MINISTERO DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

ENIT SPA

ITALIA.IT

MEDIA KIT 2026

WORLD TRAVEL MARKET LONDON
3-5 NOVEMBRE 2026

INDICE

01
Introduzione
a cura di Ivana Jelinic
Amministratore Delegato
di ENIT S.p.A.

02
Il mercato
britannico in Italia
2025 e 2026

03
L’Italia: territori
e infrastrutture

04
Le regioni d’Italia

05
Altri Enti e Territori

01

Introduzione a cura di Ivana Jelinic Amministratore Delegato di ENIT S.p.A.

Un palcoscenico importante per promuovere le nostre eccellenze



L'Italia torna al WTM di Londra per presentare la propria idea di bellezza, in grado di reinventarsi giorno dopo giorno. Un'offerta turistica mai banale, che unisce storia, cultura, natura, eventi ed enogastronomia. Del resto, siamo al primo posto per numero di siti UNESCO, e non dimentichiamo che la Cucina Italiana è stata eletta Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità UNESCO.

Presentare le bellezze dei territori italiani su questo prestigioso palco del mondo turistico è per noi estremamente strategico. Nel 2025, sono stati 7,1 milioni i viaggiatori britannici che hanno scelto l'Italia come meta di viaggio, per una spesa complessiva di 5,3 miliardi di euro. Numeri che hanno continuato a crescere nel 2026: nel primo semestre, infatti, i viaggiatori sono aumentati del 6,4% e la spesa del 6,2%.

Dati che dimostrano come l'Italia riesca a mantenere forte la propria attrattività, intercettando anche le nuove esigenze di un turismo in costante evoluzione. Se, infatti, sono molti i britannici che continuano a scegliere le nostre città d'arte e il nostro patrimonio culturale (2,9 milioni di viaggiatori), si registra anche un interesse crescente verso esperienze differenti, come vacanze legate alla natura, al paesaggio e a forme di ospitalità capaci di offrire un rapporto più autentico con i territori.

Questo è ciò che raccontiamo a WTM Londra 2026: la capacità dei nostri territori di sapersi rinnovare restando, però, fedeli alla propria identità, e soprattutto, di suscitare emozioni forti che lasciano il segno.

Perché è dalle emozioni che nasce l'idea di viaggio, ed il desiderio di tornare in Italia ancora, ancora ed ancora... Per questo, il nostro stand si propone come una vera e propria esperienza turistica che coinvolge tutti e 5 i sensi: uno spazio aperto, dinamico e immersivo, nel quale scoprire l'Italia attraverso i suoi sapori, i suoi profumi, la sua cultura e la sua creatività.

Ivana Jelinic
Amministratore Delegato ENIT S.p.A.

02

Il mercato britannico in Italia 2025 e 2026

Il mercato britannico in Italia 2025 e 2026

Nel 2025 il turismo dal Regno Unito conta in Italia 7,1 milioni di viaggiatori che hanno soggiornato per 34,9 milioni di notti con una spesa di 5,3 miliardi di euro. Rispetto al 2024 il trend evidenzia una crescita che si attesta al +4,2% del numero totale viaggiatori, +2% di pernottamenti e arriva al +7,6% per quanto riguarda il totale dei consumi turistici. Anche il primo semestre del 2026 prosegue questa tendenza positiva registrando il +6,4% dei viaggiatori e il +6,2% della spesa.

La vacanza nelle città d'arte e il viaggio di svago sono il filtro alla base delle scelte dei turisti britannici. In queste destinazioni culturali si concentrano 2,9 milioni di viaggiatori, 13 milioni di pernottamenti e 2,1 miliardi di euro di spesa. Inoltre, il turismo culturale cresce rispetto lo scorso anno del +15,5% dei viaggiatori, del +14,7% dei pernottamenti e del +16,8% nella spesa. Seguono mare e lago dove questi turisti spendono rispettivamente 700 e 413 milioni di euro. Le vacanze al lago e in agriturismi nel verde sono anche le modalità che evidenziano un trend maggiormente positivo di crescita: +137,2% di viaggiatori, +127,6% di pernottamenti e +97,8% di spesa per le vacanze al lago, +38,8% di viaggiatori, +54,2% di pernottamenti e +27,0% di spesa in agriturismo.

Viaggiatori, pernottamenti e spesa dei turisti britannici in Italia, 2025

	2025			Var.% 2025/2024		
	Viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Pernottamenti dei viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Spesa dei viaggiatori internazionali in Italia, in milioni di euro	Viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Pernottamenti dei viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Spesa dei viaggiatori internazionali in Italia, in milioni di euro
REGNO UNITO	7.046,95	34.906,69	5.303,10	4,2	2,0	7,6
TOTALE STRANIERI	92.215,73	392.753,89	56.723,69	4,1	2,3	4,6

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati BdI

Viaggiatori, pernottamenti e spesa dei turisti britannici in Italia, 2025 - TIPOLOGIA DI VACANZA

	2025			Var.% 2025/2024		
	Viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Pernottamenti dei viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Spesa dei viaggiatori internazionali in Italia, in milioni di euro	Viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Pernottamenti dei viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Spesa dei viaggiatori internazionali in Italia, in milioni di euro
TIPOLOGIA DI VACANZA						
ALTRO	70,94	253,64	63,40	-17,3	-29,8	-3,0
NON PREVISTO	2.546,51	12.131,28	1.552,04	-11,7	-17,1	-8,4
VACANZA AL LAGO	365,24	2.033,42	412,88	137,2	127,6	97,8
VACANZA AL MARE	712,24	4.657,44	699,90	4,1	8,2	1,8
VACANZA CULTURALE, IN UNA CITTÀ D'ARTE	2.902,21	12.966,66	2.140,41	15,5	14,7	16,8
VACANZA ENOGASTRONOMICA	92,30	453,46	72,46	-25,7	-38,1	-31,2
VACANZA IN MONTAGNA	146,92	989,82	191,33	-8,4	-0,1	-1,7
VACANZA SPORTIVA	30,23	149,12	32,64	14,6	-16,8	4,5
VACANZA VERDE, AGRITURISMO	180,35	1.271,86	138,05	38,8	54,2	27,0
Totale complessivo	7.046,95	34.906,69	5.303,10	4,2	2,0	7,6

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati BdI

Se le vacanze costituiscono la motivazione principale di 22,8 milioni di pernottamenti e 3,8 miliardi di euro (+16% sul 2024) oltre 6,3 milioni di notti sono state trascorse in visita ai parenti, 2,5 milioni di pernottamenti per soggiorni occasionali e 1,2 milioni di notti trascorse per motivi di studio.

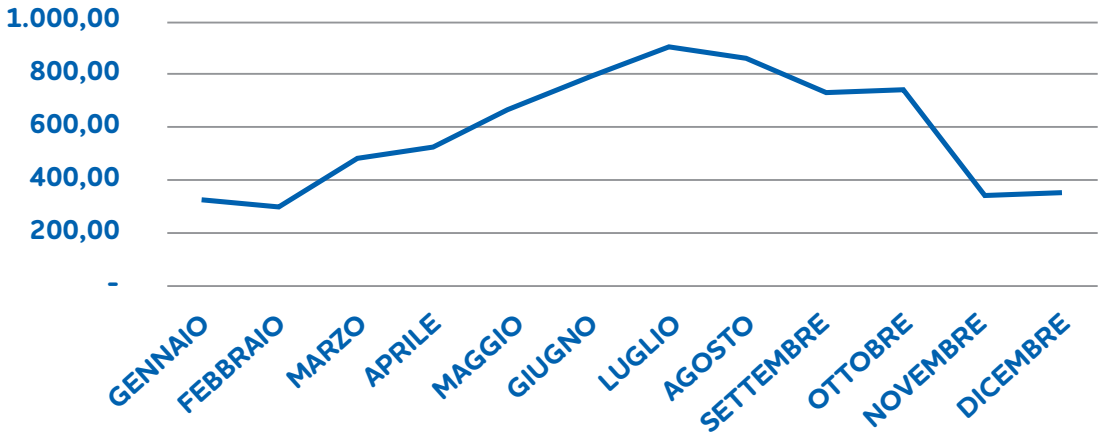
Tra le principali destinazioni di questi viaggi in testa quelle in Lombardia con 1,4 milioni di viaggiatori, 5,8 milioni di pernotti, e quasi 1,1 miliardi di euro spesi; nel Lazio con 1,3 milioni di viaggiatori, oltre 5,6 milioni di notti, e quasi 894 milioni di euro spesi; il Veneto con 973 mila viaggiatori, oltre 4,3 milioni di pernottamenti, e 619 milioni di euro spesi. Seguono poi Toscana e Campania rispettivamente con 4,3 e 3,8 milioni di pernottamenti. Luglio, agosto e ottobre, i mesi di maggior arrivo dei viaggiatori britannici in Italia.

Viaggiatori, pernottamenti e spesa dei turisti britannici in Italia, 2025 - MOTIVO DEL VIAGGIO

	2025			Var.% 2025/2024		
	Viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Pernottamenti dei viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Spesa dei viaggiatori internazionali in Italia, in milioni di euro	Viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Pernottamenti dei viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Spesa dei viaggiatori internazionali in Italia, in milioni di euro
MOTIVO DEL VIAGGIO						
ACQUISTI, SHOPPING	36,10	17,54	9,70	97,9	-7,1	42,0
ALTRA RISPOSTA	10,32	42,05	6,36	370,6	619,4	595,6
ALTRI MOTIVI PERSONALI	27,65	115,15	13,62	-16,2	-31,0	-38,2
CURE, TERME	4,64	26,94	5,71	-45,0	-47,5	-25,6
LAVORATORE FRONTALIERO	7,51	38,99	3,39	12,1	-46,5	-67,3
MOT.RELIGIOSI, PELLEGRINAGGIO	38,87	179,57	35,55	558,3	333,0	507,3
STUDIO, CORSI	48,00	1.169,54	72,02	2,4	-24,0	-16,6
TRANSITO	381,42	26,78	13,31	-31,4	11,3	-40,3
VACANZE, SVAGO	4.500,44	22.775,41	3.751,06	16,1	16,3	16,0
VIAGGIO DI NOZZE	16,46	145,85	28,34	29,8	49,9	12,6
VIAGGIO OCCASIONALE PER CONGR.	23,94	60,33	15,40	-20,8	-40,8	-32,3
VIAGGIO OCCASIONALE/ SALTUARIO	718,97	2.446,38	520,10	3,8	-1,7	2,4
VISITA A FIERE	46,91	126,97	39,86	30,4	3,4	37,0
VISITA A PARENTI, FAMIGLIA	890,20	6.302,16	595,25	-17,0	-23,3	-18,7
VISITA AD AMICI	295,51	1.433,03	193,42	-18,4	-14,7	-10,1
Totale complessivo	7.046,95	34.906,69	5.303,10	4,2	2,0	7,6

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati BdI

Viaggiatori internazionali in Italia 2025 (in migliaia) - REGNO UNITO



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati BdI

Viaggiatori, pernottamenti e spesa dei turisti britannici in Italia, 2025 - REGIONE DI DESTINAZIONE

	2025			Var.% 2025/2024		
	Viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Pernottamenti dei viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Spesa dei viaggiatori internazionali in Italia, in milioni di euro	Viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Pernottamenti dei viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Spesa dei viaggiatori internazionali in Italia, in milioni di euro
REGIONE DI DESTINAZIONE						
ABRUZZI	26,56	243,42	23,38	2,7	-11,5	6,7
BASILICATA	6,29	53,21	6,26	-34,3	-45,0	-22,6
CALABRIA	16,00	162,59	18,33	1,8	26,6	74,7
CAMPANIA	581,25	3.480,00	439,36	1,5	4,5	-3,1
EMILIA ROMAGNA	263,60	1.527,74	219,49	47,1	64,1	102,4
FRIULI VENEZIA GIULIA	118,81	356,38	32,35	62,5	-7,0	-26,8
LAZIO	1.281,51	5.630,37	894,00	17,5	9,4	17,5
LIGURIA	195,50	1.032,11	213,43	35,6	36,6	84,4
LOMBARDIA	1.420,64	5.819,25	1.052,76	44,7	41,6	39,6
MARCHE	38,11	348,51	35,33	-16,6	5,0	-29,7
MOLISE	4,52	43,81	3,85	23,8	2,1	38,3
PIEMONTE	221,57	1.152,89	240,74	13,7	15,0	20,9
PUGLIA	234,55	1.443,76	184,37	29,0	19,3	24,8
REGIONE NON CLASSIF	286,83	151,34	44,26	-44,0	-40,4	-19,3
SARDEGNA	213,24	2.100,96	262,33	-5,3	10,6	-5,0
SICILIA	215,03	1.737,08	179,63	-54,6	-46,0	-56,5
TOSCANA	785,64	4.304,13	638,67	-37,0	-39,0	-30,4
TRENTINO ALTO ADIGE	124,30	692,45	131,22	95,3	79,6	101,8
UMBRIA	20,64	164,90	31,21	-37,9	-23,1	22,4
VALLE D'AOSTA	19,84	117,81	32,76	-8,6	-15,4	-1,6
VENETO	972,50	4.343,97	619,36	46,0	31,4	32,9
Totale complessivo	7.046,95	34.906,69	5.303,10	4,2	2,0	7,6

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati BdI

Viaggiatori, pernottamenti e spesa dei turisti britannici in Italia, 2025 – MESE DELLA VACANZA

	2025			Var.% 2025/2024		
	Viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Pernottamenti dei viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Spesa dei viaggiatori internazionali in Italia, in milioni di euro	Viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Pernottamenti dei viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Spesa dei viaggiatori internazionali in Italia, in milioni di euro
MESE						
GENNAIO	335,63	1.799,20	251,07	-11,8	-10,5	-4,4
FEBBRAIO	302,46	1.412,92	222,06	-16,9	-9,5	-3,7
MARZO	467,95	2.086,08	318,31	8,6	5,3	14,4
APRILE	533,54	2.515,34	419,01	-1,2	-4,9	12,3
MAGGIO	679,49	3.319,42	537,91	16,5	22,2	33,6
GIUGNO	802,81	4.173,22	627,06	0,0	7,6	4,0
LUGLIO	896,83	4.643,50	700,60	11,4	3,1	14,8
AGOSTO	858,26	4.819,14	690,87	13,5	2,0	3,3
SETTEMBRE	727,49	3.852,72	594,34	2,7	1,2	4,9
OTTOBRE	746,53	3.246,44	518,29	4,9	5,1	7,8
NOVEMBRE	339,51	1.281,64	204,25	-1,7	-9,3	-3,3
DICEMBRE	356,44	1.757,09	219,34	7,3	-6,9	-8,9
Totale complessivo	7.046,95	34.906,69	5.303,10	4,2	2,0	7,6

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati BdI

Infine, la scelta di alloggio si divide tra 14,9 milioni di notti trascorse in hotel, 7,6 milioni di notti ospiti in casa di amici e parenti, 7,2 milioni di pernotti in casa in affitto e 2,6 milioni nei B&B. Da rimarcare anche 1,1 milioni di pernottamenti in abitazioni di proprietà.

