



MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

Viaggiando con il **MINISTERO**

SETTEMBRE 2026

**Tutte le novità più importanti
per il Turismo in Italia**

Sommario

04

Che cos'è ***Viaggiando con il Ministero?***

05

QUATTRO ANNI DI GOVERNO MELONI: LA CENTRALITÀ DEL TURISMO

La crescita dell'industria turistica, tra record, stabilità politica, investimenti e nuove misure. La stabilità politica si traduce anche nella capacità di programmare, investire e costruire una visione di lungo periodo.

07

ESTATE 2026: LA BELLA STAGIONE DI NUOVI RECORD

Oltre 276 milioni di presenze tra giugno e agosto. L'Italia cresce, supera Spagna e Francia per saturazione delle strutture sulle piattaforme online e vede rafforzarsi anche nei borghi e piccoli Comuni. Più turisti, soggiorni più lunghi e una crescita che coinvolge l'intero territorio nazionale.

09

AFFITTI BREVI, IL MINISTERO INCONTRA LE ASSOCIAZIONI DEL SETTORE

Al centro del tavolo la proposta di regolamento della Commissione europea e le possibili conseguenze per la piccola priorità immobiliare, il turismo e i territori.

Sommario

10

CULTURA E TURISMO, OLTRE 60MILA VISITATORI LE APERTURE STRAORDINARIE DI AGOSTO

Il successo della sperimentazione al Colosseo, al Pantheon e al Castello Sforzesco conferma il valore della collaborazione tra istituzioni per rendere il patrimonio culturale più accessibile e migliorare l'esperienza di visita.

12

MINISTERO DEL TURISMO E ATRI: GLI AEREOPORTI DIVENTANO VETRINE DELL'ITALIA

Nell'intervista il Ministro ha fatto il punto sul settore definendolo una vera "industria" e ha proposto una cabina di regia per l'emergenza all'aeroporto di Catania.

14

CHE SPETTACOLO L'ITALIA: CINEMA E FICTION PER RACCONTARE LE DESTINAZIONI ITALIANE

Il Ministero del Turismo ha adottato e pubblicato il Decreto Direttoriale con gli esiti dell'istruttoria del programma Staff House – Titolo II e l'assegnazione provvisoria delle agevolazioni.

Che cos'è *Viaggiando con il Ministero?*

Un diario di bordo mensile

In un mondo sempre più connesso e in continua evoluzione, il turismo rappresenta un settore cruciale per l'economia di una Nazione.

Il Ministero del Turismo, consapevole di questa importanza, ha deciso di adottare un approccio innovativo e trasparente attraverso la pubblicazione mensile *Viaggiando con il Ministero*.

Questa pubblicazione rappresenta un viaggio affascinante attraverso le attività intraprese dal dicastero a sostegno del comparto turistico. Mese dopo mese, *Viaggiando con il Ministero* si propone di narrare le iniziative, i progetti e le politiche messe in atto per promuovere un turismo sostenibile, inclusivo e innovativo.

Il Ministero del Turismo si impegna costantemente a sviluppare un'industria turistica che non solo valorizzi le bellezze della nostra Italia, ma che sia anche rispettosa dell'ambiente, delle comunità locali e delle tradizioni.

Attraverso *Viaggiando con il Ministero*, si intende trasmettere l'entusiasmo e la determinazione con cui il dicastero lavora per garantire un turismo di qualità, capace di offrire esperienze autentiche e memorabili ai visitatori.

In una società in cui la sostenibilità e l'inclusività sono sempre più centrali, il Ministero del Turismo si pone come guida e promotore di un turismo consapevole, capace di generare sviluppo economico e sociale in armonia con l'ambiente circostante.

Viaggiando con il Ministero si propone di essere uno strumento informativo e ispirazionale per tutti coloro che credono nel potenziale trasformativo del turismo e desiderano contribuire a costruire un futuro migliore per le generazioni a venire.





QUATTRO ANNI DI GOVERNO MELONI: LA CENTRALITÀ DEL TURISMO

La crescita dell'industria turistica, tra record, stabilità politica, investimenti e nuove misure

La stabilità politica si traduce anche nella capacità di programmare, investire e costruire una visione di lungo periodo. È in questo quadro che si inserisce la crescita vissuta dal turismo italiano durante gli anni del Governo Meloni: una stagione nella quale il comparto ha assunto un ruolo sempre più centrale nelle politiche economiche nazionali, consolidandosi come uno dei principali motori di sviluppo del Paese.

