favorire la conoscenza e la scelta dell’Italia come destinazione turistica articolata in molteplici proposte, attraverso un “volto” senza tempo, insieme antico e moderno, con una grande storia. Raccontare, quindi, attraverso i “viaggi” di Venere Italia, la varietà dell’offerta turistica nazionale.</p> <p>Nel 2026, la campagna vede un’ulteriore evoluzione: Venere “prende vita”, per diventare la testimonial dell’Italia più autentica, alla scoperta dei piccoli borghi e delle isole minori, simboli di bellezza italiana e di identità culturali.</p>                                                    |
| <b>TARGET</b>                       | <p>Cittadini italiani, turisti reali e potenziali e operatori professionali del turismo, con l’obiettivo primario di rafforzare il mercato interno delle aree minori. La finalità strategica è rafforzare la competitività dell’offerta italiana sui mercati internazionali, tramite campagne di marketing realizzate in collaborazione con ENIT S.p.A. nei principali Paesi del mondo. Attraverso una strategia crossmediale, si vuole rendere l’Italia “meno nota” una meta turistica attraente, in particolare, per le nuove generazioni, sensibilizzando il pubblico per un turismo più consapevole e sostenibile.</p> |
| <b>CONTENUTI</b>                    | <p>La Venere Italia, nel suo viaggio attraverso lo Stivale, racconta le eccellenze del Paese, promuovendolo in tutta la sua ricchezza, da Nord a Sud. Condivide storie ed esperienze di bellezza naturale e paesaggistica, di arte,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                              | cultura, cinema, enogastronomia, sport e nautica, percorsi di turismo lento e sostenibile. Un'attenzione speciale è riservata ai piccoli borghi delle aree interne, spesso dimenticati, e alle Isole Minori, che necessitano di attenzione dedicata nella promozione digitale.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>DIFFUSIONE</b>                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Social: attraverso l'utilizzo di Facebook e di Instagram nello specifico (prevedendo di far ediventare Venere Italia più "umana" e interattiva) e in collaborazione con la piattaforma Italia.it;</li> <li>- partecipazione a Fiere internazionali, in collaborazione con ENIT S.p.A., nell'ambito del piano di marketing concordato con il Ministero;</li> <li>- manifestazioni ed eventi;</li> <li>- comunicati stampa;</li> <li>- spazi pubblicitari su testate online e offline;</li> <li>- affissioni in aeroporti e stazioni (es. progetto Grandi Stazioni).</li> </ul> |
|                                                              | Contenuti pubblicati sulla pagina IG di Venere ed eventi sul territorio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | GENNAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

**SCHEDA**  
**IL FUTURO DEL TURISMO È L'INNOVAZIONE DIGITALE**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | La costruzione e lo sviluppo dell'ecosistema digitale del turismo costituisce un <i>asset</i> strategico fondamentale per migliorare la posizione dell'Italia quale meta turistica su scala internazionale e favorire l'accessibilità all'offerta turistica del Paese, supportando la transizione da un modello turistico di tipo "tradizionale" a uno "innovativo" e integrale. In questo contesto, il potenziamento dell' <i>Hub</i> digitale del turismo svolge un ruolo chiave nell'ambito della promozione delle politiche turistiche nazionali e dello sviluppo del sistema informativo dedicato al settore. |
| <b>OBIETTIVI</b>                    | La campagna mira a rendere noti i servizi che il Ministero offre alle imprese, alle Regioni, ai territori, ai cittadini, ai turisti reali e potenziali, attraverso l'Hub digitale del turismo (italia.it) e favorire l'adesione; <ul style="list-style-type: none"> <li>• far conoscere l'Hub digitale;</li> <li>• incrementare il numero di imprese presenti sulla piattaforma;</li> <li>• valorizzare il rapporto tra il Ministero e le Regioni nell'ecosistema del turismo.</li> </ul>                                                                                                                          |
| <b>TARGET</b>                       | 35mila operatori del settore; 20 Regioni coinvolte; potenziali turisti;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>CONTENUTI</b>                    | Favorire l'incontro tra l'offerta turistica nazionale e la domanda attraverso il racconto di un portale che rappresenta e ospita l'intero sistema turistico italiano in modo innovativo, per assistere il turista dalla scelta della destinazione alla programmazione del viaggio fino al rientro a casa, per vivere un'esperienza unica                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>DIFFUSIONE</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Social;</li> <li>- fiere internazionali e nazionali;</li> <li>- comunicati stampa;</li> <li>- articoli sul portale Italia.it</li> <li>- spazi pubblicitari su testate online e offline di settore in base alla programmazione fatta in raccordo con Unioncamere;</li> <li>- promozione del sito Italia.it tramite campagne di affissione a cura di ENIT o</li> </ul>                                                                                                                                                                                                      |

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                              | <p>tramite il patrocinio o il supporto del Ministero ad eventi su scala internazionale (es. Sei Nazioni di Rugby, Europei di Pallavolo, Internazionali di Tennis, ATP Finals, Mondiali di tennis tavolo)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Azioni congiunte con l'organizzazione di eventuali eventi patrocinati</li> </ul> |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | Il monitoraggio è effettuato con cadenza mensile, verificando le attività che Unioncamere, avvalendosi anche di promoter specializzati, porta avanti sul territorio                                                                                                                                                                    |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | GENNAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                        |



**SCHEDA**  
**IL TURISMO È CONNESSIONE, CON “WI-FI BY ITALIA.IT”**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | <p>Nell’ambito del progetto di costruzione e di sviluppo del <i>Tourism Digital Hub</i> l’ecosistema del turismo italiano in ambiente digitale, con la finalità di aiutare le comunità locali in programmi di innovazione per connettere digitalmente l’offerta turistica, si inserisce il progetto “<i>Wi-Fi by Italia.it</i>” (con un investimento di 5milioni di euro), per la distribuzione della connettività Internet gratuita in banda larga presso i porti italiani, finanziato con la scheda n. 55 del Piano di Sviluppo e Coesione 2014-2020.</p> <p>In parallelo è stato promosso l’intervento per l’implementazione delle reti Wi-Fi lungo la Via Francigena, nell’ambito del progetto “Via Francigena – Azioni Trasversali” previsto dalla scheda n. 33 del Piano Stralcio “Cultura e Turismo”. L’iniziativa comprende l’approvvigionamento di dispositivi smart, come beacon e access point Wi-Fi con beacon integrati, insieme alla realizzazione e installazione della segnaletica tradizionale nei tratti sud e nord del percorso. L’obiettivo è garantire ai turisti un accesso wireless aperto e fruibile anche in aree meno servite, favorendo così la connettività e la valorizzazione dell’esperienza lungo l’itinerario.</p> <p>L’obiettivo generale del Ministero è quello di diffondere l’accesso tramite le reti Wi-Fi al portale del turismo italiano sulla piattaforma Italia.it del dicastero. Una volta effettuato l’accesso alla rete pubblica e gratuita, il turista si connette alla pagina di benvenuto di Italia.it, per fruire di contenuti contestuali e geolocalizzati, scoprendo articoli dedicati alla località in cui si trova e suggerimenti per itinerari di visita e proposte di esperienza.</p> <p>In particolare, nel 2026, con l’obiettivo di rilanciare l’iniziativa rafforzeremo la comunicazione nei porti turistici per</p> |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                   | promuovere itinerari alternativi e creare un ambiente favorevole fra turisti che “sbarcano” dalle crociere e cittadini, per far vivere a questi ultimi il turismo come opportunità e non come “minaccia” per il territorio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>OBIETTIVI</b>  | Fare conoscere i servizi e le attività del Ministero per la promozione turistica, in particolare nel settore del turismo nautico, nell’ottica di migliorare il servizio di accoglienza nei porti, promuovere la partecipazione al progetto del TDH, fornire servizi alle imprese e ai cittadini nell’ottica del miglioramento continuo e aumentare il numero dei turisti reali soprattutto nelle località minori                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>TARGET</b>     | Turisti reali e potenziali, cittadini, imprese, stampa e media                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>CONTENUTI</b>  | Informazioni sul progetto e sulle modalità di accesso al servizio nei porti; condivisione degli stati di avanzamento del progetto; eventuali <i>partnership</i> istituzionali e con imprese; eventi di lancio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>DIFFUSIONE</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Comunicati stampa;</li> <li>– articoli e aggiornamenti sul sito web istituzionale;</li> <li>– reel di approfondimento;</li> <li>– post social;</li> <li>– spot radiofonico;</li> <li>– eventi di lancio dell’iniziativa nei porti;</li> <li>– eventuale acquisto di spazi pubblicitari</li> <li>– attività di promozione delle App relative all’Avviso per le Snel turismo, come Ulisses, un software gestionale per i porti turistici che semplifica la burocrazia e il censimento dei diportisti, tracciando ingressi e uscite dai porti e automatizzando la comunicazione dei dati obbligatori al porto;</li> <li>– articoli e interviste sulle Startup coinvolte nel progetto Argo;</li> <li>– azioni congiunte con l’organizzazione di eventuali eventi patrocinati;</li> <li>– TG Turismo</li> </ul> |

