

Il ministero. La campagna promozionale nelle stazioni ferroviarie italiane «In Sardegna, Sicilia e Calabria esperienze uniche»

«Sardegna, Sicilia e Calabria sono pronte a regalare esperienze uniche», ha sottolineato il ministro del Turismo Gianmarco Mazzi al lancio di "Welcome to the Dream, Welcome to Italia", la nuova campagna di promozione delle regioni colpite a gennaio dal ciclone Harry.

L'iniziativa, partita nei giorni scorsi nelle principali stazioni ferroviarie italiane, punta a rilanciare l'immagine delle destinazioni interessate attraverso una comunicazione orientata alla valorizzazione del patrimonio paesaggistico, culturale e turistico del Paese, e coinvolge i principali mercati turistici europei e internazionali di riferimento delle tre regioni, tra cui Germania, Francia,

Stati Uniti, Regno Unito, Svizzera, Polonia, Austria, Australia, Spagna e Paesi del Benelux.

Accanto al pubblico internazionale, il piano promozionale guarda con attenzione anche al mercato domestico, considerato strategico per il peso delle presenze turistiche nazionali nelle aree coinvolte.

Intanto, secondo le stime di Demoskopica, nel 2026 gli arrivi in Italia dovrebbero toccare i 141,2 milioni, mentre le presenze i 478,6 milioni, in crescita rispettivamente del 2,1% e dello 0,4% rispetto all'anno scorso. In controtendenza sugli ultimi anni riparte la componente domestica: quasi 64,8 milioni di italiani che generano oltre

213 milioni di pernottamenti. Oltre 76 milioni i turisti stranieri attesi nelle località italiane (il 55% delle presenze complessive previste).

Sul piano economico, i flussi turistici potrebbero generare una spesa complessiva pari a 132,7 miliardi di euro, con una crescita del 4,0% rispetto al 2025.



STRATEGIA

Una turista in una spiaggia ogliastrina



Peso: 19%