Viaggiatori, pernottamenti e spesa dei turisti britannici in Italia, 2025 – TIPOLOGIA DI ALLOGGIO

	2025			Var.% 2025/2024		
	Viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Pernottamenti dei viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Spesa dei viaggiatori internazionali in Italia, in milioni di euro	Viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Pernottamenti dei viaggiatori internazionali in Italia, in migliaia	Spesa dei viaggiatori internazionali in Italia, in milioni di euro
TIPOLOGIA DI ALLOGGIO						
AGRITURISMO	107,72	617,81	101,00	-20,9	-34,9	-26,4
ALBERGO, VILLAGGIO TURISTICO	3.435,90	14.882,91	2.958,30	15,1	16,8	18,2
ALTRE COMUNITA'	5,99	22,69	3,20	124,7	-65,2	-32,0
ALTRO	1,75	1,98	0,05	-11,0	-56,7	-89,2
BED & BREAKFAST	577,45	2.577,48	397,11	-20,6	-24,8	-23,8
CASA DI CURA	0,58	1,74	0,10	142,2	263,3	118,5
CASA DI PROPRIETA'	88,99	1.072,63	44,29	-17,8	-29,9	-42,8
CASA IN AFFITTO	1.106,20	7.157,06	866,46	54,2	30,3	37,1
COMUNITA' GESTITA DA RELIGIOSI	12,66	84,03	13,54	91,4	112,0	167,2
MOTORCARAVAN, CAMPER	10,06	88,84	8,18	23,8	14,3	-26,2
NAVE (IN CROCIERA)	23,17	130,60	22,14	29,4	-13,5	-24,6
NESSUN PERNOTTAMENTO	412,87	-	15,55	-28,0	-	-34,6
OSPITE DI PARENTI, AMICI	1.162,95	7.644,54	814,56	-15,7	-17,0	-12,3
OSTELLO DELLA GIOVENTU'	48,04	220,68	21,81	-36,8	-43,9	-47,9
TENDA, CARRELLO, ROULOTTE	52,63	403,72	36,79	168,4	221,6	202,5
Totale complessivo	7.046,95	34.906,69	5.303,10	4,2	2,0	7,6

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati BdI

Le prenotazioni aeroportuali per il 2026

Nel 2025 il Regno Unito risulta il primo Paese extra-UE in termini di flussi, con 16,3 mln di passeggeri (+5,2% vs 2024). Sul totale dei 157,2 milioni di passeggeri stranieri 2025, la quota UK è pari al 10,4%. (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati ENAC)

Per il 2026 le prenotazioni aeroportuali dal Regno Unito restituiscono una ulteriore crescita del +9,2% sul 2025. (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forwardkeys) In particolare, le provenienze principali nel 2026 si confermano Londra (+5,8%), Manchester (+14,4%), Birmingham (+30,2%), Bristol (+19,9%) e Edimburgo (+3,5%), tutte in tendenza di crescita.

03

L’Italia: territori e infrastrutture

Regioni d'Italia e capoluoghi di regione



Principali aeroporti d'Italia, per arrivi internazionali per regione nel 2024

Fonte: Ufficio Studi ENIT
su dati Assaeroporti



Stazioni ferroviarie servite dai treni veloci

Fonte: Trenitalia e FS Italiane



Principali porti d'Italia per numero di arrivi per regione (traghetti e crociere) nel 2024

Fonte: Ufficio Studi ENIT
su dati Assoporti



ITALIA POWERED BY ENIT SPA

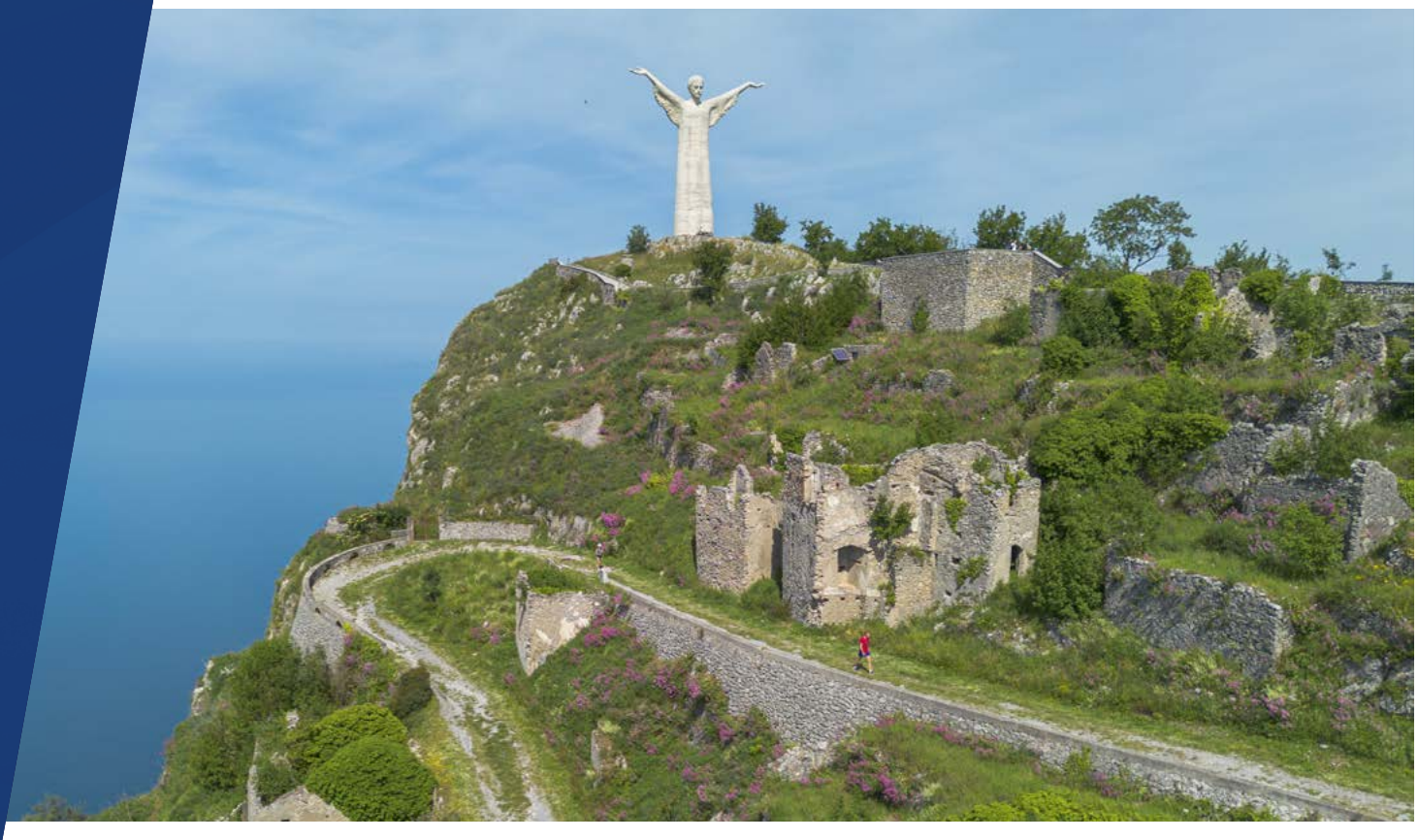
04

Le regioni d'Italia

REGIONE BASILICATA | APT BASILICATA

Descrizione della Regione

La Basilicata si estende tra due mari, lo Ionio e il Tirreno con Maratea e la sua costa di scogliere, calette e la statua del Redentore a dominare il golfo. Matera custodisce i Sassi, patrimonio Unesco, case scavate nel tufo, chiese rupestri, gravine e altopiani calcarei. Il Parco Nazionale del Pollino ospita faggete, pini loricati, gole, sentieri e rifugi. Il Vulture conserva i laghi vulcanici di Monticchio, castelli federiciani a Melfi e Lagopesole, vigneti di Aglianico. Craco è un borgo fantasma tra i calanchi, meta di cinema e fotografia. Castelmezzano e Pietrapertosa, incastonati nelle Dolomiti Lucane, offrono il Volo dell'Angelo tra le vette. Potenza, capoluogo di montagna, è punteggiata da chiese, palazzi antichi e due Musei. Capolavoro architettonico: il ponte Musmeci. Tra i sapori: pane di Matera Igp, peperoni cruschi, canestrato di Moliterno e altri formaggi, olio, salumi. Tradizioni popolari come il Maggio di Accettura, la Parata dei Turchi e le feste patronali animano borghi e piazze tutto l'anno.



Maratea
© Archivio fotografico Apt Basilicata

01

Basilicata

REGIONE BASILICATA | APT BASILICATA

Profilo Turistico

La Basilicata chiama soprattutto viaggiatori curiosi, disposti a rinunciare a servizi capillari in cambio di autenticità e paesaggi poco addomesticati. È terra adatta a chi ama camminare: escursionisti del Pollino e delle Dolomiti Lucane, appassionati di trekking lento, cicloturisti in cerca di strade poco trafficate.
Attrae un pubblico culturale, interessato a Matera, ai Sassi, alle chiese rupestri e alla storia millenaria, spesso proveniente da grandi città o dall'estero, con aspettative di accoglienza calda e di qualità.
Un altro segmento è quello familiare, orientato alla costa del Metapontino, con mare pulito, borghi marinari e ritmi rilassati rispetto alle mete tirreniche più affollate. Più d'élite il versante di Maratea. Non manca un turismo enogastronomico, legato al Vulture, al vino Aglianico, ai prodotti tipici e alle sagre autunnali. È luogo vocato allo slow tourism, ai cammini religiosi e ai rientri degli emigrati lucani, che tornano a cercare radici, paesaggi e memoria familiare.

Per informazioni: **Laura Arcieri - mail arcieri@aptbasilicata.it - +39 0971507660**



Vulture Laghi di Monticchio
© Archivio fotografico Apt Basilicata



Matera dal Parco della Murgia Materana
© Archivio fotografico Apt Basilicata

01

Basilicata

REGIONE BASILICATA | APT BASILICATA

“BASILICATA MOTHERLAND. PATRIMONIO VIVO”
Quando l’essere umano perfeziona l’IA

L’intelligenza artificiale, in Basilicata, ha fatto il suo mestiere migliore: ha immaginato. Poi ha lasciato la scena alla luce, quella vera, che sa cadere e ombreggiare come nessun algoritmo ancora riesce a fare. È il caso di “Basilicata Motherland. Patrimonio Vivo”, la campagna con cui Apt Basilicata, per volontà del direttore generale Margherita Sarli, ha in qualche maniera invertito una direzione che sembrava obbligata: non dall’umano alla macchina, ma dalla macchina all’umano.

Tutto nasce dal lavoro del visual artist Silvio Giordano, che ha impiegato l’IA per elaborare un concept visivo – diciamo “la visione” – poi presentato in due vetrine internazionali: il padiglione italiano all’Expo di Osaka e la Borsa Internazionale del Turismo 2026. In quella fase germinale lo strumento ha generato in tempi rapidissimi ipotesi formali e combinazioni inedite.

Il compito di riconoscere, selezionare, tradurre è spettato poi a occhi e mani umane. Là dove il dibattito sull’intelligenza artificiale è stretto nella forbice fra il catastrofismo che intravede la fine del mondo e la delega totale di interi settori delle attività umane, in questa vicenda è stato scelto il dialogo.
Lanciata a giugno 2026, la campagna ha preso corpo nel body painting dell’artista Lela Peretto. In dieci luoghi simbolo della regione, tra cui Matera, la Torre Guevara di Potenza, i Calanchi, la montagna di Viggiano, la spiaggia nera di Maratea, Policoro e Melfi, i modelli sono stati dipinti direttamente sul posto, con i colori, le texture e le luci del paesaggio, fino a mimetizzarsi con la spuma dell’acqua, con le asperità delle rocce, con il beige dorato del calcare, con l’azzurro carta da zucchero del cielo. Fino a diventare quasi invisibili e sparire nell’ambiente.
In quel “quasi” c’è tutto il fascino e l’attrattiva della campagna promozionale.
Ne sono nate opere autonome, tra pittura, performance e fotografia di ricerca, riunite in uno spot d’autore in programmazione nazionale su La7 e Sky: figure svelate a poco a poco da un movimento di camera, che compiono gesti minimi senza mai uscire dal paesaggio.