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Totem informativi nei porti ed eventuali eventi connessi</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | <p>Creatività dedicata, iniziative di promozione tramite testate <i>online</i>, comunicati stampa; Spot radio per promuovere il progetto; Eventi da organizzare in uno o più porti per lanciare l’iniziativa. Acquisto di eventuali spazi pubblicitari per promuovere l’attività nei porti. Raccordo con le Regioni in cui sono stati attivati i punti di contatto di “Wi-fi by Italia.it” per promuovere il progetto a livello locale, nazionale e internazionale; campagne di promozione dedicate in collaborazione con ENIT sul mercato estero; insight sui social e sulla stampa.</p> |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | APRILE – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

**SCHEDA**  
**“FARE RETE”**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | Il turismo è un’industria trasversale, che incrocia differenti categorie tematiche e che può quindi coinvolgere altri dicasteri, dallo sport alla salute, dall’accessibilità alla sostenibilità, dall’enogastronomia alla cultura, dalle infrastrutture al lavoro                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>OBIETTIVI</b>                    | Valorizzare la trasversalità del turismo e il suo impatto sociale, economico, culturale e umano. L’obiettivo del Ministero è, inoltre, quello di diffondere una politica industriale volta a sviluppare il turismo come motore di crescita socioeconomica, sia per il volume d’affari, che per le conseguenze in termini di crescita occupazionali, di <i>export</i> internazionale e di indotto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>TARGET</b>                       | Cittadini, imprese, istituzioni, addetti ai lavori, stakeholder, associazioni di categoria del settore turistico                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>CONTENUTI</b>                    | Attraverso il portale del turismo digitale si mettono in connessione domanda e offerta turistica, andando a incentivare la crescita del settore. Al tempo stesso si evidenziano la centralità del comparto a livello di strategie governative                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>DIFFUSIONE</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web istituzionale e canali social, articoli, interviste, comunicati, partecipazione ad eventi, manifestazioni e fiere, punti di incontro con la stampa in occasione degli eventi a cui partecipa il Ministro;</li> <li>- Verticali del turismo organizzati di concerto con le Regioni su tematiche quali: sport, cinema e cultura, enogastronomia, nautica, accessibilità, sostenibilità, grandi eventi;</li> <li>- l’interesse del Ministero per la digitalizzazione avviene anche attraverso il sostegno per le startup del turismo, come ad esempio <i>WeForGuest</i> (software per la gestione dei servizi legati al mondo dell’Ospitalità, quali CRM, automazione e gestione dei flussi di lavoro, dei ricavi ecc.), con interviste</li> </ul> |

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                              | <p>alle Start-up coinvolte grazie al progetto Argo;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rubriche social e reel Instagram dedicati alle varie forme di turismo;</li> <li>- azioni congiunte con l'organizzazione di eventuali eventi patrocinati</li> </ul>                                                                              |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | <p>Attraverso la partecipazione a eventi, tra cui: BIT di Milano, TTG di Rimini; Stati Generali della Nautica a Napoli (tema porti turistici); Salone Nautico di Genova; Fiera di Cremona; Salone del Mobile di Milano (Made in Italy); Internazionali di Tennis, Coppa Davis, Atp Finals, Forum PA, Assemblea ANCI, solo per citarne alcuni</p> |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | FEBBRAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | <p>Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.</p>                                                                                                                                                                                                           |

**SCHEDA**  
**IL FUTURO DEL TURISMO È DOLCE E LENTO, “IN CAMMINO”**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | <p>Le tendenze di viaggio, dopo la pandemia da Covid-19, si sono orientate sempre più verso la ricerca di esperienze personalizzate, lontane dalle grandi masse, sostenibili e accessibili. E la comunicazione è orientata a valorizzare forme di turismo in linea con queste esigenze, sviluppata e promossa coerentemente con queste esigenze, anche promuovendo gli interventi del Ministero a sostegno del comparto turistico in tale direzione. In particolare, presso il Ministero del Turismo è istituito il Catalogo dei Cammini religiosi.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>OBIETTIVI</b>                    | <p>Per aumentare l’attrattività delle mete turistiche italiane, in particolare delle destinazioni minori, e decongestionare i flussi nei grandi centri, legati alla stagionalità, occorre investire su un programma di “turismo tutto l’anno”. Le azioni di comunicazione istituzionale mirano, quindi, a lanciar nuove tendenze e processi di cambiamento e di innovazione del comparto turistico, anche promuovendo nuovi itinerari esperienziali, e andando così a ridurre sempre più le chiusure stagionali delle imprese turistiche, incentivando l’arrivo di visitatori nel corso dell’intero anno.</p> <p>Favorire e divulgare il racconto di esperienze di turismo lento come i Cammini, cicloturismo, il turismo all’aria aperta, il turismo sportivo e del benessere, informando i cittadini e imprese degli interventi introdotti dal Ministero in questa direzione, come gli interventi per la realizzazione e la riqualificazione delle aree di sosta per camper. Si tratta di valorizzare il patrimonio naturale e paesaggistico, culturale, artistico, enogastronomico, artigianale e industriale delle nostre città e dei nostri borghi.</p> <p>Incrementare la promozione di esperienze accessibili che servano a promuovere l’Italia come destinazione turistica per tutti e per tutte le esigenze, in qualsiasi periodo dell’anno</p> |
| <b>TARGET</b>                       | <p>Cittadini, operatori turistici, imprese, associazioni di categoria, stampa e media</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CONTENUTI</b>  | <p>Mettere in risalto offerte turistiche legate alla sostenibilità e all'accessibilità, favorendo il racconto degli interventi introdotti dal Ministero: dal fondo per il turismo sostenibile a quello per i Cammini o per le aree di sosta camper, Passando per il catalogo dei cammini religiosi, nonché le misure per il sostegno all'accessibilità</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>DIFFUSIONE</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web istituzionale e Canali social (anche attraverso rubriche dedicate: #camminireligiosi, #cicloturismo ecc.), Reel;</li> <li>- partecipazione a eventi, manifestazioni, fiere, articoli e interviste, comunicati stampa, azioni di digital marketing (in base alle risorse disponibili) e comunicazione d'immagine tramite inserzioni e affissioni;</li> <li>- realizzazione di campagne di comunicazione specifiche volte a definire un'identità visiva chiara e riconoscibile per programmi e attività legati a Cammini e aree di sosta camper e per promuovere da un lato i nostri meravigliosi percorsi e dall'altro gli interventi introdotti dal Ministero;</li> <li>- costruzione di un <i>format</i> social specifico per favorire l'accesso ai bandi;</li> <li>- attraverso l'utilizzo di video e podcast, raccontare poi gli interventi ministeriali</li> <li>- realizzazione di un video sui Cammini d'Italia e piccole pillole su aree di sosta</li> <li>- favorire progettualità che esaltino anche percorsi italiani legati ai castelli e alle dimore storiche</li> <li>- nell'ambito del programma di promozione delle Regioni "Viaggio italiano", potenziare il progetto di cui è capofila l'Umbria dedicato al turismo lento. Al tempo stesso, sfruttare le potenzialità del progetto di cui è capofila l'Abruzzo "Natura e parchi"</li> <li>- nel tema del turismo lento rientra anche il tema del turismo enogastronomico, in questo contesto assume rilevanza il progetto di cui è</li> </ul> |