Un cambio di prospettiva netto rispetto al passato. Per troppo tempo considerato un settore marginale, il turismo, che oggi vale oltre il 13% del prodotto interno lordo, è stato ricondotto al centro dell'azione di governo. I risultati raggiunti raccontano l'impatto di questa scelta e restituiscono l'immagine di un'Italia più attrattiva, credibile e competitiva sui mercati internazionali.

Il 2025 si è chiuso con 160,7 milioni di arrivi e 535,5 milioni di presenze, in crescita del 15% rispetto al 2024 e di oltre il 22% sul 2019, ultimo anno prima della pandemia. Un risultato che ha consentito all'Italia di superare la Francia per numero di presenze e che trova continuità nel 2026, anche attraverso un surplus della bilancia turistica pari a 22,7 miliardi di euro.

Numeri che non rappresentano soltanto un primato statistico. Dietro la crescita dei flussi c'è una strategia costruita attraverso investimenti, sostegno alle imprese, miglioramento della qualità del lavoro, regolamentazione del mercato e promozione dell'offerta turistica nazionale.

Complessivamente, sono stati messi in campo 4 miliardi di euro di investimenti per rendere l'industria turistica italiana più moderna, accessibile e stabile. Una parte importante dell'azione del Governo ha riguardato il lavoro, con la detassazione delle mance al 5%, la decontribuzione per il lavoro notturno e festivo e il primo piano dedicato alla casa per gli addetti del comparto.

Le misure prevedono 58mila alloggi a prezzi calmierati e la realizzazione di oltre 3.500 nuovi alloggi, con l'obiettivo di rendere più sostenibile la permanenza dei lavoratori nelle principali destinazioni turistiche.



Alla crescita quantitativa si accompagna quella qualitativa. L'Italia ha assunto un ruolo di apripista in Europa nella regolamentazione degli affitti brevi e nel contrasto all'abusivismo. Sono 735mila le strutture registrate nella Banca dati delle strutture ricettive, mentre l'intervento contro le false recensioni punta a tutelare consumatori e operatori, rafforzando trasparenza e correttezza del mercato.

Anche la promozione digitale ha contribuito a consolidare il posizionamento internazionale del Paese. Il portale Italia.it ha raggiunto una media di 23 milioni di visite, affermandosi come il primo portale turistico europeo e come una delle principali vetrine della ricchezza e della varietà dell'offerta nazionale.

La crescita, inoltre, non riguarda soltanto le città d'arte e le destinazioni più conosciute. Uno dei risultati più significativi degli ultimi anni è il maggiore protagonismo assunto dai borghi e dai territori meno frequentati. Nel 2026 queste destinazioni hanno registrato un aumento del 5,3% degli arrivi e del 4,6% delle presenze. Attraverso il Fondo per i piccoli Comuni a vocazione turistica, ogni euro pubblico investito è stato in grado di generare oltre tre euro di ricadute sul territorio.

Una strategia che punta dunque ad ampliare la geografia del turismo italiano, distribuendo i flussi, sostenendo le economie locali e trasformando il patrimonio diffuso di borghi, paesaggi, tradizioni ed eccellenze in nuove opportunità di sviluppo.

In occasione dell'iniziativa organizzata a Bari per celebrare il record di durata del Governo, il ministro del Turismo Gianmarco Mazzi ha sottolineato il legame tra stabilità istituzionale e crescita del comparto.

«Quando un Paese è forte e stabile, è credibile. Quando è credibile, è attrattivo», ha dichiarato il ministro. «Il Governo più lungo della storia è il governo che ha fatto grande l'Italia del turismo».

Il successo del settore diventa così uno degli indicatori più evidenti del percorso compiuto dall'Italia negli anni del Governo Meloni: un Paese che ha ritrovato continuità nell'azione politica, maggiore autorevolezza internazionale e la capacità di valorizzare il turismo non soltanto come risorsa economica, ma come vera industria nazionale.



ESTATE 2026: LA BELLA STAGIONE DI NUOVI RECORD

Oltre 276 milioni di presenze tra giugno e agosto. L'Italia cresce, supera Spagna e Francia per saturazione delle strutture sulle piattaforme online e vede rafforzarsi anche borghi e piccoli Comuni

Più turisti, soggiorni più lunghi e una crescita che coinvolge l'intero territorio nazionale. L'estate 2026 conferma la forza del turismo italiano, con risultati positivi sia per il mercato interno sia per quello internazionale.