Il riscontro è arrivato anche dal settore. La Gazzetta del Pubblicitario ha collocato la campagna al primo posto tra quelle regionali dell’estate 2026, davanti a Umbria e Friuli Venezia Giulia, giudicandone audacia, posizionamento strategico, impatto emotivo e qualità dell’art direction.
Per le destinazioni, e per chi le racconta, la lezione va oltre il caso: l’intelligenza artificiale non serve solo a dire “guarda come siamo avanti noi che utilizziamo un prompt per promuoverci”. Diventa un vero e proprio acceleratore dell’immaginazione, utile se aiuta a trasmettere un’esperienza. Un esempio che può valere in qualsiasi settore: un modello generale.
A fare il resto, come sempre, è la Basilicata, con le sue luci antiche e futuristiche: più che una destinazione, un’identità, come l’ha sintetizzata Sarli presentando la campagna.

Per informazioni:
Laura Arcieri - mail arcieri@aptbasilicata.it

CALABRIA STRAORDINARIA | REGIONE CALABRIA

Descrizione della Regione

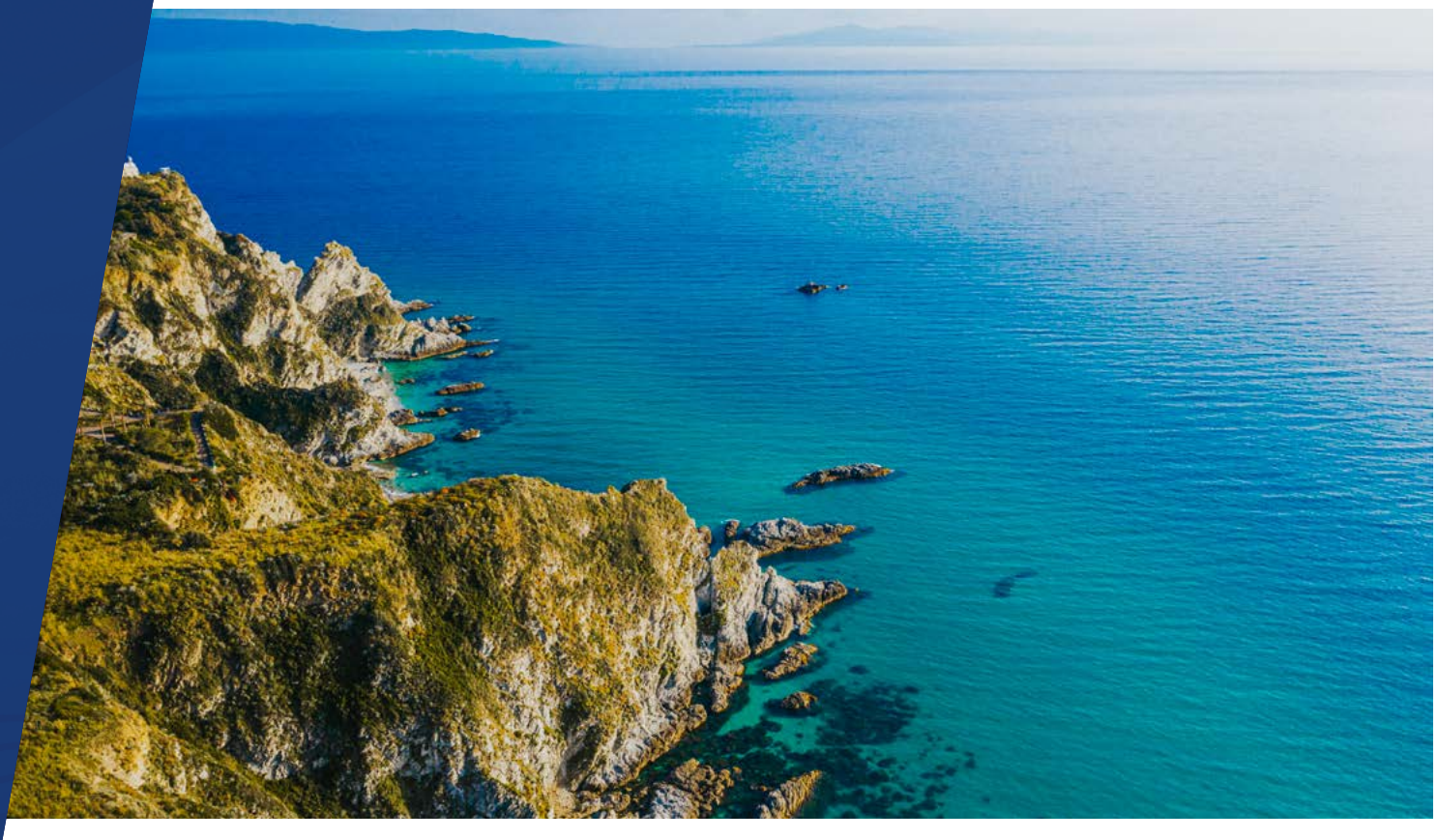
La Calabria è una terra autentica e sorprendente nel cuore del Mediterraneo, culla della Magna Grecia. Quasi 800 km di costa incontrano i tre Parchi Nazionali del Pollino, della Sila e dell'Aspromonte, insieme al Parco Regionale delle Serre e a 19 riserve naturali.

Nei borghi dell'entroterra e nelle comunità occitane, arbëreshë e grecaniche si custodiscono lingue, tradizioni e mestieri antichi. A tavola conquistano il bergamotto, la cipolla rossa, la 'nduja, i vini autoctoni, l'olio, il pane, i salumi e i formaggi: sapori genuini legati alle tradizioni di contadini, pescatori, pastori e casàri.

La storia millenaria della Calabria, che un tempo si chiamava Italia, è custodita nei Parchi Archeologici e nei Musei Nazionali e testimoniata da patrimoni unici come i Bronzi di Riace e il Codex Purpureus Rossanensis.

Da Pitagora a Campanella, da Alvaro a Repaci, è terra di pensatori e scrittori, da riscoprire anche attraverso suggestivi itinerari letterari.

È una destinazione ideale per le attività all'aria aperta: rafting, kitesurf, vela, parapendio, trekking a piedi o in bici lungo i 12 Cammini di Calabria e la Ciclovia dei Parchi.



Capo Vaticano - Grotticelle mare

02

Calabria

Profilo Turistico

Quello calabrese è un turismo in trasformazione: i numeri raccontano una regione in crescita, sostenuta in particolare dalla domanda internazionale. Nel primo semestre 2026 la Calabria si è posizionata al primo posto in Italia per crescita degli arrivi complessivi, con un incremento particolarmente rilevante dei flussi stranieri. A crescere sono anche i piccoli Comuni, confermando l'interesse dei viaggiatori verso borghi e territori autentici, lontani dalle rotte più battute.
I visitatori esteri arrivano soprattutto da Germania, Polonia, Francia, Stati Uniti e Regno Unito, con flussi distribuiti da aprile a ottobre, segno di una destagionalizzazione ormai in atto.
Due i principali profili di viaggiatori che scelgono la regione: gli italiani in cerca di mare, natura e relax e gli stranieri attratti soprattutto dal patrimonio naturale e culturale.
La crescita dell'extralberghiero accompagna questa evoluzione verso un'ospitalità sempre più diffusa e flessibile

Per informazioni:
Dipartimento Turismo, cultura e identità territoriale
calabriastraordinaria@regione.calabria.it





Altomonte-chiesa

02

Calabria

La Calabria al wtm di Londra: natura, cultura e identità per una destinazione sempre più internazionale

La Regione partecipa al World Travel Market con un'offerta turistica forte di una crescita internazionale record e di un patrimonio che unisce costa, natura e identità.

La Calabria si presenta al World Travel Market di Londra con un'offerta turistica che unisce mare, natura, cultura e identità. Quasi 800 km di costa e, a pochi chilometri, i boschi dei tre Parchi Nazionali – Pollino, Sila e Aspromonte – del Parco Regionale delle Serre e di 19 riserve naturali. Una terra autentica nel cuore del Mediterraneo, culla della Magna Grecia, che racconta al mercato britannico e internazionale la ricchezza e la varietà dei suoi territori.
Un'identità che vive nei borghi dell'entroterra e nelle comunità occitane, arbëreshë e grecaniche, dove sopravvivono lingue, tradizioni e mestieri antichi, e che si ritrova a tavola, con prodotti come bergamotto, cipolla rossa, 'nduja, vini autoctoni, oli, pani, salumi e formaggi: espressione di una tradizione gastronomica antica e genuina.
La storia millenaria della Calabria, che un tempo si chiamava Italia, è raccontata al mondo da patrimoni unici come i Bronzi di Riace e il Codex Purpureus Rossanensis. Da Pitagora a Campanella, da Alvaro a Repaci, è terra di pensatori e scrittori, da riscoprire lungo itinerari letterari.

Fiumi, coste ventose e sentieri di montagna ne fanno una meta ideale per attività outdoor come rafting, kitesurf, vela, parapendio, trekking a piedi o in bici lungo i 12 Cammini e la Ciclovia dei Parchi.
La Calabria arriva all'appuntamento londinese in una fase di forte espansione turistica, trainata soprattutto dalla domanda internazionale. Nel primo semestre 2026 è stata la prima regione italiana per crescita degli arrivi complessivi (+10,7%) e stranieri (+23,19%), con presenze in aumento del 12,5% sul 2025. Crescono anche i piccoli Comuni, con presenze salite del 12,1%, quasi il triplo della media nazionale: segno che i viaggiatori cercano borghi e territori autentici (Fonte: Osservatorio del Turismo Regionale Calabria).
I visitatori esteri giungono soprattutto da Germania, Polonia, Francia, Stati Uniti e Regno Unito – mercato, quest'ultimo, al centro della presenza calabrese al WTM – con flussi concentrati da aprile a ottobre.
Due i profili di viaggiatori che scelgono la Calabria: gli italiani in cerca di mare, natura e relax e gli stranieri attratti dal patrimonio naturale e culturale.

La crescita dell'extralberghiero fotografa un'ospitalità ampia e flessibile: una meta autentica, lontana dal turismo di massa. Con la partecipazione al World Travel Market, la Calabria rafforza il dialogo con il mercato britannico e internazionale, proponendo un modo diverso di vivere il Mediterraneo: più lento, più profondo, più vicino ai territori.
Per approfondire itinerari e ispirazioni di viaggio, il portale ufficiale Calabria Straordinaria.Per approfondire itinerari e ispirazioni di viaggio, il portale ufficiale Calabria Straordinaria: **https://calabriastraordinaria.it**

Per informazioni:
Dipartimento Turismo, cultura e identità territoriale
calabriastraordinaria@regione.calabria.it

Descrizione della Regione

La Campania è una delle destinazioni italiane più complete del Mediterraneo: una regione in cui mare, città d'arte, archeologia, isole, paesaggi vulcanici, borghi, montagne, cammini, enogastronomia e artigianato convivono in una straordinaria varietà di esperienze.

Napoli è il punto di partenza di un viaggio che può proseguire verso le isole e le coste, ma anche verso paesaggi e luoghi meno conosciuti, dove storia, natura, cultura e tradizioni diventano parte dell'esperienza.

La strategia regionale punta ad ampliare la geografia della scoperta, valorizzando destinazioni emergenti, favorendo la destagionalizzazione e creando nuove connessioni tra luoghi ed esperienze.

La Campania infatti si presenta con uno sguardo rivolto al futuro: anche la tecnologia può diventare uno strumento per rendere più semplice, personalizzata e consapevole la scoperta di una destinazione che non si esaurisce nei suoi grandi simboli.



Piazza del Plebliscito

03

Campania

Profilo Turistico

La Campania si rivolge a un viaggiatore internazionale curioso, esperienziale e interessato a costruire un viaggio che vada oltre le destinazioni più conosciute. È una regione particolarmente adatta a coppie, adulti e repeat traveller alla ricerca di cultura, archeologia, gastronomia, mare e lifestyle, ma anche a chi sceglie natura, cammini, borghi, paesaggi e turismo lento.

La varietà dell'offerta permette di combinare esperienze diverse nello stesso soggiorno, creando itinerari personalizzati e soggiorni più lunghi. Un pubblico particolarmente interessante è quello che cerca autenticità e contenuti locali, senza rinunciare a comfort, qualità dei servizi e facilità di organizzazione.

Per il mercato internazionale, la Campania propone una destinazione capace di rispondere a interessi e stili di viaggio diversi: dal patrimonio culturale al mare, dalla gastronomia alla natura, fino ai cammini, ai borghi e alle esperienze legate alle tradizioni locali.

Una varietà che permette di costruire soggiorni sempre diversi, combinando le grandi icone della regione con luoghi e percorsi ancora da scoprire.



Praesentia Pizza



Sessa Aurunca

03

Campania

Via Francigena, la Campania riscopre il turismo lento: 250 chilometri tra storia, borghi e paesaggi

Oltre 6,7 milioni di euro di investimenti per sicurezza, accessibilità, segnaletica e valorizzazione del cammino.