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | <p>capofila la regione Toscana che prevede la realizzazione di un tour che esalti le regioni attraverso un profumo o un piatto tipico;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- promozione delle opportunità per le imprese del settore tramite i fondi del Ministero, e spiegazione, attraverso i canali social e webinar dedicati, delle misure adottate, dei bandi, della pubblicazione di graduatorie;</li> <li>- realizzazione, in collaborazione con i Borghi più belli d'Italia, di un <i>format</i> specifico di promozione della rete dei castelli e delle dimore storiche;</li> <li>- ideazione di un archivio fotografico riguardante parchi e aree marine di tutte le Regioni;</li> <li>- supportare la crescita di startup del turismo come Friland (piattaforma online che offre soluzioni di soggiorno ed esperienze locali in luoghi a contatto con la natura), con articoli dedicati e interviste alle Startup coinvolte grazie al progetto Argo</li> <li>- promozione delle Bandiere Blu e delle Spighe Verdi, in collaborazione con FEE Italia, attraverso articoli dedicati sul sito web istituzionale e sui canali social;</li> <li>- azioni congiunte con l'organizzazione di eventuali eventi patrocinati;</li> </ul> <p>una volta realizzati gli interventi relativi alle aree di sosta camper finanziate dal ministero realizzare apposita grafica che evidenzia gli interventi sostenuti e favorire un video racconto dell'Italia "vista camper" così da valorizzare gli interventi fatti e coinvolgere ENIT nella diffusione all'estero</p> |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Report su eventuali affissioni o strategie di marketing mirate;</li> <li>- promozione della partecipazione al Salone del Camper per rafforzare le attività del Ministero in tema di sostenibilità e turismo all'aria aperta;</li> <li>- partecipazione a eventi sui Cammini e sugli itinerari turistici;</li> <li>- insight dei post social;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |



|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- rassegna stampa;</li> <li>- visualizzazioni della sezione dedicata al turismo lento/Cammini sul sito Italia.it;</li> <li>- partecipazione agli Stati Generali Europei sulla sostenibilità</li> </ul> |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | FEBBRAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                               |

## SCHEDA

### L'ITALIA DEI CAMPANILI: VIAGGIO TRA PICCOLI BORGHI, AREE INTERNE E ISOLE MINORI

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | <p>La collaborazione con i Comuni d'Italia ha valore strategico per la missione del Ministero del Turismo. La Meta Italia non si esaurisce, però, nelle Grandi Città: Roma, Milano, Venezia, Firenze e Napoli, sono tessere del mosaico turistico nazionale, che consiste in un patrimonio molto più ampio. I Borghi, i piccoli comuni a vocazione turistica e le isole minori, custodiscono una straordinaria ricchezza culturale e paesaggistica, spesso poco conosciuta, che merita di essere valorizzata e promossa anche presso i cittadini italiani.</p> <p>Con il DDL Isole Minori, il Ministero del Turismo ha reso disponibili risorse complessive di 6milioni di euro per il triennio 2026/2028, con la finalità strategica di supportare le aree minori in processi di sviluppo sostenibile e di potenziamento della capacità amministrativa-gestionale e di attrazione turistica.</p> |
| <b>OBIETTIVI</b>                    | Favorire la conoscenza e migliorare l'attrattività turistica dei borghi, dei piccoli Comuni italiani a vocazione turistica, delle aree interne e delle Isole Minori, sia in Italia che all'estero, con l'obiettivo di distribuire flussi turistici lungo tutto l'anno, per differenziare l'offerta turistica nazionale                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>TARGET</b>                       | Cittadini, Enti locali e territoriali, imprese, associazioni di categoria, turisti reali e potenziali, nazionali e internazionali, istituzioni, stampa e media                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>CONTENUTI</b>                    | Favorire la partecipazione agli Avvisi del Ministero del Turismo rivolti ai Borghi, ai piccoli Comuni a vocazione turistica, alle Isole minori e ai piccoli centri delle aree interne. Supportare percorsi di sviluppo turistico sostenibile promuovere gli interventi introdotti dal Ministero. Promuovere e valorizzare l'attrattività turistica delle mete meno conosciute.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>DIFFUSIONE</b>                   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Sito web istituzionale, portale Italia.it e canali social, anche attraverso specifiche rubriche tematiche (#ItaliadeiBorghi), articoli e interviste,</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | <p>eventi, manifestazioni, fiere, conferenze stampa;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- collaborazione con ANCI: realizzazione di una campagna per promuovere i piccoli Comuni a vocazione turistica; intervista del Ministro per la rivista ANCI; partecipazione del Ministro alle Assemblee annuali e presenza del Ministero con uno spazio espositivo;</li> <li>- <i>tour</i> lungo la Penisola per la valorizzazione dell'Italia minore;</li> <li>- promozione dei "Borghi più belli d'Italia", delle località con certificazione "Green Key" di FEE Italia e delle Bandiere Arancioni del Touring Club Italia, quali esempio di <i>best practice</i>;</li> <li>- potenziamento dei progetti facenti parte del piano di promozione "Viaggio Italiano", in particolare quello di cui è capofila l'Emilia-Romagna, legato ai borghi;</li> <li>- azioni congiunte con l'organizzazione di eventuali eventi patrocinati;</li> <li>- collaborazione con la Fondazione FS Treni Storici</li> <li>- Il terzo Forum Internazionale del Turismo si svolgerà a Milano a fine gennaio, e avrà come focus <i>undertourism</i> e Piccoli Comuni.</li> </ul> |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Insight della rubrica social dedicata ai Borghi e isole minori</li> <li>- rassegna stampa su piccoli Comuni e Siti UNESCO;</li> <li>- Attività in collaborazione con ENIT S.p.A.;</li> <li>- Articoli, comunicati e video racconto degli interventi introdotti dal Ministero per i Comuni a vocazione turistica;</li> <li>- partecipazione del Ministero al programma del "<i>Best Tourism Village 2026</i>" dell'Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite (UNWTO) con attività di promozione e valorizzazione</li> <li>- Attività con i Comuni e con le Isole minori</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>      | <b>GENNAIO – DICEMBRE 2026</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|                                                                  |                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                       |                                                                                                                                       |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ<br/>AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri<br>soggetti pubblici e privati, valorizzando la<br>natura trasversale del comparto turistico. |