Tra giugno, luglio e agosto, l'Italia ha superato i 276 milioni di presenze, 5,5 milioni in più rispetto alla stessa stagione dello scorso anno, e ha registrato oltre 72,4 milioni di arrivi. Nel complesso, il trimestre estivo è cresciuto del 2% sul 2025.

«Quest'estate ha registrato numeri strabilianti», ha dichiarato il ministro del Turismo Gianmarco Mazzi. «Cresce sia il dato dei turisti italiani sia quello degli stranieri: prenotano di più e restano di più nel nostro Paese».

Gli arrivi dei turisti italiani sono aumentati del 2,1% e le presenze dell'1,6%. Positivo anche il mercato internazionale, con una crescita dell'1,9% degli arrivi e del 2,3% dei pernottamenti. Il mese di maggiore intensità è stato agosto, che ha segnato un incremento del 3% degli arrivi e del 4,2% delle presenze, trainato in particolare dalla componente estera.

La competitività dell'offerta italiana trova conferma nel tasso di saturazione OTA, l'indicatore relativo alle prenotazioni sulle principali piattaforme online. Durante l'estate, l'Italia ha raggiunto il 61,8%, con un aumento del 13,8% sul 2025, superando la Spagna, al 54,7%, e la Francia, al 45,6%.

Il vantaggio sui principali concorrenti europei si è mantenuto anche a settembre: con una saturazione del 56,2%, l'Italia si è collocata ancora davanti alla Spagna, al 43,6%, e alla Francia, al 35,5%.

La crescita ha interessato numerose aree del Paese. I livelli di saturazione più elevati sono stati registrati nella Provincia autonoma di Trento, in Sardegna, Friuli-Venezia Giulia, Sicilia e Veneto. Rispetto all'estate precedente, gli incrementi più consistenti hanno riguardato Lazio, Emilia-Romagna, Toscana e Friuli-Venezia Giulia.



A rafforzarsi sono anche le destinazioni minori. Nel solo mese di luglio, i piccoli comuni hanno registrato un aumento del 6,6% degli arrivi e del 4,2% delle presenze. Nei primi sette mesi del 2026, la crescita è stata rispettivamente del 5,6% e del 4,4%.

«La crescita registrata nei borghi ci dice che le politiche attuate a sostegno dei territori stanno dando risultati importanti», ha sottolineato il ministro Mazzi.

L'incremento degli arrivi nei piccoli comuni ha interessato quasi tutte le regioni, con risultati particolarmente positivi nel Lazio, in Friuli-Venezia Giulia, Abruzzo e Piemonte. Sul fronte delle presenze, gli aumenti maggiori sono stati rilevati in Abruzzo, Piemonte, Marche e Puglia. I risultati dell'estate 2026 raccontano così un'Italia turistica sempre più attrattiva e competitiva.

I nuovi record, il vantaggio rispetto ai principali concorrenti europei e il crescente interesse per borghi e piccoli comuni confermano la forza di un'offerta diffusa, capace di valorizzare la varietà dei territori e di generare nuove opportunità di sviluppo.



AFFITTI BREVI, IL MINISTERO INCONTRA LE ASSOCIAZIONI DEL SETTORE

Al centro del tavolo la proposta di regolamento della Commissione europea e le possibili conseguenze per la piccola proprietà immobiliare, il turismo e i territori

Il Ministero del Turismo ha incontrato le associazioni maggiormente rappresentative del turismo e della ricettività collegata agli affitti brevi, per esaminare la proposta di regolamento del settore avanzata dalla Commissione europea.

Nel corso del confronto, le associazioni hanno espresso forte preoccupazione per le possibili conseguenze del provvedimento sulla piccola proprietà immobiliare, particolarmente diffusa in Italia, e per l'assenza di benefici evidenti per il turismo, i viaggiatori e i residenti.

L'incontro ha consentito al Ministero di raccogliere le osservazioni degli operatori e di approfondire le ricadute che la proposta potrebbe produrre sul ceto medio, sull'offerta ricettiva e sull'economia dei territori.

«Il documento parrebbe minacciare il ceto medio d'Europa, colpendo la piccola proprietà immobiliare, in particolare quella degli italiani, senza portare benefici evidenti al turismo, ai turisti o ai residenti», ha dichiarato il ministro del Turismo Gianmarco Mazzi al termine del tavolo.

Il ministro ha inoltre richiamato l'esperienza di Barcellona, sottolineando la necessità che le politiche europee tengano conto degli effetti già prodotti da interventi restrittivi e delle caratteristiche specifiche dei diversi sistemi turistici e immobiliari nazionali.