Napoli, ottobre 2026 – Circa **250 chilometri, nove tappe principali e tre province attraversate**: in Campania la Via Francigena diventa una delle infrastrutture culturali attraverso cui riscoprire il turismo lento e una parte della regione ancora lontana dai circuiti più battuti.

Il percorso attraversa le province di **Caserta, Benevento e Avellino**, entrando in Campania dal Lazio e proseguendo attraverso luoghi come Sessa Aurunca, Teano, Alife, Telese Terme, Benevento e Buonalbergo, tra borghi, aree rurali, paesaggi appenninici e testimonianze archeologiche e storiche.

Per rendere il cammino sempre più fruibile, la Regione Campania ha avviato un programma articolato di interventi che comprende **messa in sicurezza, manutenzione, segnaletica, accessibilità, pannelli informativi e nuove aree di sosta.**

Il primo livello di intervento ha beneficiato di **893.982,83 euro** nell'ambito del Piano Stralcio "Cultura e Turismo" 2014-2020. A questo si sono aggiunti **1.091.087 euro** attraverso i fondi **FSC 2021-2027, 430.100 euro** per il tratto Alife–Dragoni e ulteriori **4,3 milioni di euro** destinati a nuovi interventi di riqualificazione e promozione. Nel complesso, gli investimenti superano **6,7 milioni di euro**.

La seconda fase del progetto punta anche sulla qualità dell'esperienza: sono previste nuove installazioni informative, cippi segnavia, elementi artistici, illuminazione sostenibile alimentata da pannelli solari e aree attrezzate per la sosta.

Il cammino diventa così non soltanto un itinerario da percorrere, ma uno strumento per mettere in relazione **patrimonio culturale, paesaggio, borghi, comunità ed economie locali.**

«Il turismo lento sta cambiando il modo in cui molti viaggiatori scelgono di conoscere una destinazione», afferma **Vincenzo Maraio, Assessore al Turismo e alla Transizione digitale della Regione Campania.** *«La Via Francigena ci permette di intercettare questa domanda attraverso un'esperienza che non si limita alla visita di un luogo, ma costruisce una relazione con il paesaggio, la storia e le comunità che si incontrano lungo il percorso. Investire sulla Francigena significa rendere percorribile e riconoscibile una nuova geografia della Campania, capace di offrire al visitatore tempi diversi, esperienze più profonde e nuove ragioni per tornare».*

La Via Francigena si inserisce così nella strategia regionale di valorizzazione dei cammini come strumenti di turismo lento, accessibile ed ecosostenibile e come occasione per sostenere la destagionalizzazione e la valorizzazione dei borghi e delle aree interne.

Descrizione della Regione

Emilia-Romagna: l'Italia per eccellenza

L'autentica Dolce Vita trova la sua espressione più autentica in Emilia-Romagna, nel cuore dell'Italia. La regione vanta dieci città d'arte rinomate per il loro patrimonio storico, artistico e culturale, con 17 siti e riconoscimenti UNESCO; gli incontaminati paesaggi dall'Appennino al Delta del Po, con i loro parchi nazionali e regionali; il susseguirsi di castelli e fortezze di epoca medievale e rinascimentale; la celebre Motor Valley, patria di Ferrari, Ducati, Maserati e Lamborghini. 110 Km di costa sulla Riviera Adriatica ne fanno una destinazione ideale per tutte le età, tra sport, benessere ed eventi.

La regione è patria per la musica: Festival Verdi e Ravenna Festival richiamano ospiti da tutto il mondo, ma anche le stagioni d'opera e sinfoniche, i cartelloni legati alla danza e al jazz: per tutti la giusta armonia.

Qui si trovano le eccellenze enogastronomiche più famose: Prosciutto di Parma, Aceto Balsamico Tradizionale, Parmigiano Reggiano, pasta fresca fatta a mano e vini per accompagnarli. È possibile mettere le mani in pasta in una scuola di cucina, magari proprio dentro Casa Artusi custode della tradizione della cucina di casa.



Castello di Torrechiara - Parma

04

Emilia-Romagna

Profilo Turistico

L'Emilia-Romagna si rivolge a viaggiatrici e viaggiatori alla ricerca di esperienze autentiche e di qualità: appassionati di cultura, arte e patrimonio UNESCO, famiglie, amanti del mare, del cicloturismo, del trekking e delle vacanze outdoor, oltre agli appassionati di motori, benessere e shopping. La ricchezza dei prodotti enogastronomici ne fa una destinazione ideale per i gourmet che desiderano scoprire i segreti delle produzioni di eccellenza.

Sia chi è in cerca di city break sia chi cerca itinerari on the road lungo la Via Emilia, vacanze slow, camminate lungo i sentieri dei pellegrini e turismo premium si sentirà nel posto giusto.

Grazie ai numerosi eventi che attraggono pubblico da tutto il mondo, agli aeroporti internazionali di Bologna, Rimini, Parma e Forlì e a un'efficiente rete ferroviaria sia locale che ad alta velocità, la regione è facilmente raggiungibile ed è attrattiva in tutte le stagioni.

Contatta: emiliaromagnaturismo@aptservizi.com
https://emiliaromagnaturismo.it/en



Basilica San Vitale
Ravenna



Dozza - Rocca di Dozza
Fondazione Dozza Città d'Arte Castelli - Emilia-Romagna

04

Emilia-Romagna

L'Emilia-Romagna sperimenta nuovi modelli per un futuro del turismo più equilibrato e sostenibile

La gestione dei flussi turistici sta diventando una delle sfide principali per le destinazioni che vogliono conciliare la crescita dei visitatori con la tutela del patrimonio culturale, dei paesaggi naturali e della qualità della vita delle comunità locali.

In tutta l'Emilia-Romagna, diverse destinazioni stanno sperimentando approcci complementari: utilizzare i riscontri dei visitatori per migliorare i servizi, adottare standard di sostenibilità riconosciuti a livello internazionale e incoraggiare i viaggiatori a scoprire i centri minori e le zone meno affollate.

Ravenna: i visitatori diventano parte della soluzione
Ravenna sta sperimentando un modello partecipativo pensato per migliorare l'esperienza dei visitatori e, al tempo stesso, ridurre i rischi legati al sovraffollamento.

Con **Footprints**, progetto finanziato dall'Iniziativa Urbana Europea - Azioni Innovative, la città sta sviluppando strumenti per fare di Ravenna una destinazione "sostenibile in automatico", dove le scelte responsabili sono anche le più semplici per chi la visita.

Una delle iniziative più originali del progetto è il bando rivolto agli **Explorer**. Dopo aver accolto 50 partecipanti nel 2026, Ravenna ospiterà **100 Explorer nel 2027**, ciascuno dei quali trascorrerà cinque giorni a Ravenna e nel territorio circostante per mettere alla prova servizi, esperienze e soluzioni di viaggio sostenibile.

Il loro ruolo va oltre quello del turista tradizionale. I partecipanti esploreranno diverse zone di Ravenna e del suo territorio, dai mosaici e dal patrimonio culturale al birdwatching, dalla bicicletta alla natura e alla costa adriatica, valutando ogni fase dell'esperienza di visita: l'orientamento all'arrivo, la mobilità, l'accesso alle informazioni, le attività culturali e le esperienze all'aria aperta. L'obiettivo è creare un sistema di ascolto continuo che metta in relazione i visitatori (considerati non semplici consumatori ma **cittadini temporanei**) e le loro esigenze con le competenze degli operatori turistici e le priorità della comunità locale.

Footprints punta inoltre a distribuire i visitatori in modo più equilibrato tra le attrazioni culturali, costiere e naturalistiche di Ravenna e nei diversi periodi dell'anno, riducendo la concentrazione nei siti più frequentati.

Tra le azioni previste figurano tre punti di accoglienza dedicati all'informazione turistica e alla mobilità sostenibile, percorsi urbani più accessibili, un catalogo di esperienze sostenibili e inclusive e una piattaforma digitale con un sistema di premi per incentivare comportamenti responsabili.

04

Emilia-Romagna

Visit Emilia: la sostenibilità diventa un modello di gestione della destinazione

Visit Emilia, la destinazione che comprende i territori di Parma, Piacenza e Reggio Emilia, ha scelto un approccio diverso ma complementare, integrando la sostenibilità nella governance stessa della destinazione.

Nel 2026 Visit Emilia ha ottenuto la certificazione del **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)**, diventando la destinazione certificata più estesa e diversificata al mondo per superficie e composizione del territorio.

Il territorio si estende dal Po e dalla Pianura Padana alle colline, ai borghi storici e all'Appennino, e comprende tre città d'arte e un'ampia varietà di paesaggi rurali e naturali. Una diversità che rende la gestione dei flussi turistici particolarmente importante.

Il percorso di certificazione GSTC ha richiesto alla destinazione di valutare i propri risultati in quattro ambiti principali: governance, sostenibilità culturale, sostenibilità economica e sociale e sostenibilità ambientale. È un modello in cui la crescita del turismo non si misura soltanto in numero di visitatori, ma anche in termini di impatto sulle comunità locali, sul patrimonio e sull'ambiente.

La certificazione diventa così un quadro di riferimento per coordinare i diversi soggetti coinvolti, monitorare i progetti e migliorare nel tempo la qualità del turismo.

Per i visitatori, il risultato è una destinazione che invita a esplorare oltre i principali centri urbani: pedalare lungo il Po, scoprire castelli e borghi in collina o camminare sull'Appennino.

Dozza: i piccoli borghi diventano protagonisti del turismo

Ridistribuire i flussi turistici significa anche offrire motivi più forti per viaggiare oltre le mete più conosciute.

A settembre 2027 **Dozza**, sulle colline bolognesi, ospiterà la **19ª Festa Nazionale dei Borghi più belli d'Italia**, portando l'attenzione nazionale su uno dei piccoli centri più caratteristici dell'Emilia-Romagna.

Dozza è nota per la sua galleria a cielo aperto di murales dipinti direttamente sulle facciate degli edifici durante la Biennale del Muro Dipinto, oltre che per la Rocca Sforzesca, i vigneti che la circondano e la sua tradizione vitivinicola.

Oltre al programma culturale, l'evento punta a mettere in luce il ruolo dei piccoli centri come luoghi di sviluppo sostenibile, innovazione e qualità della vita.

Per l'Emilia-Romagna, ospitare la Festa rientra anche in una strategia turistica più ampia: dare maggiore visibilità alle destinazioni minori può contribuire a distribuire i visitatori in modo più equilibrato, creare nuove motivazioni di viaggio al di fuori dei poli turistici tradizionali e sostenere le economie locali.

Dalla gestione dei numeri alla gestione delle destinazioni

Questi tre progetti mostrano aspetti diversi della stessa sfida. Insieme, indicano un cambiamento più ampio nella gestione del turismo: **non più soltanto attrarre visitatori, ma capire dove, quando e come viaggiano, e usare queste informazioni per creare un equilibrio migliore tra il turismo, le comunità locali e i luoghi che condividono.**

Come arrivare:

L'Emilia-Romagna si trova nel nord Italia, separata dalla Toscana dall'Appennino, ed è collegata al Regno Unito e al resto del mondo da diverse compagnie aeree che servono Bologna, Parma, Forlì e Rimini, tra cui British Airways per Londra Heathrow, easyJet per Londra Gatwick (da confermare), Ryanair per Londra Stansted e Luton, Edimburgo e Manchester. Aer Lingus e Ryanair collegano la regione a Dublino.

Per ulteriori informazioni sull'Emilia-Romagna, visita il sito **www.emiliaromagnaturismo.it/en**
contatta **emiliaromagnaturismo@aptservizi.com**
Per informazioni stampa contattare Four Agency: **EmiliaRomagna@four.travel / 020 3920 0555**
Oppure Apt Servizi, agenzia di promozione turistica della Regione Emilia-Romagna:
Sara Mantovani, s.mantovani@aptservizi.com / +393207184053
Claudia Valentini, c.valentini@aptservizi.com / +390541430138

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA
ITALY

Descrizione della Regione

Dalle Alpi e Dolomiti alle onde del Mare Adriatico in meno di un'ora e mezza di viaggio, il Friuli Venezia Giulia racchiude in un unico territorio tutte quelle caratteristiche che hanno reso l'Italia una destinazione amata da poeti, scrittori e viaggiatori di ogni epoca.

Tra le eleganti piazze di città come **Trieste** e **Udine**, i borghi annoverati tra i più belli d'Italia, i **cinque siti riconosciuti dall'UNESCO**, i paesaggi vitivinicoli che danno vita a vini bianchi e macerati di fama internazionale, insieme a rossi sempre più apprezzati per carattere e complessità, **Gorizia Capitale europea della cultura 2025** insieme alla slovena Nova Gorica e **Pordenone** futura **Capitale italiana della cultura nel 2027**, si svela una terra autentica e genuina.

Una regione che custodisce tradizioni antiche dove culture diverse si incontrano e convivono armoniosamente. Situato al confine con Austria e Slovenia, nel cuore dell'Europa, il Friuli Venezia Giulia **è una parte d'Italia ancora tutta da scoprire,** lontana dai grandi circuiti del turismo di massa.