**SCHEDA**  
**L'ITALIA DELLE REGIONI**

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b>                          | Il gruppo RAI detiene un archivio storico unico ed esclusivo di materiale multimediale relativo al patrimonio culturale, artistico, naturale, artigianale e industriale nazionale e regionale italiano. Il Ministero del Turismo ha sottoscritto un Protocollo d'intesa con RAI Com per la realizzazione del progetto "L'Italia delle Regioni", che prevede lo sviluppo di contenuti dedicati sulla piattaforma RAI Play. |
| <b>OBIETTIVI</b>                                             | Promozione turistica delle "bellezze turistiche" italiane, in collaborazione con il gruppo RAI, attraverso un'area digitale di RAI Play dedicata alle Regioni italiane con un <i>focus</i> su tre <i>drivers</i> tematici principali: natura e paesaggi, arte e cultura, enogastronomia, per offrire agli utenti una forma di fruizione e di esperienza innovativa ed inclusiva in ambiente digitale                      |
| <b>TARGET</b>                                                | Regioni, Comuni, Enti, Associazioni di categoria, operatori turistici, turisti reali e potenziali, cittadini                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>CONTENUTI</b>                                             | Creazione, comunicazione e valorizzazione della sezione permanente sulla piattaforma RAI Play dedicata alla promozione del turismo regionale, con la produzione e pubblicazione di contenuti audiovisivi e multimediali e attività integrate di comunicazione e di promozione turistica, anche sulla RAI generalista                                                                                                      |
| <b>DIFFUSIONE</b>                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Conferenza stampa</li> <li>– piattaforma Italia.it e canale RAI Play</li> <li>– social media e sito web istituzionale</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | Dati RAI su copertura mediatica; feedback da parte delle Regioni e degli Stakeholders;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | GENNAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

**SCHEDA****TURISMO È QUALITÀ, FORMAZIONE, LAVORO, ACCOGLIENZA, INCLUSIONE**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | Valorizzare le iniziative promosse dal Ministero che esaltano la professionalità del lavoro nel comparto turistico attraverso la formazione e gli investimenti nel settore. In tal senso il Ministero ha finalizzato provvedimenti come l'approvazione del decreto sulle Staff House per incentivare le imprese del settore turistico sostenendo le spese di alloggio dei lavoratori, la detassazione delle mance e sugli straordinari. Infine, con il DI Flussi ha messo in atto una normativa per attrarre risorse umane sempre più capaci e preparate andando incontro alle esigenze del settore, nel quadro del dialogo costante e della collaborazione internazionale. |
| <b>OBIETTIVI</b>                    | Favorire una narrazione diversa sul lavoro e sulle professioni tipiche del comparto, raccontando le misure introdotte dal Ministero su questo tema (dalla riforma delle guide turistiche, ai provvedimenti sul lavoro o in tema di formazione, passando per i contratti di sviluppo e di filiera e staff house)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>TARGET</b>                       | Giovani, cittadini e imprese                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>CONTENUTI</b>                    | Esaltare la professionalità e la qualità del settore, rendendo sempre più appetibile il lavoro nel comparto, specialmente per le nuove generazioni. Valorizzare le misure introdotte dal Ministero in tema di formazione e lavoro. Valorizzare le eccellenze del turismo italiano                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>DIFFUSIONE</b>                   | <ul style="list-style-type: none"><li>– Social, eventi, fiere, interviste, conferenze stampa;</li><li>– campagna online e offline (con eventuale acquisto di spazi sui giornali e/o social) che, attraverso una creatività accattivante, racconti il lavoro nel settore del turismo e le misure introdotte dal Ministero (come la detassazione del notturno e festivi o la detassazione delle mance);</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                             |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– eventuale campagna che punti ad aumentare le iscrizioni negli istituti alberghieri e che promuova le iniziative in tema di formazione promosse dal Ministero del Turismo;</li> <li>– Realizzazione di un format TV o una webserie che esalti il lavoro nel turismo, soprattutto per le nuove generazioni;</li> <li>– raccontare storie di successo del settore e promuovere la riforma delle guide turistiche;</li> <li>– realizzazione di un TG Turismo come ulteriore strumento di promozione delle politiche industriali relative al settore;</li> <li>– tour negli istituti alberghieri per favorire il confronto con studenti e professori; facilitare la creazione di un tavolo di lavoro permanente fra istituti alberghieri, associazioni di categoria e imprese per favorire l’incontro fra domanda e offerta di lavoro nel settore;</li> <li>– Turismo in Piazza: realizzare un format “anche social TV” che porti i ragazzi degli istituti alberghieri “in piazza” a raccontare le loro esperienze e confrontarci con figure professionali del settore per favorire una narrazione positiva del lavoro nel settore;</li> <li>– promuovere le app nate con la call relativa alle startup nel turismo, ad esempio Smartway, che consente alle aziende di gestire gli off-site per i dipendenti in borghi iconici, con l’obiettivo di coniugare l’incremento della produttività dei team e lo sviluppo locale, massimizzando l’impatto sociale;</li> <li>– interviste alle startup coinvolte grazie al progetto Argo;</li> <li>– presentazione progetto “Il turismo è al lavoro con i giovani di Caivano”;</li> <li>– reel per valorizzare dati ed eccellenze del turismo italiano (rubriche social</li> </ul> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                              | <p>“Come va il turismo” e “Le eccellenze del turismo italiano”);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– azioni congiunte con l’organizzazione di eventuali eventi patrocinati;</li> <li>– realizzare un “adesivo” con slogan e grafica accattivante in riferimento al provvedimento sulla detassazione delle mance, affinché alberghi e ristoranti possano utilizzarlo per dare visibilità, presso i loro esercizi, della misura introdotta per renderla sempre più diffusa ed efficace;</li> <li>– promuovere la conferma del trattamento integrativo speciale del 15% sulle retribuzioni lorde per il lavoro notturno e gli straordinari festivi e i click day relativi al decreto flussi;</li> <li>– promuovere la misura, contenuta in legge di bilancio, sui contratti di sviluppo nel comparto</li> </ul> |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | <p>Comunicati sulle varie misure</p> <p>Forum del Turismo in cui vengono raccontate le misure</p> <p>Interviste</p> <p>Post social dedicati</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | GENNAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |



**SCHEDA**  
**IL TURISMO È TAX FREE**

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b>                          | Dal 1° febbraio 2024, è entrata in vigore la norma che abbassa a 70 euro l'importo della franchigia al fine di beneficiare del rimborso o dell'esenzione IVA, misura che ha già prodotto ottimi risultati e che continuerà a produrre e che noi dobbiamo promuovere sempre di più anche per incentivare il turismo in aree minori (dove si è dimostrato che l'abbassamento della soglia sta avendo la sua efficacia). |
| <b>OBIETTIVI</b>                                             | Favorire la diffusione delle informazioni sulla misura, strategica per attrarre flussi internazionali alto spendenti e favorire il turismo nei centri minori, come anche dimostrato dai primi dati sull'impatto della misura                                                                                                                                                                                          |
| <b>TARGET</b>                                                | Cittadini e imprese all'estero                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>CONTENUTI</b>                                             | Informare e promuovere la misura e i suoi benefici anche e soprattutto tramite ENIT con una campagna internazionale                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>DIFFUSIONE</b>                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>– Social: reel e/o post per pubblicizzare la misura;</li><li>– eventi, fiere;</li><li>– interviste;</li><li>– comunicati stampa</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | Comunicati stampa per rendere noti i risultati su efficacia della misura; interviste sul tema; post social; reel; coinvolgere campagne ENIT di promozione all'estero; insight sui social e sulle uscite stampa                                                                                                                                                                                                        |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | GENNAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