Il tavolo si inserisce nell'attività di ascolto e confronto promossa dal Ministero con gli operatori del comparto, con l'obiettivo di accompagnare l'evoluzione normativa del settore salvaguardando il turismo, le comunità locali e la piccola proprietà immobiliare.



CULTURA E TURISMO, OLTRE 60MILA VISITATORI LE APERTURE STRAORDINARIE DI AGOSTO

Il successo della sperimentazione al Colosseo, al Pantheon e al Castello Sforzesco conferma il valore della collaborazione tra istituzioni per rendere il patrimonio culturale più accessibile e migliorare l'esperienza di visita

Oltre 60mila visitatori in un solo mese per vivere alcuni dei luoghi più rappresentativi del patrimonio culturale italiano anche nelle ore serali. Si è conclusa con risultati particolarmente positivi la sperimentazione promossa nel mese di agosto dal Ministero del Turismo e dal Ministero della Cultura, con la partecipazione del Comune di Milano, per ampliare gli orari di accesso al Colosseo, al Pantheon e al Castello Sforzesco.

L'iniziativa, avviata il 1° agosto, è nata con un obiettivo preciso: offrire a turisti e cittadini maggiori opportunità di visita, favorire una distribuzione più equilibrata dei flussi e rendere la fruizione dei grandi attrattori culturali maggiormente compatibile con le esigenze della stagione estiva.

Una scelta orientata alla qualità dell'accoglienza, che ha permesso di valorizzare fasce orarie meno calde e di vivere monumenti e musei in una dimensione particolarmente suggestiva.

La risposta del pubblico ha confermato la validità del progetto. Nel corso delle sole aperture serali, il Colosseo e il Pantheon hanno registrato complessivamente oltre 56mila visitatori. Al Castello Sforzesco, gli accessi alle sale del Museo di Arte Antica, alla Pietà Rondanini e alla mostra "Passione Disegno" sono stati invece più di 4mila. Numeri che testimoniano il forte interesse per nuove modalità di fruizione del patrimonio e premiano una sperimentazione costruita intorno alle esigenze reali dei viaggiatori.

Il progetto ha previsto modalità differenti nei tre siti coinvolti. A Roma, il Colosseo è rimasto aperto nelle serate di venerdì e sabato, mentre il Pantheon ha esteso l'accesso serale per quasi tutto il mese. A Milano, il Castello Sforzesco ha prolungato l'orario di visita dei propri spazi museali. Un modello flessibile, adattato alle caratteristiche dei singoli luoghi, che ha coniugato tutela, organizzazione dei servizi e migliore gestione degli ingressi.



Il successo dell'iniziativa conferma anche il valore della collaborazione tra amministrazioni. La sinergia tra Ministero del Turismo, Ministero della Cultura e Comune di Milano ha consentito di mettere in comune competenze e capacità organizzative, trasformando l'estensione degli orari in un intervento concreto a favore dell'accessibilità e dell'attrattività delle destinazioni.

«L'esperimento delle aperture serali di monumenti e musei, avviato insieme al Ministro della Cultura Alessandro Giuli, ha dato risultati eccellenti», ha dichiarato il ministro del Turismo Gianmarco Mazzi, sottolineando come l'iniziativa sia ora oggetto di un'analisi dettagliata, con l'intento di riproporla nell'estate del prossimo anno e di valutarne una possibile versione invernale già nel periodo natalizio.

La sperimentazione rappresenta, infatti, molto più di un semplice prolungamento degli orari. Rendere il patrimonio culturale accessibile in momenti diversi della giornata significa migliorare la qualità dell'esperienza, ampliare la platea dei visitatori e offrire nuove occasioni di conoscenza e partecipazione.

Significa inoltre contribuire a una gestione più ordinata dei flussi, alleggerendo la pressione nelle fasce tradizionalmente più frequentate e rendendo le città ancora più accoglienti.

Il risultato raggiunto si inserisce nella più ampia attenzione che il Ministero del Turismo dedica al turismo culturale, componente sempre più importante dell'offerta nazionale e leva strategica per rafforzare la competitività dell'Italia. Cultura e turismo costituiscono un binomio capace di valorizzare l'identità del Paese, sostenere le economie territoriali e offrire ai visitatori esperienze autentiche, memorabili e distribuite in momenti diversi dell'anno.