Trieste

05

Friuli Venezia Giulia

IO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA
ITALY

Profilo Turistico

Il Friuli Venezia Giulia è una regione che in pochi chilometri quadrati riesce a concentrare un mix di biodiversità elevatissima e di culture capaci di attrarre turisti desiderosi di scoprire l'Italia e al contempo una nuova destinazione. Da chi ama la natura a chi cerca la dolce vita, il territorio propone un'ampia offerta di servizi ed esperienze che soddisfano la voglia di cultura e storia, attività adrenaliniche e turismo lento, sapori e tradizioni. Un'offerta rivolta agli amanti dello sci nei **6 poli sciistici regionali** al prezzo di 55 euro per lo skipass giornaliero, ma anche alle famiglie e a chi cerca cultura e un'esperienza gastronomica in grado di lasciare il segno. L'unicità e la genuinità di questo territorio, tra riserve naturali e borghi, le brevi distanze tra mare, montagna e collina la rendono una destinazione da vivere a 360 gradi.

5 fun facts:

- **4 città principali**: Trieste, Udine, Gorizia e Pordenone, di cui 2 capitali della Cultura: Gorizia, assieme a Nova Gorica Capitale Europea della Cultura 2025 e Pordenone, Capitale italiana della cultura 2027; 5 siti Unesco: Aquileia, Cividale del Friuli, Dolomiti Friulane, Palmanova, Palù di Livenza
- **12 voli diretti a settimana da Londra a Trieste Airport**, collegamenti intermodali in treno, bus e 6 piste ciclabili di cui una direttamente collegata all'aeroporto.
- 6 percorsi della **Strada del Vino e dei Sapori**, 9 zone vitivinicole DOC, 3 zone DOCG, 90 milioni di bottiglie di vino prodotte ogni anno e vini bianchi premiati a livello mondiale
- **6 poli sciistici:** Forni di Sopra - Sauris, Ravascletto - Zoncolan, Piancavallo, Sappada - Forni Avoltri, Sella Nevea, Tarvisio
- **130 km di costa** da scoprire (anche) via mare con i collegamenti marittimi fra Trieste, Grado e Lignano Sabbiadoro attivi durante tutto il periodo estivo.

Per informazioni:
www.turismofvg.it - press@promoturismo.fvg.it



Monte Lussari
@Luciano Gaudenzio



Pordenone
@Gianpaolo Scognamiglio

Descrizione della Regione

Il Lazio offre un paesaggio vario: dalle cime degli Appennini ai laghi vulcanici, dalle colline e campagne fino alle coste del Tirreno, con spiagge sabbiose e rocciose e un territorio ricco di arte, storia, natura e gastronomia. Roma rappresenta il punto di partenza ideale per esplorarlo. Nella provincia di Roma possiamo visitare a Tivoli Villa Adriana e Villa d'Este, patrimonio dell'Unesco, mentre a Cerveteri e Tarquinia sono custodite preziose testimonianze della civiltà etrusca.

La Via Appia Antica, riconosciuta dall'Unesco, collegava Roma al Sud. Nel nord del Lazio, noto come Tuscia, Viterbo è la città principale con un centro storico medievale e il Palazzo Papale. La Sabina fu luogo di meditazione di San Francesco d'Assisi e le sue colline sono rinomate per l'olio extravergine, i vini e il sugo all'amatriciana. A sud si incontra la Ciociaria, un territorio rurale con paesaggi naturali suggestivi. Sul litorale, il Parco della Riviera di Ulisse e l'arcipelago delle Isole Ponziane offrono spiagge, scogliere e grotte marine.



Isola Liri (FR)

06

Lazio

Profilo Turistico

Il futuro del turismo nel Lazio si fonda sulla capacità di diversificare l'offerta. Accanto al patrimonio storico e artistico, la Regione promuove esperienze in linea con le nuove tendenze: itinerari slow nei borghi, percorsi enogastronomici dedicati ai sapori locali, cammini spirituali come la Via Francigena e le Vie di San Benedetto, soggiorni di benessere nelle località termali.

Non si tratta solo di turismo, ma di un invito a vivere il territorio con lentezza, autenticità e rispetto. Il turismo non è solo accoglienza, ma relazione. Per questo la Regione intende coinvolgere attivamente le comunità locali come protagoniste dello sviluppo turistico. La loro partecipazione garantisce autenticità e tutela le tradizioni. La messa in rete delle destinazioni e delle imprese locali sarà determinante per creare itinerari integrati. L'obiettivo è crescere in modo responsabile, basandosi sui principi della sostenibilità ambientale, economica e sociale per tutelare il territorio.

Per informazioni:
Websites **www.regione.lazio.it - www.visitlazio.com**
E-mail **visitlazio@regione.lazio.it**
Per VisitLazio: **https://www.visitlazio.com/identita-visiva/**
Per Regione Lazio: **https://www.regione.lazio.it/la-regione/identita-visiva**



Macchina di S. Rosa (VT)



Arco naturale, Ponza (LT)

06

Lazio

Wtm Londra 2026, Lazio: innovazione digitale e turismo slow per valorizzare i territori

Il settore turistico della Regione Lazio compie un deciso passo verso il futuro. Grazie all'impulso di recenti misure di innovazione tecnologica e promozione culturale, come il bando **LaDIT – Lazio Digital Innovation Tourism**, promosso per sostenere i Comuni del territorio, l'intelligenza artificiale e le soluzioni digitali avanzate diventano strumenti strategici per ripensare l'accoglienza, la narrazione e la fruizione dei beni culturali.
L'obiettivo della Regione è coniugare la straordinaria ricchezza storico-artistica e paesaggistica del territorio con le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie, attraverso soluzioni interattive in grado di dialogare con i visitatori in tempo reale.

Tra le applicazioni finanziate e introdotte figurano **totem e infopoint intelligenti** che, grazie a sistemi interattivi supportati dall'intelligenza artificiale, sono in grado di fornire informazioni multilingue istantanee, suggerimenti sugli eventi locali e supporto logistico 24 ore su 24. A questi si aggiungono **contenuti immersivi e storytelling aumentato**, favoriti dall'integrazione dell'intelligenza artificiale con la realtà aumentata e virtuale, che consentono ai turisti di vedere i siti archeologici e i monumenti laziali così come apparivano nell'antichità, arricchendo l'esperienza di visita con narrazioni interattive.

«***Innovare il turismo significa investire nella capacità dei nostri territori di farsi conoscere, raggiungere nuovi pubblici e offrire esperienze sempre più accessibili e coinvolgenti.*** *Con il bando LaDIT sosteniamo i Comuni nell'utilizzo delle nuove tecnologie, perché la trasformazione digitale rappresenta una grande opportunità soprattutto per le destinazioni meno conosciute, che hanno un patrimonio straordinario da valorizzare. La nostra strategia è chiara: vogliamo un Lazio che vada oltre Roma, capace di promuovere tutte le sue eccellenze e di distribuire le opportunità turistiche tra le cinque province, in ogni periodo dell'anno. È la direzione indicata dal Piano Triennale del Turismo, che punta sulla delocalizzazione e sulla destagionalizzazione dei flussi. La tecnologia, insieme a una promozione mirata e alla collaborazione con i territori, può aiutarci a trasformare questa visione in risultati concreti per le comunità e per le imprese*», dichiara **Elena Palazzo, assessore al Turismo della Regione Lazio.**

Il Lazio si conferma così un territorio capace di coniugare la tutela della tradizione con l'efficienza e la sostenibilità dell'innovazione tecnologica, rafforzando la propria attrattività nei confronti di un turismo nazionale e internazionale sempre più attento alla qualità dell'offerta.

Le risorse digitali messe in campo dai Comuni vincitori del bando LaDIT, insieme agli altri interventi regionali, potranno riflettersi positivamente su uno dei segmenti più strategici dell'offerta turistica: la **Rete dei Cammini** e, in particolare, la **Via Francigena nel Lazio**, sia nel tratto nord sia in quello sud.
Negli ultimi anni si è assistito a una crescente attenzione verso il turismo lento, con un numero sempre maggiore di camminatori, pellegrini e amanti della natura che percorrono le antiche vie storico-spirituali d'Italia. In questo contesto, il Lazio ha partecipato attivamente, in qualità di ente capofila di otto Regioni, al progetto strategico nazionale di promozione della Via Francigena, denominato **Scheda 33**, nell'ambito del Piano di Sviluppo e Coesione (PSC), in collaborazione con il Ministero del Turismo e della Cultura.

06

Lazio

L’iniziativa ha consentito di realizzare un ampio programma di azioni trasversali di promozione turistica, comunicazione sui media e valorizzazione dell’itinerario, affiancate da campagne pubblicitarie nazionali e internazionali e dal coinvolgimento attivo dei Comuni attraversati.

La strategia regionale si inserisce in una visione più ampia di gestione e pianificazione dei flussi turistici, con l’obiettivo di alleggerire la pressione sui grandi attrattori e favorire una distribuzione più equilibrata dei visitatori. Dai borghi storici alle ciclovie, dai cammini ai siti archeologici e naturali meno conosciuti delle cinque province, la Regione punta a valorizzare l’identità locale e a creare nuove opportunità di sviluppo economico.

Le azioni messe in campo si sviluppano lungo tre direttrici principali. La prima riguarda il **monitoraggio digitale e la raccolta dei dati**, attraverso strumenti dedicati, tra cui la piattaforma Ross1000 per la rilevazione delle presenze nelle strutture ricettive. La seconda è la **promozione del turismo lento e delle aree interne**, con investimenti sulla rete dei cammini storico-spirituali, tra cui gli Itinerari Religiosi, il Cammino di Francesco, il Cammino di San Benedetto, il Cammino di San Filippo Neri e il Cammino della Luce – Via Amerina. La terza direttrice riguarda **l’innovazione e la valorizzazione dei borghi**, attraverso contributi e bandi rivolti ai Comuni per lo sviluppo di percorsi esperienziali, segnaletica intelligente e servizi di accoglienza digitale.

Un percorso che punta a rafforzare la competitività turistica del Lazio, tutelando al tempo stesso la vivibilità dei residenti e l’integrità del paesaggio e facendo della tecnologia uno strumento al servizio delle persone, delle imprese e delle comunità locali.

LIGURIA THE ITALIAN RIVIERA
lamialiguria

Descrizione della Regione

Stretta tra mare e monti, la Liguria è un territorio sottile ma sorprendentemente ricco, nel quale a poca distanza convivono borghi variopinti, porticcioli, città dal forte carattere mediterraneo e sentieri affacciati sul mare. È una regione che si scopre camminando, assaggiando, entrando nelle botteghe storiche, ascoltando dialetti diversi lungo una costa che cambia volto di chilometro in chilometro.

Dalle Cinque Terre a Dolceacqua, da Genova alle Riviere, ogni luogo custodisce un rapporto intimo con la storia del Mediterraneo: palazzi nobiliari, caruggi (vicoli) che profumano di basilico, vigneti terrazzati scolpiti dall'ingegno umano. L'ospitalità comprende boutique hotel affacciati su baie tranquille, piccoli relais nell'entroterra e un'enogastronomia che racconta una cultura antica. Una destinazione compatta ma poliedrica, dove mare, natura, cultura e gastronomia si incontrano in uno spazio ristretto, con una forte identità e un'eleganza naturale.



Cervo, Riviera dei Fiori
@Agenzia in Liguria

07

Liguria

LIGURIA THE ITALIAN RIVIERA
lamialiguria

Profilo Turistico

Per i viaggiatori britannici, la Liguria offre un Mediterraneo dalla forte identità, nel quale paesaggio, cultura e gastronomia convivono in un territorio compatto e ricco di contrasti. Genova, i borghi delle Riviere, i paesaggi UNESCO delle Cinque Terre e di Portovenere, i Palazzi dei Rolli e gli itinerari nell'entroterra permettono di costruire soggiorni diversi, tra cultura, mare, natura e buon cibo.
La destinazione si rivolge in particolare a coppie e viaggiatori interessati a enogastronomia, arte e cultura, escursionismo e attività all'aria aperta. Accanto alle località più conosciute, la Liguria offre piccoli centri, strutture ricettive di dimensioni contenute, mercati locali, cantine e percorsi panoramici che permettono di entrare nel ritmo del territorio. Un modo di vivere il Mediterraneo attento ai luoghi, alla cucina e alla qualità dell'esperienza.

Contatti: **info@agenziainliguria.it - https://lamialiguria.it/en/**



Portovenere, patrimonio dell'umanità UNESCO
@Agenzia in Liguria



Borgo di Dolceacqua
@Agenzia in Liguria

07

Liguria

LIGURIA THE ITALIAN RIVIERA
lamidliguria

L'Intelligenza Artificiale al servizio del turismo ligure: dalla gestione dei flussi alla formazione dei giovani

La Liguria sta vivendo una profonda trasformazione nel modo di accogliere i visitatori. Tra la fragile bellezza del suo territorio, la stagionalità accentuata dei flussi e l'esigenza di valorizzare l'entroterra accanto alle mete iconiche come le Cinque Terre, Portofino o Genova, la tecnologia si inserisce non più soltanto come un supporto digitale, ma come una vera e propria leva strategica. In questo scenario, l'Intelligenza Artificiale (IA) sta trasformando la pianificazione turistica regionale, passando dalla teoria a progetti concreti e applicativi, ma anche alla formazione.
Uno dei nodi storici del turismo ligure è il sovraffollamento concentrato in specifiche aree e periodi dell'anno (l'ormai noto overtourism), contrapposto al potenziale inespresso dei borghi dell'entroterra.
Con iniziative come il progetto Reg4IA - che vede la Regione Liguria in prima linea come capofila interregionale -, l'IA viene impiegata per analizzare grandi volumi di dati (big data) provenienti da trasporti, celle telefoniche e prenotazioni. L'obiettivo è prevedere i picchi di affluenza, decongestionare le aree più sotto pressione e proporre percorsi alternativi ai visitatori in maniera dinamica, redistribuendo le presenze verso i borghi e la rete dei sentieri.