**SCHEDA**  
**IL TURISMO È “PER TUTTI”**

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b>                          | Il turismo è di competenza delle Regioni. Il Ministero lavora in costante raccordo con gli Enti territoriali, nell’ambito dei compiti dello Stato, per garantire la comunicazione e promozione del Paese Italia, quale unico “marchio turistico”, per assicurare la competitività nel mercato internazionale                                                                               |
| <b>OBIETTIVI</b>                                             | Sostenere e promuovere la centralità della “Meta Italia” e dell’industria turistica nazionale nel mercato internazionale, supportando le Regioni e i Comuni nei processi di sviluppo sostenibile e di miglioramento continuo dei servizi relativi al settore turistico, anche tramite le risorse del Fondo Unico Nazionale del Turismo, per l’effettivo esercizio del “diritto al turismo” |
| <b>TARGET</b>                                                | Cittadini, imprese, enti e istituzioni, stampa e media                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>CONTENUTI</b>                                             | Promuovere quanto viene realizzato a livello regionale con il FUNT per dare visibilità in modo capillare alle azioni locali che vengono intraprese grazie ai fondi del Ministero                                                                                                                                                                                                           |
| <b>DIFFUSIONE</b>                                            | Azioni congiunte per l’organizzazione di eventi in partenariato; comunicazione social; articoli sul sito web istituzionale; attività di ufficio stampa, con particolare attenzione alle iniziative finanziate con il FUNT                                                                                                                                                                  |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | N. 10 eventi/conferenze stampa; post social, identità visiva specifica per i progetti che nascono con il Fondo Unico Nazionale per il Turismo; <i>insight</i> sui canali social e sulle uscite stampa                                                                                                                                                                                      |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | MAGGIO– DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                                                                            |

**SCHEDA**  
**GLI ITINERARI DI ECCELLENZA "DOP"**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | <p>Il progetto "Itinerari DOP: Alla Scoperta dell'Italia Autentica" nasce con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio enogastronomico nazionale come leva strategica per il turismo. Le produzioni DOP e IGP italiane rappresentano un'eccellenza riconosciuta a livello internazionale e sono in grado di generare attrattività, creare esperienze autentiche e favorire la destagionalizzazione del turismo nelle aree interne e nei piccoli borghi.</p> <p>La campagna si sviluppa attraverso <b>eventi su scala regionale, iniziative di piazza, attività esperienziali e un Track Truck brandizzato</b> per la Penisola.</p> |
| <b>OBIETTIVI</b>                    | Promuovere il turismo DOP (Denominazione di Origine Protetta) attraverso l'organizzazione di eventi enogastronomici in ogni regione italiana, coinvolgendo il tessuto locale e valorizzando le produzioni DOP e IGP.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>TARGET</b>                       | Cittadini, turisti italiani e internazionali, imprese agroalimentari, produttori DOP/IGP, associazioni di categoria, istituti alberghieri e agroalimentari, enti locali, media e stampa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>CONTENUTI</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Eventi enogastronomici</b> in tutte le 20 Regioni italiane, ciascuno dedicato ai prodotti DOP/IGP simbolo del territorio.</li> <li>- <b>Track Truck brandizzato Turismo DOP</b>, che farà tappa nelle principali piazze italiane, trasformandosi in: <ul style="list-style-type: none"> <li>o spazio degustazione,</li> <li>o laboratorio di cucina,</li> <li>o punto informativo sugli itinerari del turismo enogastronomico,</li> <li>o set per videoricette e contenuti social.</li> </ul> </li> </ul>                                                                              |

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Format regionale replicabile con personalizzazione grafica e narrativa per ogni territorio.</li> <li>- Convegni con MASAF, Fondazione Qualivita, Regioni ed enti locali.</li> <li>- Coinvolgimento del tessuto produttivo: agricoltori, allevatori, consorzi DOP/IGP, artigiani.</li> <li>- Collaborazione con istituti alberghieri per <i>show cooking</i>, percorsi formativi e attività dimostrative.</li> <li>- Mercati del gusto, degustazioni, tour guidati, laboratori per famiglie e attività culturali.</li> <li>- Storytelling delle eccellenze DOP/IGP attraverso uno <b>spot nazionale</b> e contenuti digitali.</li> <li>- Valorizzazione del rapporto fra tradizioni culinarie, paesaggio e identità locale.</li> </ul> |
| <b>DIFFUSIONE</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presenza del <b>Track Truck</b> nelle principali piazze italiane e nelle Regioni sedi degli eventi DOP.</li> <li>- Campagne social mirate (reel, post, videoricette con chef italiani).</li> <li>- Sezione dedicata sul portale Italia.it con calendario degli eventi, schede dei prodotti DOP/IGP e mappe degli itinerari.</li> <li>- Collaborazione con <i>blogger, influencer</i> e <i>content creator</i> enogastronomici.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Partecipazione a fiere internazionali con uno spazio dedicato al Turismo DOP.</li> <li>- Comunicato stampa nazionale di lancio e comunicati regionali per ogni tappa.</li> <li>- Spot video dedicato al racconto dell'Italia attraverso le produzioni DOP/IGP.</li> <li>- Azioni congiunte con stakeholder istituzionali (Regioni, MASAF, Qualivita, Coldiretti, Origin Italia).</li> <li>- Attività educative nelle scuole, licei e istituti professionali.</li> </ul>                 |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Insight social delle campagne e contenuti video.</li> <li>- Rassegna stampa regionale e nazionale.</li> <li>- Presenze agli eventi di piazza e tappe del Track Truck.</li> <li>- Interazioni sulla sezione dedicata Italia.it.</li> <li>- Coinvolgimento delle scuole, dei produttori e delle comunità locali.</li> <li>- Report qualitativi dagli enti regionali e dagli stakeholder coinvolti.</li> <li>- Partecipazione alle fiere internazionali e feedback del settore.</li> </ul> |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>      | APRILE – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|                                                                  |                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ<br/>AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri<br>soggetti pubblici e privati, valorizzando la<br>natura trasversale del comparto turistico. |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**SCHEDA**  
**L'ITALIA "IN VETTA": MILANO - CORTINA**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | <p>Le Olimpiadi e Paralimpiadi Invernali Milano–Cortina 2026 rappresentano un’occasione unica per valorizzare l’Italia attraverso lo sport, la cultura, il turismo e la promozione internazionale. L’evento si distingue per un modello organizzativo basato sulla sostenibilità e sul riutilizzo di oltre il 90% delle strutture già esistenti, diventando un esempio di grande evento a basso impatto ambientale. Milano e le Dolomiti diventano così un palcoscenico globale, con la prima edizione delle Olimpiadi invernali caratterizzata dal modello di ospitalità diffusa, che coinvolgerà numerosi territori italiani. L’esposizione globale attesa, insieme al percorso della torcia olimpica e paralimpica lungo la Penisola, offrirà un’enorme opportunità per raccontare il patrimonio italiano, rafforzando l’immagine del Paese nel mondo.</p> |
| <b>OBIETTIVI</b>                    | <ul style="list-style-type: none"><li>- Promuovere il ruolo del Ministero del Turismo nel sostegno alle Olimpiadi e Paralimpiadi 2026.</li><li>- Valorizzare l’impatto turistico, economico e culturale dei Giochi sui territori coinvolti.</li><li>- Rafforzare la visibilità internazionale dell’Italia come destinazione turistica sostenibile e accogliente.</li><li>- Accompagnare, anche narrativamente, il viaggio della torcia olimpica e paralimpica come strumento di diplomazia culturale e promozione del Paese.</li><li>- Evidenziare i risultati attesi: 5,3 miliardi di euro di impatto economico, 1,7 euro</li></ul>                                                                                                                                                                                                                          |