Gli oltre 60mila ingressi registrati ad agosto indicano quindi una direzione chiara: innovare l'accoglienza non significa soltanto creare nuovi prodotti turistici, ma anche rendere più accessibile e fruibile ciò che rende l'Italia unica nel mondo. Il Ministero del Turismo continuerà a lavorare in questa direzione, promuovendo la collaborazione tra istituzioni e sostenendo un modello di turismo culturale moderno, organizzato e vicino alle persone.



MINISTERO DEL TURISMO E ATRI: GLI AEROPORTI DIVENTANO VETRINE DELL'ITALIA

Il Ministero del Turismo e ATRI uniscono competenze, dati e strumenti di comunicazione per conoscere meglio i viaggiatori, intercettare le nuove tendenze e promuovere i territori italiani fin dal loro arrivo

Ogni viaggio comincia e finisce in un luogo che non è soltanto uno spazio di passaggio. Gli aeroporti rappresentano il primo incontro del turista con il Paese e, allo stesso tempo, l'ultima immagine che accompagna la sua partenza. Porte d'ingresso e di uscita, quindi, ma anche luoghi di informazione, relazione e promozione.

Nasce da questa consapevolezza l'accordo di collaborazione sottoscritto dal Ministero del Turismo e da ATRI, Associazione Travel Retail Italia, per rafforzare la conoscenza dei flussi turistici e valorizzare gli aeroporti italiani come punti strategici di comunicazione della destinazione Italia.

L'intesa consentirà di mettere a sistema le competenze istituzionali del Ministero e il patrimonio di conoscenze sviluppato dagli operatori del travel retail, avviando attività di studio e analisi sui comportamenti dei viaggiatori italiani e internazionali in transito negli scali del Paese.

Conoscere meglio i passeggeri, le loro abitudini e le nuove tendenze della domanda significa poter costruire strategie turistiche più efficaci. I dati raccolti e analizzati contribuiranno infatti a migliorare la comprensione dei flussi, a rendere la promozione più mirata e ad accompagnare le politiche di destagionalizzazione e valorizzazione dei territori.

L'accordo permetterà così di osservare il turismo da un punto di vista particolarmente significativo: quello dei milioni di persone che ogni anno attraversano gli aeroporti italiani. Una platea ampia e diversificata, capace di restituire indicazioni utili sull'evoluzione dei mercati e sulle esigenze di chi sceglie l'Italia per le proprie vacanze o per motivi professionali.

Accanto all'attività di analisi, la collaborazione apre nuove opportunità anche sul fronte della comunicazione. I principali strumenti presenti negli aeroporti, a partire dai ledwall e dalle piattaforme digitali, potranno essere utilizzati per diffondere campagne e messaggi istituzionali dedicati all'offerta turistica nazionale.



I terminal potranno quindi trasformarsi in vere e proprie vetrine dell'Italia, capaci di presentare ai viaggiatori la varietà delle destinazioni, dei territori e delle esperienze disponibili. La promozione potrà accompagnare il turista fin dal suo arrivo, suggerendo nuove mete e occasioni di visita, ma anche al momento della partenza, mantenendo vivo il legame con il Paese e stimolando il desiderio di tornare.

«Con questo accordo portiamo la promozione dell'Italia in un luogo simbolo del viaggio: l'aeroporto», ha dichiarato il ministro del Turismo. «Gli aeroporti non sono semplici punti di transito, ma rappresentano spazi di benvenuto e arrivederci per il turista».

L'obiettivo è integrare la conoscenza dei flussi con la forza comunicativa degli scali, così da comprendere in modo sempre più tempestivo ciò che i turisti cercano e rispondere con un'offerta mirata, destagionalizzata e di qualità. Un'alleanza che rafforza la competitività della destinazione Italia e attribuisce agli aeroporti un ruolo ancora più ampio all'interno dell'ecosistema turistico nazionale.

La collaborazione sottolinea anche il valore del travel retail, non soltanto come settore commerciale, ma come osservatorio privilegiato sui comportamenti dei viaggiatori. Gli operatori presenti negli aeroporti entrano quotidianamente in contatto con pubblici provenienti da mercati differenti e possono offrire informazioni utili per comprendere interessi, abitudini ed evoluzione della domanda

«Gli aeroporti sono oggi molto più che infrastrutture di trasporto: sono luoghi di incontro, informazione e relazione con il viaggiatore», ha spiegato Stefano Gardini, presidente di ATRI. Mettere a disposizione del sistema Paese dati, competenze e canali di comunicazione significa contribuire alla definizione di politiche turistiche sempre più efficaci e al miglioramento della qualità dell'esperienza di viaggio.