Generazione Turismo 4.0: la formazione dei ragazzi negli ITS
L'introduzione dell'Intelligenza Artificiale nel turismo richiede nuove competenze professionali. In questa sfida giocano un ruolo centrale le ITS Academy, gli Istituti Tecnici Superiori post-diploma altamente specializzati della Regione Liguria.
In particolare, l'ITS Turismo Liguria ha rinnovato la propria offerta didattica laboratoriale inserendo moduli incentrati sull'uso pratico dell'Intelligenza Artificiale e della realtà virtuale applicate all'ospitalità.
Nei percorsi biennali post-diploma gratuiti, gli studenti imparano concretamente ad analizzare i dati e il Revenue (utilizzando algoritmi di IA per prevedere l'occupazione delle camere e definire le tariffe migliori), creare assistenti e chatbot di accoglienza, innovare il marketing territoriale e sperimentare la realtà virtuale per progettare tour ed esperienze immersive, consentendo ai clienti di "provare" l'hotel o le escursioni prima dell'arrivo.
Attraverso la collaborazione diretta con le aziende del territorio e periodi di stage, questi percorsi permettono ai giovani di trasformarsi da semplici utenti a "Destination & Guest Experience Manager 4.0", figure chiave capaci di unire l'accoglienza calorosa e tradizionale ligure con le opportunità della trasformazione digitale.

Cammini di Liguria: a piedi tra i monti e il mare
Vie, sentieri e percorsi storici e naturali, sfidanti per pellegrini, sportivi e curiosi.
È un vecchio modo di viaggiare, il più antico che conosciamo. Eppure, restituisce sensazioni sempre nuove. Ci sono diversi cammini "famosi" che toccano la Liguria o la attraversano per intero. Tra questi, anche la **Via Francigena**.
Percorso tra i più famosi e antichi, la Via Francigena dal Colle del Gran San Bernardo arriva a Roma dopo 45 tappe, concludendosi alla Basilica di San Pietro nella Città del Vaticano, e ricalca il viaggio che l'Arcivescovo Sigerico compì alla fine del X secolo, da Canterbury a Roma. Il tratto che interessa la Liguria è tutto a Levante. Va da Aulla fino a Sarzana, Santo Stefano Magra e Luni, un tempo fiorente città romana di cui restano importanti tracce archeologiche. Scenari incantevoli, in una terra fortemente connotata dai vigneti, dove nasce il bianco Colli di Luni, e una cucina tradizionale da scoprire tra una tappa e l'altra per fare il pieno di energia, tra panigacci (forme tondeggianti di pane non lievitato, servito con formaggi e salumi) e testaroli (un primo piatto antico, fatto con acqua, farina e sale, servito con pesto).
Ancora voglia di camminare? Ecco altre alternative per godere della Liguria a piedi!

Alta Via dei Monti Liguri
Prati montani e sentieri nei boschi. Selle prative, spartiacque e irti pendii alpini. Un percorso per tutti: atleti, sportivi, famiglie. Percorsi semplici per passare un fine settimana nella natura e tratti impegnativi d'alta montagna amati dai *trekkers* più esperti. L'Alta Via dei Monti Liguri, nei suoi 440 chilometri e nelle sue 43 tappe, offre paesaggi mozzafiato adatti a tutte le esigenze. Dalle Alpi Marittime al Beigua, dai monti di Genova alle pendici del Monte Zatta, fino ai boschi incontaminati di Val d'Aveto e Val di Vara: ogni tappa dell'Alta Via è un'esperienza straordinaria. Il percorso si adatta anche a tappe poco impegnative per il fine settimana, un'occasione per organizzare la visita a un borgo, un castello, un museo o partecipare a una delle tradizionali feste e sagre che, in tutte le stagioni dell'anno, animano il territorio ligure.

Via Marenca e Alta Via del Sale
Percorso storico che collega il Piemonte e la Francia, di lunghezza superiore ai 100 km e con tracciati caratterizzati da grandi dislivelli, dai crinali alpini in gran parte fra i 1.800 e i 2.000 metri alla costa (da cui il nome Marenca), attraversando i paesi delle valli Impero, Maro e Prelà, fino a Oneglia, approdo di navi mercantili per il commercio del sale, dell'olio e delle acciughe. Fa parte di questo percorso l'Alta Via del Sale, costruita alla fine dell'800 tra le fortificazioni del confine italo-francese, che si snoda per una quarantina di chilometri tra il Colle di Tenda, su cui domina il Forte Centrale, e Monesi di Triora. L'Alta Via del Sale ha traffico contingentato per i mezzi motorizzati.
Per le modalità, consultare il sito: **https://www.altaviadelsale.com/ita/#inline-auto911**

La Via del Sale
Questo cammino, una serie di mulattiere percorse nei secoli per il trasporto del sale dalle località costiere a quelle della pianura padana, è oggi tra i più ricercati e frequentati da chi ama camminare.
Il percorso della Via del Sale va da Genova fino a Varzi (Pavia), scavalcando l'Appennino, tra Piemonte, Lombardia e Liguria. Nelle tappe Torriglia–Uscio e Uscio–Camogli, si passa dagli ambienti montani del Monte Antola a quelli mediterranei del Monte di Portofino.

Cammino dei Ribelli
Un cammino, un percorso nella storia e nella memoria: 130 km tra banditi, partigiani e contadini nella stupenda Val Borbera, a cavallo tra Piemonte, Liguria ed Emilia-Romagna. Un cammino lento, sulle pendici del Monte Antola, sulle rive del Borbera o nella valle scavata dallo Scrivia, dove ogni epoca ha lasciato storie da raccontare: medievali, feudali e partigiane. I "Ribelli" erano i partigiani che si ribellavano al nazifascismo, i banditi che sopravvivevano alle vessazioni delle monarchie locali oppure gli stessi antichi Liguri, che qui combatterono la dominazione romana.

Itinerario storico Colombiano
Il sentiero escursionistico legato agli avi di Cristoforo Colombo, conosciuto anche come *Itinerario Storico Colombiano*, si sviluppa per 19 chilometri lungo una millenaria mulattiera che porta dalla Fontanabuona a Genova. Recentemente, presso i Giardini di Quinto, è stato inaugurato il cartello con le relative indicazioni e con il rifacimento della segnaletica.
Il percorso risale al 1992, in occasione delle celebrazioni per i 500 anni dalla scoperta dell'America, rappresentando per anni un collegamento fondamentale per la conservazione e la valorizzazione della storia dell'entroterra ligure.
Il sentiero, che ha una lunghezza di 19 chilometri, prevede circa sette ore di cammino e si snoda da Terrarossa Colombo fino a Quinto, attraversando Tribogna, Colle Caprile, Calcinara, Cornua, Valico del M. Becco, Valico del M. Cordona e Nervi.
Lungo il percorso sono presenti svariati punti di interesse storico, dai ruderi dell'antico castello genovese sulla cima del Monte Tuggio all'antico *hospitalis* di San Giacomo di Pozzuolo.
Più info sono disponibili su **https://lamialiguria.it/itinerari/cammini-di-liguria/**

Il modello ligure di gestione dei flussi turistici per la tutela e la valorizzazione del territorio
La Liguria è una regione unica e intrinsecamente fragile. Stretta tra l'Appennino e il Mar Ligure, con i suoi borghi storici incastonati sulle scogliere e un patrimonio naturalistico d'eccellenza, il territorio regionale affronta da anni la sfida della pressione turistica, concentrata soprattutto in alcune zone specifiche.
Se da un lato il turismo rappresenta un motore economico fondamentale, dall'altro la concentrazione di visitatori in determinate località e periodi dell'anno rischia di compromettere l'equilibrio ambientale, la vivibilità per i residenti e di ridurre la qualità dell'esperienza turistica.
Oggi la Liguria sta affrontando questo nodo strategico mettendo al centro un nuovo approccio: passare dalla semplice promozione della destinazione a una vera e propria governance attiva e sostenibile dei flussi.
Mete di fama internazionale come le Cinque Terre, Portofino, San Fruttuoso e alcuni scorci del Ponente ligure vivono da tempo la complessità del turismo di massa nei mesi estivi e nei ponti festivi.
Per tutelare il paesaggio senza chiudere le porte ai visitatori, la Regione Liguria e gli enti locali stanno adottando strumenti di monitoraggio avanzato e strategie di *data-driven tourism*. Esperienze come il contingentamento degli accessi alla baia di San Fruttuoso di Camogli o la regolamentazione dei flussi lungo la rete sentieristica del Parco Nazionale delle Cinque Terre rappresentano modelli per garantire la fruibilità in sicurezza.
La vera svolta per un turismo sostenibile in Liguria, però, risiede nella capacità di diversificare l'offerta e redistribuire i visitatori nello spazio e nel tempo. La strategia di valorizzazione dell'entroterra si articola su tre pilastri: outdoor, borghi, turismo esperienziale. Promuovere questi filoni significa garantire alla regione un afflusso turistico distribuito sul territorio e lungo l'arco di tutto l'anno, grazie al fatto che la Liguria può godere di un ottimo autunno, un piacevole inverno e una straordinaria primavera.
La gestione dei flussi non è soltanto una questione logistica o tecnologica: richiede un patto culturale tra istituzioni, cittadini e turisti. Educare al turismo consapevole significa informare chi arriva sulle fragilità del territorio, promuovere comportamenti rispettosi dell'ambiente e guidare le scelte di viaggio verso periodi di bassa stagione o mete meno note.
Progetti di mobilità dolce, sentieri ben segnalati e campagne di comunicazione mirate consentono di trasformare il visitatore da semplice consumatore del paesaggio a custode temporaneo del territorio ligure.

Per informazioni: **Agenzia Regionale per la promozione turistica, la comunicazione e il marketing territoriale "in Liguria"**
https://lamialiguria.it/en/ - fiere@agenziainliguria.it

Solo in Lombardia | Regione Lombardia

Descrizione della Regione

Nel cuore del Nord Italia, la Lombardia è una terra di innovazione, città d'arte, laghi spettacolari, montagne e una straordinaria cultura del saper fare.

Non solo Milano, capitale italiana della moda, del design e del business, ma anche città come Bergamo, Brescia, Mantova, Cremona, Varese e Pavia, ciascuna custode di una storia e di un'identità uniche. Le Alpi e i grandi laghi – Como, Garda, Maggiore e Iseo – disegnano alcuni dei paesaggi più celebri e suggestivi d'Italia.

La regione ospita numerosi eventi internazionali, in grado di attrarre pubblico da tutto il mondo: la storica Millemiglia, la corsa di auto d'epoca che parte e arriva a Brescia e che nel 2027 compirà 100 anni; il Salone del Mobile con il suo evento satellite, il Fuorisalone, che anima la città di Milano con migliaia di appuntamenti e installazioni spettacolari durante la Design Week di aprile; le Milano Fashion Week, a settembre/ottobre e febbraio/marzo, con appuntamenti nei luoghi simbolo della città; il Gran Premio d'Italia di Formula 1, ogni anno a settembre all'Autodromo Nazionale Monza e molti altri.



Skyline Milano

08

Lombardia

Profilo Turistico

La Lombardia è una meta internazionale che unisce arte, cultura, natura, benessere, enogastronomia e tradizioni in un unico viaggio: da qui il claim “Only inLombardia”. Grazie alla sua posizione strategica e a infrastrutture moderne, rappresenta una porta d’accesso privilegiata all’Italia. La regione custodisce un patrimonio culturale di valore mondiale, con il più alto numero di riconoscimenti UNESCO d’Italia, tra cui il Cenacolo Vinciano, la liuteria cremonese e le città di Mantova e Sabbioneta.

I suoi laghi, tra i più celebri e affascinanti d’Europa, vantano un mix perfetto di località iconiche e borghi da scoprire, sport e relax. Le Alpi lombarde offrono esperienze che spaziano dagli sport invernali alle attività outdoor estive. In Lombardia il turismo si intreccia con il saper fare: tradizioni artigianali e manifatturiere d’eccellenza hanno contribuito a costruire l’identità della regione. L’enogastronomia costituisce un pilastro dell’offerta regionale. Il territorio propone percorsi che uniscono paesaggio, cultura e una tradizione culinaria ricca e diversificata, capace di valorizzare prodotti locali, ricette storiche e innovazione gastronomica.

Sito istituzionale: **www.regione.lombardia.it**
Sito di promozione turistica: www.in-lombardia.it
Contatti: **info@in-lombardia.it – marketing@in-lombardia.it**



Mantova



Trekking Val Viola Valtellina Sondrio
Credits: APF Valtellina

Wtm London, Massari: “Con dati e intelligenza artificiale vogliamo portare i visitatori alla scoperta di una Lombardia più ampia, durante tutto l’anno e con ricadute economiche diffuse”

Londra, 3 novembre 2026 - **Una Lombardia da scoprire oltre le grandi destinazioni**, in periodi diversi dell’anno e con una capacità sempre maggiore di misurare il valore generato dal turismo. È questa la direzione con cui Regione Lombardia si presenta al World Travel Market di Londra, in programma dal 3 al 5 novembre all’ExCeL London, mettendo dati e intelligenza artificiale al servizio di una strategia che guarda alla crescita del turismo attraverso tre dimensioni: spazio, tempo e valore economico.