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                   | <p>di valore sociale generato per ogni euro investito, oltre 1,7 milioni di visitatori previsti.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere i luoghi delle Olimpiadi e favorire la conoscenza di territori meno noti grazie all'occasione Olimpica</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>TARGET</b>     | Turisti italiani e internazionali, cittadini, imprese del settore turistico, media nazionali e internazionali, stakeholder istituzionali, operatori sportivi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>CONTENUTI</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Racconto delle potenzialità turistiche generate dall'evento, con particolare attenzione al turismo montano, culturale ed enogastronomico.</li> <li>- Valorizzazione delle località interessate dall'ospitalità diffusa e dei territori montani.</li> <li>- Promozione dei valori olimpici e paralimpici (unità, speranza, determinazione), anche attraverso il simbolo della torcia, presentata alla Triennale di Milano e all'Expo di Osaka.</li> <li>- Approfondimenti su sostenibilità, rigenerazione urbana, riuso degli impianti e benefici per le comunità locali.</li> <li>- Racconto del "nuovo Spirito Italiano" alla base del concept Milano Cortina 2026, come illustrato dalla <i>brand direction</i> della Fondazione.</li> <li>- Valorizzazione del ruolo delle atlete e degli atleti coinvolti come madrine e testimonial.</li> </ul> |
| <b>DIFFUSIONE</b> | Comunicati stampa e conferenze stampa nazionali e internazionali; Azioni di comunicazione coordinate con                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |



|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                              | <p>ENIT S.p.A. e con gli Stakeholder sportivi; Post, reel e contenuti social dedicati ai Giochi e al viaggio della torcia; Interviste ai protagonisti del progetto (Ministero, Fondazione 2026, designer, atleti); Eventi di promozione lungo le tappe della torcia olimpica e paralimpica; Collaborazioni con grandi eventi sportivi nazionali e internazionali; Documentario sui luoghi delle Olimpiadi; Spazi dedicati sul portale Italia.it; Il terzo Forum Internazionale del Turismo a Milano a fine gennaio 2026, come focus <i>undertourism</i> e Piccoli Comuni.</p> |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Insight</i> dei contenuti social relativi ai Giochi e alle tappe della torcia.</li> <li>- Rassegna stampa nazionale e internazionale.</li> <li>- Valutazione dell'impatto mediatico degli eventi di presentazione delle torce.</li> <li>- Report sull'andamento dei flussi turistici nelle località coinvolte.</li> <li>- <i>Partnership</i> e risultati delle campagne realizzate in collaborazione con ENIT.</li> <li>- Analisi degli indicatori economici e sociali generati dall'evento.</li> </ul>                           |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | GENNAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri enti e ministeri, sfruttando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

**SCHEDA**  
**IL VOLANO DEI GRANDI EVENTI SPORTIVI**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | <p>I grandi eventi sportivi sono un volano di turismo e progresso socioeconomico, generano importanti ricavi e rappresentano un'occasione irripetibile per effettuare investimenti in asset permanenti, come impianti e infrastrutture, che portano a un ammodernamento di grande importanza per la località ospitante e fonte di ricchezza a medio-lungo termine per il territorio.</p> <p>L'Italia sarà protagonista di grandi eventi sportivi di valore strategico turistico ospitando le Olimpiadi invernali 2026 (Milano-Cortina) e l'<i>America's Cup</i> che per la prima volta si svolgerà in Italia, ospitata dalla città di Napoli. La competizione prenderà il via nel 2026 con la Louis Vuitton 38th <i>America's Cup Match</i>.</p> <p>Inoltre, il Ministero del Turismo ha siglato una Convenzione con la Città di Imperia per sostenere la manifestazione "Vele d'Epoca", che riveste una particolare importanza e notorietà storica e culturale nel mondo nautico e turistico di settore, che attrae migliaia di visitatori nella località ospitante e nel suo territorio.</p> |
| <b>OBIETTIVI</b>                    | Promozione delle azioni del Ministero sul settore e del suo ruolo in Milano-Cortina 2026, per l' <i>American's Cup</i> 2026/2027 e per Vele d'Epoca d'Imperia. Valorizzazione dell'impatto turistico positivo che i Grandi Eventi sportivi hanno sui territori e sull'arrivo dei turisti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>TARGET</b>                       | Turisti, cittadini, stampa e media                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>CONTENUTI</b>                    | Sport e grandi eventi, come Milano-Cortina 2026, l' <i>American's Cup</i> 2026/2027, e tutte le manifestazioni sportive internazionali e nazionali ospitate in Italia, come leva strategica per il turismo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>DIFFUSIONE</b>                   | Legare propria immagine alle nazionali italiane all'estero (attraverso comunicati stampa e azioni congiunte (patrocini, loghi nelle                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                               | <p>manifestazioni, post social in collaborazione, conferenze stampa);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– all’interno di “Viaggio Italiano”, la Regione Friuli Venezia-Giulia è capofila di un progetto sul golf che ha permesso di attivare azioni mirate di “awareness” indirizzate a un potenziale bacino di utenza fatto di milioni di giocatori e neofiti in tutto il mondo;</li> <li>– post social; reel di approfondimento;</li> <li>– interviste, rassegna stampa;</li> <li>– azioni congiunte con l’organizzazione di eventuali eventi patrocinati;</li> <li>– presentazione valutazione di impatto del Sei Nazioni sul territorio e sul turismo;</li> </ul> <p>presenza di Venere e di spot istituzionali nell’ambito di manifestazioni sportive ospitate in Italia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- utilizzo di video/spot/foto di promozione dell’Italia nel corso di Manifestazioni sportive</li> <li>- Partnership con la Lega serie B per promuovere i territori nel corso delle partite</li> <li>- Mondiali 2026 come occasione di promozione dell’Italia</li> </ul> |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                             | Creatività specifica, promozione tramite testate online, comunicato stampa, rilancio sui quotidiani; partnership con ENIT per la promozione dei grandi eventi; insight sui social e sulle uscite stampa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                  | GENNAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ’ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

**SCHEDA**  
**IN VIAGGIO TRA MONTAGNA E MARE**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | <p>Valorizzare gli asset montagna e nautico e di archeologia subacquea quali elementi strategici del turismo italiano al di là delle stagioni; promuovere le misure messe in campo dal Ministero (fondo per impianti di risalita e innevamento artificiale, Montagna Italia, Ddl Montagna, fondi per Appennini, i fondi per la creazione e la riqualificazione delle aree di sosta per camper); valorizzare i progetti di promozione turistica in collaborazione con le Regioni e i programmi Bandiere Blu e Spighe Verdi in collaborazione con FEE Italia. Tra i programmi di valorizzazione turistica di aree marine c'è il progetto "Viaggio Italiano – Le vie dell'acqua, capofila la Regione Campania, in collaborazione con Assonautica, per promuovere itinerari di viaggio per mare e dentro il mare, ovvero il turismo nautico e il turismo archeologico subacqueo.</p> <p>Milano Cortina 2026 sarà una grande occasione per il territorio, ma anche per tutta l'Italia.</p> <p>L'accordo triennale 2025-2027 con il Comune di Imperia per la valorizzazione della manifestazione "Vele d'Epoca" risponde alla missione istituzionale di sostegno al turismo del mare. Il DDL Valorizzazione risorse mare costituisce la prima disciplina del turismo subacqueo attraverso la mappatura degli itinerari marini e l'individuazione di criteri di sicurezza e rilevanza paesaggistica, faunistica, archeologica e culturale.</p> |
| <b>OBIETTIVI</b>                    | Valorizzare due tipologie di turismo che stanno riscuotendo sempre più successo e favorire il processo di destagionalizzazione                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>TARGET</b>                       | Turisti, imprese del settore, cittadini, stampa e media                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>CONTENUTI</b>                    | Promuovere il Sistema Montagna Italia e Mare italiano tramite iniziative promosse dal                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                              | Ministero coadiuvate dalle campagne di promozione in collaborazione con ENIT S.p.A. , e sostenere il turismo nautico con eventi e interventi specifici per il settore. In particolare sulla piattaforma Italia.it all'interno dell'ecosistema del Tourism Digital Hub, dedicato a innovare e connettere digitalmente l'offerta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>DIFFUSIONE</b>                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- post social, reel;</li> <li>- articoli di giornale;</li> <li>- eventi come Salone di Genova, NauticSud, Cortina Charity Challenge;</li> <li>- promozione della app Ulisses nata con il bando del Ministero rivolte alle startup del turismo;</li> <li>- promozione della app GeoResQ;</li> <li>- azioni congiunte con l'organizzazione di eventuali eventi patrocinati;</li> <li>- spazio su italia.it dedicato al turismo nautico e relativa promozione;</li> <li>- in merito al progetto "Viaggio Italiano", valorizzazione del turismo nautico all'interno del programma <i>Turismo attivo</i> di cui è capofila la Regione Marche con la nascita di percorsi porti-territori</li> </ul> |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | Insight social; partecipazione a eventi e relativa rassegna; utilizzo app; reel sul turismo nautico; reel sul turismo di montagna                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | MARZO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