L'accordo tra il Ministero del Turismo e ATRI rafforza dunque un modello di collaborazione nel quale istituzioni e operatori lavorano insieme per creare valore. Per i territori, che potranno contare su nuove occasioni di visibilità; per gli operatori della filiera, grazie a una conoscenza più approfondita dei mercati; e per i viaggiatori, ai quali potrà essere proposta un'offerta più vicina ai loro interessi.

Dall'analisi dei dati alla promozione digitale, ogni aeroporto potrà diventare un punto di osservazione e di racconto del turismo italiano. Un luogo dal quale conoscere meglio chi viaggia, intercettare nuove opportunità e mostrare, sin dal primo passo nel Paese, la ricchezza della destinazione Italia.



CHE SPETTACOLO L'ITALIA: CINEMA E FICTION PER RACCONTARE LE DESTINAZIONI ITALIANE

Presentato a Venezia il nuovo progetto del Ministero del Turismo che punta a trasformare i luoghi delle riprese in strumenti di promozione e sviluppo turistico. I dettagli saranno illustrati alla Festa del Cinema di Roma

Dalle città d'arte ai borghi, dai paesaggi più conosciuti agli angoli meno esplorati del Paese: il cinema e le fiction possono diventare strumenti straordinari per raccontare l'Italia, alimentare il desiderio del viaggio e accompagnare i visitatori alla scoperta dei territori.

Nasce da questa visione *Che spettacolo l'Italia*, il nuovo progetto del Ministero del Turismo dedicato alla valorizzazione turistica delle location cinematografiche e televisive italiane. L'iniziativa è stata annunciata dal ministro del Turismo Gianmarco Mazzi a Venezia, in occasione dell'83ª Mostra del Cinema, mentre i dettagli saranno presentati alla Festa del Cinema di Roma.

Il progetto guarda all'Italia attraverso i luoghi scelti per le riprese: dalle location iconiche, già entrate nell'immaginario collettivo, ai piccoli centri e ai borghi portati sullo schermo dalle produzioni nazionali e internazionali. Un patrimonio di immagini, storie e ambientazioni che può rafforzare l'attrattività delle destinazioni e accendere la curiosità dei viaggiatori.

Film e serie televisive creano infatti un legame immediato fra una storia e il luogo in cui è ambientata. Piazze, strade, palazzi e paesaggi non costituiscono soltanto lo sfondo del racconto, ma contribuiscono a costruirne l'identità. Una volta raggiunto il pubblico, quelle immagini possono trasformarsi in un invito a vedere dal vivo i luoghi conosciuti attraverso lo schermo.

Che spettacolo l'Italia intende valorizzare proprio questa relazione tra racconto audiovisivo e viaggio. Il cinema e le fiction, comprese quelle che entrano ogni giorno nelle case delle famiglie, possono offrire una vetrina di particolare efficacia alle molteplici identità del territorio nazionale.

Attraverso la macchina da presa, l'Italia si presenta come un grande scenario diffuso. Accanto alle mete più note emergono destinazioni meno conosciute, ricche di storia, tradizioni e patrimoni da scoprire. La forza del racconto può così orientare l'attenzione verso nuovi itinerari e far conoscere la varietà dell'offerta turistica italiana.



Il progetto si inserisce nell'impegno del Ministero del Turismo per promuovere il Paese attraverso linguaggi contemporanei e capaci di raggiungere pubblici diversi. Le produzioni audiovisive parlano a milioni di persone, superano i confini nazionali e permettono alle destinazioni di entrare in contatto con gli spettatori che potranno diventare i viaggiatori di domani.

La scelta di annunciare l'iniziativa a Venezia, durante uno degli appuntamenti cinematografici più prestigiosi, sottolinea il legame tra la capacità narrativa del cinema e la forza attrattiva dell'Italia.

La successiva presentazione alla Festa del Cinema di Roma consentirà al Ministero di illustrarne più compiutamente contenuti e prospettive. *Che spettacolo l'Italia* mette dunque in relazione due eccellenze del Paese: la ricchezza dei territori e la capacità del cinema e della televisione di trasformarli in immagini, emozioni e racconti condivisi.

Un incontro che può generare nuove occasioni di viaggio e rafforzare la promozione dell'Italia, valorizzando non solo le destinazioni più celebri, ma anche la pluralità dei luoghi e delle storie che ne compongono l'identità.



**MINISTERO
DEL TURISMO**
REPUBBLICA ITALIANA



www.ministeroturismo.gov.it