La sfida riguarda quindi il modo in cui i flussi turistici vengono distribuiti e letti. Da una parte c’è la necessità di alleggerire la pressione sulle destinazioni più frequentate, portando nuovi visitatori verso **borghi, aree interne, cammini, paesaggi e produzioni locali**. Dall’altra c’è l’obiettivo di ampliare il calendario turistico, intercettando la domanda **anche nei periodi meno tradizionali** e creando condizioni più favorevoli per le imprese e le economie locali.

A questo si aggiunge la capacità di comprendere con maggiore precisione quale impatto produca il turismo sui territori. Presenze, provenienza dei visitatori, periodi di maggiore affluenza, interessi e comportamenti possono essere letti insieme per capire dove esiste maggiore domanda, quali territori hanno margini di crescita e dove l’attività turistica può generare nuove opportunità economiche.
“Il turista di oggi ha a disposizione una quantità enorme di informazioni e si aspetta di trovare rapidamente ciò che risponde ai suoi interessi. I dati e l’intelligenza artificiale possono aiutarci a leggere questa domanda e a trasformarla in proposte più precise”, dichiara l’assessore regionale al Turismo, Marketing territoriale e Moda Debora Massari. “Vogliamo utilizzare la **tecnologia per far conoscere una Lombardia più ampia**, portando i visitatori **fuori dai percorsi più frequentati** e facendo scoprire luoghi ed esperienze durante tutto l’anno. La sfida è costruire **un turismo capace di valorizzare ogni territorio** e di generare ricadute economiche sempre più diffuse”.

L’impiego di strumenti digitali e sistemi di analisi dei dati può supportare le destinazioni nella lettura delle presenze, nell’individuazione dei periodi di maggiore affluenza e nella costruzione di proposte coerenti con i diversi profili di visitatori. La stessa capacità di analisi può aiutare a comprendere dove il turismo produce maggiore valore e dove esistono margini per sviluppare nuove opportunità economiche, coinvolgendo attività ricettive, commercio, ristorazione, servizi, produzioni locali e filiere legate all’esperienza turistica.

“Conoscere i flussi significa poter programmare meglio. Significa capire dove si concentra la domanda, quando aumenta la pressione sulle destinazioni più attrattive e quali altre esperienze possono essere proposte al visitatore”, aggiunge Massari. “Ma significa anche capire quale valore il turismo produce per un territorio. Vogliamo avere strumenti che ci permettano di leggere l’impatto economico delle presenze e di orientare le politiche dove possono generare nuove opportunità. Il dato è utile quando diventa uno strumento per prendere decisioni migliori”.
La distribuzione dei flussi riguarda quindi lo spazio, con una promozione che punta a far emergere la varietà dell’offerta lombarda, e il tempo, attraverso proposte capaci di intercettare visitatori anche nei periodi meno frequentati.

08

Lombardia

Destagionalizzare significa infatti ampliare il calendario delle opportunità turistiche e rendere più stabile l'attività di imprese e operatori, **valorizzando esperienze legate alla cultura, alla natura, allo sport, all'enogastronomia e ai grandi eventi.**
Tra le esperienze che possono contribuire a questa strategia rientra il turismo dei cammini, c**on la Via Francigena** come uno degli itinerari di maggiore interesse per il pubblico internazionale. Il percorso attraversa territori nei quali patrimonio culturale, paesaggio, ospitalità, produzioni locali ed enogastronomia possono diventare parte di un'unica esperienza di viaggio.

La strategia regionale si inserisce nel **Piano per lo sviluppo del Turismo e dell'Attrattività 2026-2028**, approvato dal Consiglio regionale il 23 giugno 2026, che individua nell'innovazione digitale uno dei cinque assi della programmazione regionale, insieme all'esperienza turistica, alla cooperazione territoriale, alle competenze e al racconto dell'identità lombarda.

La partecipazione al World Travel Market si inserisce nella strategia regionale di promozione internazionale e di confronto con buyer, tour operator e operatori della filiera. Al mercato britannico e agli operatori internazionali **la Lombardia propone una destinazione composta da città d'arte, laghi, montagne, borghi e territori rurali, insieme a cultura, sport, moda, design ed enogastronomia.**
*"Londra è un appuntamento fondamentale per incontrare chi costruisce e vende il viaggio sui mercati internazionali. Ci presentiamo con una Lombardia conosciuta per alcune grandi destinazioni e, nello stesso tempo, con **molti territori** che hanno ancora **un grande potenziale da esprimere**"*, conclude Massari. *"Vogliamo intercettare nuovi pubblici, distribuire meglio i flussi nello spazio e nel tempo e capire sempre meglio quale valore il turismo genera per le nostre comunità. La tecnologia ci offre strumenti nuovi: sta a noi usarli per valorizzare in modo più completo ciò che la Lombardia ha da offrire".*

Il WTM London è il principale marketplace internazionale dedicato ai professionisti del turismo e rappresenta un punto di incontro tra destinazioni, operatori, buyer e imprese della filiera. L'edizione 2025 ha registrato 46.500 presenze, 5.500 buyer qualificati e rappresentanti di 182 Paesi. Sono stati inoltre programmati oltre 40.000 appuntamenti di business, il 30% in più rispetto al 2024, mentre la superficie espositiva è cresciuta del 25%.
A WTM London 2026 Regione Lombardia è presente nell'area **ENIT** con uno spazio espositivo di **200 metri quadrati e 28 co-espositori**, tra DMO, consorzi turistici, agenzie di promozione, agenzie di viaggio e tour operator incoming, strutture ricettive e dimore storiche, golf club e servizi di transfer. La partecipazione regionale punta a mettere in relazione l'offerta lombarda con buyer e operatori dei mercati internazionali.

Scoprite la Lombardia su: **www.in-lombardia.it**
Contatto Stampa: **alessandra_troncana@regione.lombardia.it**

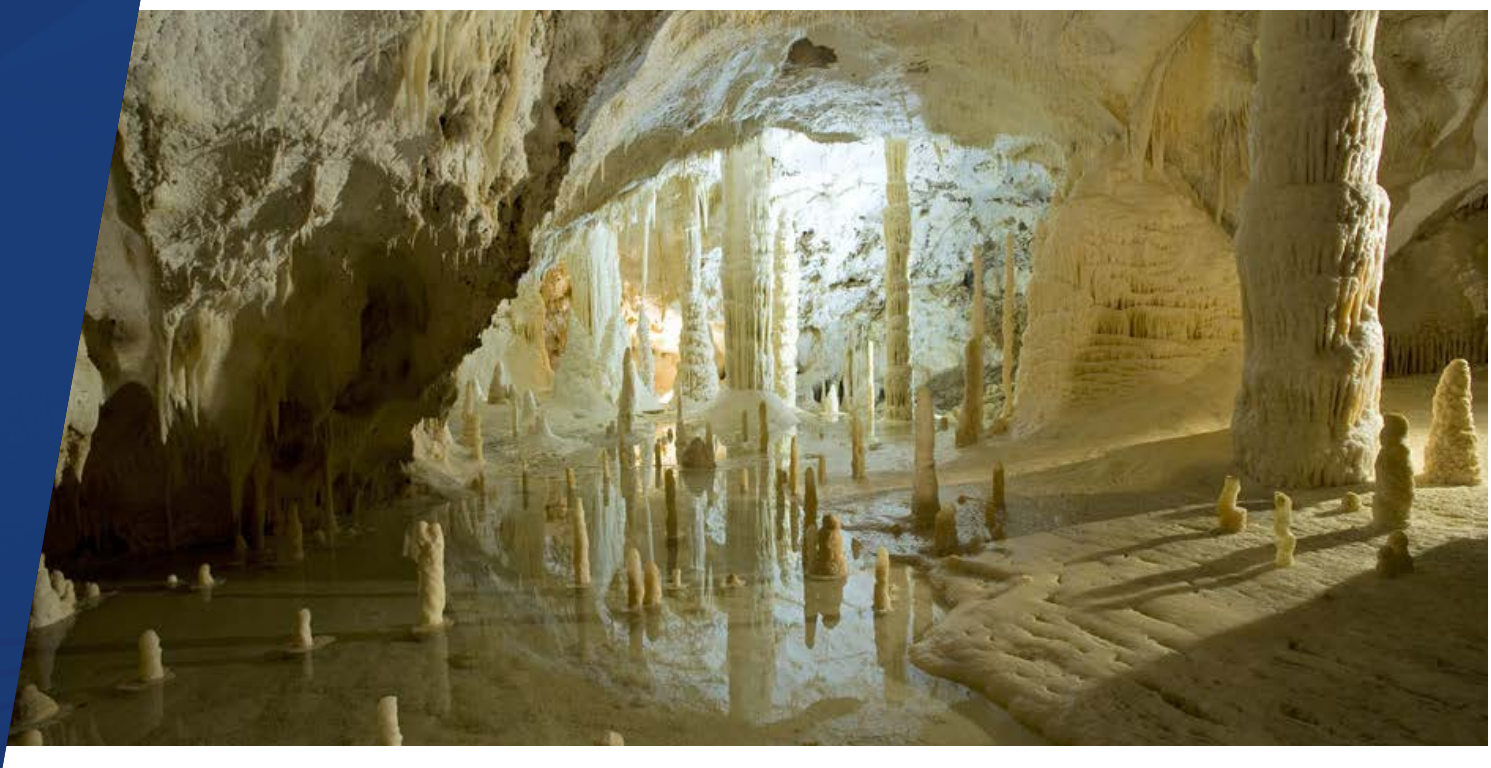
REGIONE MARCHE

Descrizione della Regione

Le Marche sono una terra di paesaggi sorprendenti e diversificati, dove le colline e le montagne dell'Appennino incontrano il mare lungo una costa di spiagge e suggestivi tratti rocciosi. Borghi storici, città d'arte, castelli, pievi ed eremi raccontano secoli di storia, cultura e tradizioni.

Parchi, riserve, foreste e aree naturalistiche offrono scenari ideali per trekking, escursioni, ciclismo e attività all'aria aperta, mentre grotte, sentieri panoramici e località montane arricchiscono l'offerta outdoor anche nella stagione invernale. Il patrimonio culturale comprende musei, teatri storici, siti archeologici e monumenti, con luoghi simbolo come Urbino, città di Raffaello.

A completare l'esperienza, una ricca tradizione enogastronomica fatta di vini, oli, formaggi e prodotti tipici. Porti turistici, festival, concerti ed eventi animano borghi e città durante tutto l'anno, offrendo un'esperienza autentica che unisce natura, cultura, gusto e tradizione.



Grotte di Frasassi
Sala delle candeline

09

Marche

Profilo Turistico

Le Marche sono una destinazione ideale per un turismo autentico, sostenibile e di qualità, capace di combinare cultura, natura, mare, tradizioni ed eccellenze enogastronomiche. La regione si rivolge a coppie, famiglie e viaggiatori individuali alla ricerca di esperienze genuine, paesaggi armoniosi e luoghi meno affollati rispetto alle principali destinazioni italiane.
Il patrimonio culturale, con città d'arte, borghi storici, castelli, teatri e siti archeologici, si integra con un paesaggio vario che spazia dalla costa adriatica alle colline fino all'Appennino. Le Marche offrono inoltre numerose opportunità per il turismo outdoor, il benessere e il relax, attraverso itinerari escursionistici, ciclovie ed esperienze a contatto con la natura.

Particolarmente rilevante è il turismo enogastronomico, legato a produzioni locali, tradizioni culinarie e prodotti di qualità. La regione si distingue infine per l'artigianato, le tradizioni e lo stile di vita locale, elementi che permettono al visitatore di vivere un'esperienza autentica e profondamente legata al territorio.

Contatti: **settore.turismoCooperazione@regione.marche.it;**
numeroverde.turismo@regione.marche.it
Sito Web: **www.letsmarche.it**



Parco del Monte Conero



Urbino Palazzo Ducale

Descrizione della Regione

PIEMONTE: una nuova visione del turismo

Scoprire il Piemonte significa vivere una destinazione dove innovazione, accessibilità e autenticità si incontrano. Città d'arte e borghi storici, Alpi e colline, esperienze outdoor quattro stagioni ed eccellenze enogastronomiche compongono un'offerta ricca e sorprendente, capace di attrarre viaggiatori internazionali.

La Regione guarda all'innovazione e alle nuove tecnologie come opportunità per arricchire l'esperienza turistica, dalle visite in cantina ai percorsi enogastronomici, dalle attività outdoor alla scoperta di borghi e tradizioni locali, favorendo proposte personalizzate e nuove modalità di vivere il patrimonio piemontese.