**SCHEDA**  
**IL TURISMO “CERTIFICATO E TRASPARENTE”**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | <p>Il sostegno al cambiamento digitale dell’ecosistema industriale del turismo prevede anche la realizzazione e la gestione della banca dati delle strutture ricettive. Con la conversione del c.d. decreto “Anticipi” (il D.L. n. 145/2023) nella legge 15 dicembre 2023, n. 191, è divenuta definitiva l’istituzione del Codice identificativo nazionale (CIN), che deve essere assegnato, tramite apposita procedura automatizzata, dal Ministero alle unità immobiliari a uso abitativo oggetto di locazione per finalità turistiche, a quelle destinate alle locazioni brevi, oltre che alle strutture turistico-ricettive alberghiere ed extralberghiere. Al Ministero è affidata la gestione della banca dati nazionale ed è prevista l’automatica ri-codificazione come CIN dei codici identificativi specifici già assegnati da Regioni, Province autonome e Comuni, qualora abbiano attivato in passato delle procedure di attribuzione per le medesime unità immobiliari e strutture soggette al CIN</p> |
| <b>OBIETTIVI</b>                    | Informare cittadini e stakeholder sulle novità normative introdotte dal Ministero anche insieme agli altri organi di governo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>TARGET</b>                       | Cittadini, imprese, operatori di settore                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>CONTENUTI</b>                    | Quando sarà in vigore il decreto attuativo promuovere, attraverso i mezzi indicati di seguito, il CIN e l’accesso alla banca dati                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>DIFFUSIONE</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Comunicati stampa;</li> <li>– aggiornamenti sul sito istituzionale;</li> <li>– reel di approfondimento;</li> <li>– post social;</li> <li>– format TV/TG Turismo;</li> <li>– interviste;</li> <li>– identità visiva specifica per il progetto CIN;</li> <li>– azioni congiunte con l’organizzazione di eventuali eventi patrocinati;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                                              |                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>– TG Turismo dedicato ad approfondimenti sull'accesso alla piattaforma;</li> <li>– interviste;</li> <li>– sviluppo di identità visiva del progetto</li> </ul> |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | Rassegna stampa; insight social; dati su accesso a piattaforma; dati su visualizzazioni format multimediali                                                                                          |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | GENNAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                              |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                      |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                      |

**SCHEDA**  
**IL TURISMO È CONTRASTO ALLE FALSE RECENSIONI**

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b>                          | Per la prima volta in Italia c'è una legge per il contrasto alle false recensioni che danneggiano le attività economiche.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>OBIETTIVI</b>                                             | Anche alla luce delle risultanze del primo G7 Turismo è stato necessario sensibilizzare il pubblico e le imprese a un uso corretto ed etico delle piattaforme di feedback, presentando i rischi e le opportunità. In tal senso il Governo italiano, per tramite del Ministero del Turismo (con la collaborazione del MIMIT) è stato il primo in Europa a lavorare per una regolamentazione delle recensioni online, introducendo una normativa più ampia del codice etico europeo. |
| <b>TARGET</b>                                                | Cittadini e operatori del settore                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>CONTENUTI</b>                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tema della registrazione dell'utente che fa la recensione;</li> <li>- questione applicazione sanzioni per mancata applicazione della norma;</li> <li>- dimostrazione di aver usufruito realmente del servizio, per esempio attraverso un QR Code;</li> <li>- campagna di educazione sul corretto uso delle recensioni (con Agcom)</li> </ul>                                                                                              |
| <b>DIFFUSIONE</b>                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Post social e reel di approfondimento;</li> <li>- azioni congiunte con stakeholder (ad es. Agcom), come post in collaborazione, campagne stampa/televise/radiofoniche;</li> <li>- azioni congiunte con eventuali eventi patrocinati</li> </ul>                                                                                                                                                                                            |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | Conferenze e rassegna stampa; insight dei social e degli altri contenuti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | FEBBRAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |



**SCHEDA**  
**IL RACCONTO DEL TURISMO ITALIANO: ITALIA.IT E NON SOLTANTO**

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b>                          | Il canale social di Italia.it è una vetrina che mostra, con foto e reel, le meraviglie della nostra penisola                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>OBIETTIVI</b>                                             | Valorizzazione di tradizioni, costumi e luoghi più e meno conosciuti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>TARGET</b>                                                | Visitatori, sia italiani che stranieri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>CONTENUTI</b>                                             | Grazie ai <i>Content Creator</i> e ai partner istituzionali (Regioni) si pubblicano contenuti accattivanti. Sulla base del PED mensile del portale italia.it si valorizzano destinazioni in tutta Italia con occhio di riguardo a quelle che hanno già disponibili i podcast; che ospitano siti Unesco; che ospitano alcuni grandi eventi. In questo sono di supporto anche le rubriche social dei canali istituzionali del MiTur. |
| <b>DIFFUSIONE</b>                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nel PED è prevista la presenza quasi giornaliera sul canale, attraverso post, reel e stories;</li> <li>- Due post al mese viene in collaborazione con Venere;</li> <li>- azioni congiunte con l'organizzazione di eventuali eventi patrocinati</li> <li>- post per valorizzare destinazioni con Siti UNESCO</li> <li>- promozione di alcuni grandi eventi</li> </ul>                      |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | Insight social                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | GENNAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Favorire sinergie operative con altri enti e ministeri vista la trasversalità del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

## IL TURISMO È “RESILIENTE” (PNRR)

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b>                          | I progetti d’investimento della Missione 1, Componente C3 “Turismo e Cultura” del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza delineano una strategia di sostegno e rilancio del settore volta a incentivare la competitività delle imprese e promuovere un’offerta turistica basata sulla sostenibilità ambientale, sull’innovazione e sulla digitalizzazione dei servizi                                                             |
| <b>OBIETTIVI</b>                                             | Miglioramento delle strutture ricettive e dei servizi collegati, la realizzazione di investimenti pubblici per una maggiore fruibilità del patrimonio turistico, il sostegno al credito per il comparto turistico e incentivi fiscali a favore delle piccole e medie imprese del settore                                                                                                                                           |
| <b>TARGET</b>                                                | Imprese turistiche, operatori del settore, strutture ricettive e dei servizi collegati                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>CONTENUTI</b>                                             | Il <i>Tourism Digital Hub</i> , il Fondo integrato per la competitività delle imprese turistiche;<br>il progetto <i>Caput Mundi – New Generation EU</i> per i grandi eventi turistici;<br>la riforma dell’Ordinamento delle professioni delle guide turistiche                                                                                                                                                                     |
| <b>DIFFUSIONE</b>                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Canali Social: attraverso post e reel informativi si evidenziano le attività inerenti ai vari progetti;</li> <li>- interviste per testate di settore;</li> <li>- comunicati stampa;</li> <li>- punti stampa presso gli eventi cui partecipa il Ministro o altri rappresentanti del Dicastero;</li> <li>- azioni congiunte con l’organizzazione di eventuali eventi patrocinati</li> </ul> |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | Rassegna; Insight social; report Unioncamere delle campagne con i TDH promoter e gli eventi dedicati                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | GENNAIO – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

**SCHEDA**  
**LA GIORNATA DEGLI ABITI STORICI**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b> | <p>L'11 novembre è stata istituita Giornata Nazionale degli Abiti Storici. L'iniziativa, introdotta con legge 15 aprile 2025, n. 59, ha la finalità di valorizzare il patrimonio storico, artistico e culturale italiano, con le tradizioni del tessuto sociale e territoriale che danno forma all'identità nazionale. Un legame che si dipana attraverso i secoli, nelle diverse rappresentazioni offerte dall'abito tradizionale etnografico, dalla tradizione sartoriale italiana, dalla moda, dalla cultura terri-oriale, dalle tradizioni religiose e popolari diffuse sul territorio.</p> <p>Attraverso l'abito storico raccontiamo il nostro Paese, la nostra storia, i suoi cambiamenti con un linguaggio quotidiano come l'abbigliamento ma di tutti i giorni o di occasione. Un modo meravigliosamente diverso di raccontare visivamente la cultura e la specificità del nostro territorio nel tempo e nello spazio.</p> <p>Il progetto si pone all'interno di una più ampia strategia con cui il Governo intende promuovere e tutelare il ricco patrimonio materiale e immateriale d'eccellenza, unico al mondo.</p> |
| <b>OBIETTIVI</b>                    | <p>Le celebrazioni della Giornata Nazionale degli Abiti Storici, con le manifestazioni correlate, accrescono la competitività del turismo culturale, asset portante dell'intera industria e vettore di destagionalizzazione, valorizzando gli abiti storici in quanto espressione peculiare e tipica dell'identità nazionale del <i>Made in Italy</i> di qualità.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>TARGET</b>                       | <p>Comuni, Regioni, Enti, musei e tutti i soggetti operanti nel settore degli abiti storici</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>CONTENUTI</b>                    | <p>Creazione di un Catalogo e diffusione attraverso una rubrica social.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>DIFFUSIONE</b>                   | <ul style="list-style-type: none"><li>– Conferenza stampa</li><li>– social media e piattaforme digitali</li><li>– eventi stampa e interviste ai protagonisti del settore;</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                                              |                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>– una campagna di comunicazione dedicata, in collaborazione con ENIT S.p.A. e con altri Partner istituzionali</li> </ul> |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b>                            | Dati su interazioni e copertura mediatica; feedback da parte dei partecipanti e stakeholder;                                                                    |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>                                 | APRILE – DICEMBRE 2026                                                                                                                                          |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>                                   |                                                                                                                                                                 |
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIÙ AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri soggetti pubblici e privati, valorizzando la natura trasversale del comparto turistico.                                 |

**SCHEDA**  
**TURISMO E *MADE IN ITALY***

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA</b></p> | <p>Il <i>Made in Italy</i> è il vero vantaggio competitivo della nostra industria nel contesto mondiale: genera quasi 14miliardi di euro di valore economico in termini di spesa turistica, di cui 3,3miliardi prodotti da turisti ad alto reddito, per l’acquisto di beni e servizi di lusso. Il <i>Made in Italy</i> è sinonimo di alta qualità, raffinatezza ed eccellenza, e oltre 185mila imprese artigiane collegano questo fondamentale valore identitario italiano alla domanda turistica.</p> <p>Da abbigliamento e moda ad agroalimentare, da automazione ad arredamento e design, il <i>Made in Italy</i> – che vale oltre 400miliardi di euro con un export di 640miliardi – è un vettore di crescita e di sviluppo dell’industria turistica, ma anche di ricchezza per la Nazione e di prestigio e visibilità del “<i>brand Italia</i>”.</p>                                                                                            |
| <p><b>OBIETTIVI</b></p>                    | <p>Realizzare un evento in cui lanciare il primo rapporto annuale sull’impatto del <i>Made in Italy</i> sul turismo. Anche in relazione al <i>Tax Free Shopping</i>, che sembra abbia incentivato gli acquisti soprattutto nelle località minori, che sono il cuore del <i>Made in Italy</i> e artigianato locale.</p> <p>Raccontare le Regioni italiane, i territori, a partire dal “<i>Made in Italy</i> locale”, creando su <a href="http://Italia.it">Italia.it</a> una sezione dedicata.</p> <p>Curare una rubrica <i>social</i> in cui raccontare i territori a partire dal <i>Made in Italy</i>.</p> <p>Promuovere, nel periodo della Primavera 2026, i weekend delle fabbriche/cantine/musei d’impresa aperti al pubblico, per invitare i turisti a scoprire dove nasce e prende forma il <i>Made in Italy</i>. Prevedere il coinvolgimento delle Scuole in tema di “<i>Made in Italy</i> e turismo”, magari attraverso scambi di classi</p> |

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | <p>interregionali finalizzati a conoscere le eccellenze locali attraverso i territori.</p> <p>Nell’ambito del progetto “Turismo DOP”, prevedere che ciascuna Regione, il 15 aprile 2026 o nella settimana corrispondente, organizzi eventi locali di valorizzazione di prodotti <i>made in Italy</i> e territori, realizzando così un calendario di eventi da promuovere tramite il Ministero del turismo.</p> <p>Promuovere il titolo “Capitale italiana del Turismo <i>made in Italy</i>”.</p> <p>Azioni trasversali con ENIT S.p.A. per utilizzare il <i>Made in Italy</i> come elemento di attrazione dall’estero anche con le reti dei Musei d’impresa.</p> |
| <b>TARGET</b>                     | Cittadini, turisti reali e potenziali, operatori del settore, Enti locali e Regioni                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>CONTENUTI</b>                  | <p>Realizzare un mini <i>spot</i> sul <i>Made in Italy</i> a partire dai territori dove nasce. Spot da usare nelle fiere internazionali per invitare i turisti a visitare i luoghi dove nascono le eccellenze che tanto amano.</p> <p>Utilizzare il canale di RaiPlay per promuovere documentari <i>made in Italy</i> e il territorio nazionale quale destinazione turistica.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>DIFFUSIONE</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Conferenza stampa</li> <li>– social media e piattaforme digitali</li> <li>– eventi stampa e interviste ai protagonisti del settore;</li> <li>– campagne di comunicazione integrate con ENIT e altri partner istituzionali</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE</b> | Dati su interazioni e copertura mediatica; feedback da parte dei partecipanti e Stakeholder.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>      | APRILE – DICEMBRE 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>RISORSE FINANZIARIE</b>        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|                                                                  |                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIU<br/>AMMINISTRAZIONI</b> | Promuovere sinergie operative con altri<br>soggetti pubblici e privati, valorizzando la<br>natura trasversale del comparto turistico. |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|