Parallelamente, promuove un turismo sempre più accessibile e inclusivo, sostenendo iniziative e collaborazioni per migliorare la fruibilità del patrimonio, dei servizi e delle esperienze, nel rispetto delle diverse esigenze dei visitatori.
Piemonte. Il futuro del viaggio, nel cuore del territorio

Scopri di più: **www.visitpiemonte.com**



Limone Piemonte
© Visit Piemonte, ph Giorgio Gulmini

10

Piemonte

Profilo Turistico

Il Piemonte si propone al mercato internazionale con un'offerta che unisce cultura, enogastronomia, natura e outdoor. Il viaggiatore ideale è curioso e consapevole, alla ricerca di esperienze autentiche, qualità e territori da scoprire. Torino rappresenta una porta d'accesso alla regione, con il suo patrimonio culturale, museale e contemporaneo. Le Langhe, il Roero e il Monferrato raccontano il Piemonte attraverso grandi vini, cucina, paesaggi e borghi, mentre il Cuneese offre montagne, vallate e attività outdoor. Il Biellese, il Novarese e il Vercellese ampliano l'offerta con paesaggi, cultura, produzioni locali e itinerari nella natura. I laghi piemontesi aggiungono una proposta legata a relax, sport e soggiorni slow. Alpi, colline e pianura permettono di costruire itinerari diversi in ogni stagione, rivolti a coppie, famiglie, viaggiatori attivi e amanti dell'enogastronomia, con la possibilità di combinare città, borghi, natura ed esperienze in un unico viaggio.

Scopri di più: **www.visitpiemonte.com**
Contacts: **info@visitpiemonte.com**



Isola Bella, Lago Maggiore © Visit Piemonte



Ristorante - Atl Alexala

REGIONE SICILIANA

SICILIA
emozione autentica

Descrizione della Regione

La Sicilia, la più grande isola del Mediterraneo, sorprende per la straordinaria varietà dei suoi paesaggi: arcipelaghi minori ancora incontaminati, coste che alternano scogliere e spiagge dorate, siti UNESCO, importanti aree archeologiche e parchi naturali di rara bellezza, custoditi con cura nel tempo.

A questo patrimonio naturalistico e culturale si affianca il calore autentico della sua gente, le tradizioni secolari che scandiscono il ritmo delle stagioni, un calendario di eventi sempre vivo e una cultura enogastronomica ricca e sfaccettata, capace di raccontare l'Isola attraverso sapori identitari e irripetibili.

Un territorio dove storia, natura e cultura si intrecciano in perfetta armonia, regalando ai visitatori un'esperienza di viaggio intensa, autentica e indimenticabile, capace di stupire a ogni tappa del percorso.



Parco Archeologico e Tempio di Segesta @Archivio Regione Siciliana - Benedetto Tarantino

11

Sicilia

REGIONE SICILIANA

SICILIA emozione autentica

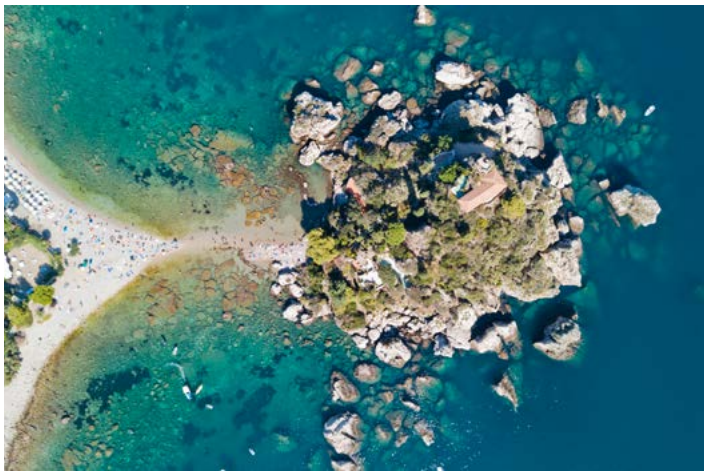
Profilo Turistico

La Sicilia si rivolge a ogni tipologia di viaggiatore, grazie alla straordinaria varietà dei suoi paesaggi, ai vulcani ancora attivi, al mare cristallino e al patrimonio culturale lasciato dalle numerose civiltà che l'hanno attraversata nei secoli, dai Greci agli Arabi, dai Normanni agli Spagnoli.

L'Isola si presenta come un autentico museo a cielo aperto, dove testimonianze artistiche, memoria storica e ambienti naturali convivono in perfetto equilibrio, offrendo esperienze su misura per famiglie, coppie, appassionati di natura, archeologia ed enogastronomia.

Completa l'esperienza un'offerta ricettiva ampia e diversificata: dagli hotel di lusso ai B&B, dai villaggi turistici agli agriturismi diffusi sul territorio, garantendo al viaggiatore comfort e varietà per scoprire, con i propri ritmi, il fascino autentico della Sicilia.

servizio1.turismo@regione.sicilia.it
www.visitsicily.info



Taormina - Isola Bella vista dall'alto
@Archivio Regione Siciliana - Benedetto Tarantino



Monte Etna
@Archivio Regione Siciliana - Benedetto Tarantino

11

Sicilia

REGIONE SICILIANA

SICILIA emozione autentica

Sicilia, innovazione e sostenibilità per un nuovo modello di sviluppo turistico

Dall'intelligenza artificiale all'analisi dei flussi, dalla rete dei cammini alla sostenibilità dei grandi eventi: la Regione Siciliana punta su dati, innovazione e valorizzazione diffusa del territorio per accompagnare la crescita del turismo.

Palermo, 2 ottobre 2026 - **L'Assessorato del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo della Regione Siciliana** sta sviluppando una strategia che punta a conoscere sempre meglio chi sceglie la Sicilia, comprenderne motivazioni, interessi e modalità di viaggio e utilizzare i dati per orientare le politiche di promozione e gestione della destinazione. Un approccio che mira anche a favorire una distribuzione più equilibrata dei visitatori sul territorio, valorizzando aree interne e piccoli centri, e a promuovere modelli organizzativi più sostenibili per eventi e manifestazioni.

L'intelligenza artificiale per conoscere il turismo e orientare le strategie

Già dal 2025 l'Assessorato utilizza **l'intelligenza artificiale come strumento di supporto all'analisi del mercato turistico regionale**, affiancando ai tradizionali dati quantitativi raccolti attraverso le indagini Istat informazioni socio-demografiche e indicazioni relative alle preferenze, alle motivazioni e agli interessi dei viaggiatori.

Questo approccio è reso possibile da **IODAH – Intelligence On Destination And Hospitality**, piattaforma di Destination Business Intelligence basata sull'intelligenza artificiale, che integra e armonizza dati provenienti da fonti differenti e li restituisce attraverso dashboard accessibili via web.

L'obiettivo è trasformare una grande quantità di informazioni in strumenti utili per comprendere tempestivamente l'andamento del comparto e supportare decisioni e politiche turistiche basate sui dati. Il sistema consente infatti di monitorare domanda e offerta, analizzare le tendenze e approfondire anche aspetti meno immediatamente misurabili attraverso le statistiche tradizionali.

Tra questi rientrano il sentiment e il grado di soddisfazione dei visitatori. Attraverso IODAH è stato sviluppato il **Destination Reputation Index (DRI)**, indicatore che sintetizza in un unico valore qualiquantitativo il giudizio complessivo dei turisti sull'esperienza vissuta nella destinazione. **Per la Sicilia il DRI raggiunge 84,5 punti su 100, collocandosi tra i valori più elevati a livello nazionale.**

Conoscere i flussi per distribuirli meglio sul territorio

L'analisi dei dati diventa particolarmente importante anche per affrontare una delle sfide centrali delle destinazioni contemporanee: **conciliare la crescita turistica con la qualità dell'esperienza e la tutela del patrimonio naturale, culturale e paesaggistico**.

Monitorare i flussi permette infatti di comprenderne non soltanto la dimensione, ma anche la distribuzione geografica e temporale, creando le condizioni per orientare l'interesse verso nuovi territori e periodi dell'anno.

In questa direzione si inserisce la strategia avviata dall'Assessorato per **diversificare i tradizionali flussi turistici e contrastare i fenomeni di sovraffollamento**, ampliando la geografia del viaggio in Sicilia e offrendo nuove opportunità di scoperta delle aree interne e dei piccoli centri.

11

Sicilia

REGIONE SICILIANA

SICILIA emozione autentica

Oltre 5.000 chilometri per scoprire la Sicilia a passo lento

Uno degli strumenti per raggiungere questo obiettivo è la **Rete dei Cammini e dei Sentieri di Sicilia**, la cui formazione è stata incoraggiata dall'Assessorato e che riunisce le competenze di associazioni, guide ambientali ed escursionistiche e volontari impegnati nella cura di oltre **5.000 chilometri di itinerari storici, naturalistici e spirituali**.

Dalle vette dell'Etna alle Madonie, dai Sicani ai Nebrodi, fino agli itinerari costieri e urbani, la rete favorisce una modalità di scoperta del territorio basata sulla mobilità dolce, a piedi e in bicicletta.

Il turismo dei cammini diventa così anche uno strumento di valorizzazione territoriale. Gli itinerari attraversano borghi e comunità dell'entroterra, contribuendo a portare i visitatori fuori dai circuiti maggiormente frequentati e creando nuove opportunità economiche e sociali nei territori interessati. Un modello che può contribuire a contrastare lo spopolamento delle aree interne e, contemporaneamente, a preservarne tradizioni, paesaggi e risorse ambientali.

Festival musicali, una rete per eventi sempre più sostenibili

La gestione sostenibile della destinazione passa anche attraverso gli eventi. In collaborazione con **Sicily Music Conference**, il Dipartimento regionale del Turismo ha attivato la **Rete regionale per la promozione dei festival musicali siciliani e la sostenibilità ambientale**, con l'obiettivo di consolidare il dialogo tra festival, operatori culturali e soggetti del territorio.

Il progetto integra attività di mappatura, formazione, sensibilizzazione, networking, comunicazione e monitoraggio, con particolare attenzione alla progressiva applicazione dei **Criteri Ambientali Minimi per gli eventi di spettacolo dal vivo** e alla diffusione di buone pratiche replicabili.

La rete punta a valorizzare il patrimonio dei festival musicali siciliani e, allo stesso tempo, a favorire una maggiore consapevolezza sui temi della sostenibilità ambientale, sociale ed economica, incoraggiando il confronto tra operatori, la sensibilizzazione del pubblico e la raccolta di dati utili a misurare gli impatti e migliorare progressivamente l'organizzazione degli eventi.

Intelligenza artificiale, analisi dei dati, mobilità lenta e sostenibilità degli eventi diventano così componenti di una stessa strategia: conoscere meglio il turismo per governarne la crescita, ampliare i territori coinvolti e trasformare i flussi turistici in un'opportunità di sviluppo sempre più diffusa e compatibile con la tutela del patrimonio siciliano.

Informazioni: **www.regione.sicilia.it**
geoportale.osservatorioturistico.regione.sicilia.it
visitsicily.info

TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

Descrizione della Regione

Toscana: Rinascimento senza fine

La Toscana è un'esperienza sensoriale e culturale profonda, nata dalla secolare armonia tra uomo e natura. Culla del Rinascimento con maestri come **Brunelleschi, Michelangelo e Botticelli**, e patria di Dante, la regione racchiude un patrimonio inestimabile diffuso tra note città d'arte (Firenze, Siena, Pisa, Lucca), borghi storici ed eccellenze del Made in Tuscany.

Un territorio d'eccezione che vanta la **più estesa area boschiva d'Italia**, oltre **600 km di coste** e **17 siti Unesco**, affiancati da **un'enogastronomia d'eccellenza** integrata nel valore Unesco della cucina italiana. Prima in Italia per offerta agrituristica e hotel a 5 stelle, la Toscana guida il **turismo attivo e sostenibile** con 15.000 km di percorsi ciclabili e 10 grandi cammini. Questo connubio si arricchisce infine di una prestigiosa tradizione lirica e musicale, celebrata da appuntamenti di rilievo internazionale quali il Puccini Festival, il Maggio Musicale Fiorentino e il Mascagni Festival.



Val d'Orcia Panorama Archivio Comune San Quirico d'Orcia

12

Toscana

Profilo Turistico

La Toscana è la destinazione iconica per i viaggiatori che cercano un'immersione autentica nell'arte di vivere italiana, tra cultura, paesaggio e benessere. Si rivolge a chi desidera un territorio accogliente e legato alle proprie radici, impreziosito da 17 riconoscimenti UNESCO.

È la meta perfetta per muoversi a ritmo lento, alla ricerca di una bellezza diffusa: dai capolavori delle città d'arte ai borghi dell'entroterra, fino a colline e coste. Per gli amanti della natura, la vasta area boschiva e le sorgenti termali libere offrono relax in ogni stagione, mentre ciclovie e cammini invitano all'avventura outdoor e alla mobilità sostenibile.

Scegliere la Toscana significa anche vivere un'esperienza enogastronomica profonda. La cultura della tavola, esaltata dal progetto Vetrina Toscana e dal primato agrituristico, regala un incontro vero con le comunità locali. Per viaggi di coppia, in famiglia o itinerari en plein air, una destinazione da vivere con lentezza per esperienze memorabili.

Toscana Promozione Turistica: +39 055 46 28 01
press@toscanapromozione.it
www.toscanapromozione.it – www.visittuscany.com



Firenze, Santa Maria del Fiore - Toscana Promozione Turistica



Badia a Passignano - Foto Guido Cozzi

12

Toscana

TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

Tra qualità dei servizi ed esperienze “monumentali”, la Francigena in Toscana accoglie il trend dei cammini

La ricerca di forme di viaggio più sostenibili e capaci di creare un rapporto autentico con i territori trova in Toscana uno dei suoi luoghi privilegiati. Lo conferma anche l’ultimo sondaggio dell’**Associazione Europea delle Vie Francigene**: tra le località preferite per iniziare il cammino Pontremoli è al primo posto (accanto a **Lucca**) con il 20% delle indicazioni, seguita da Siena con l’11%; la città del Palio è anche la seconda destinazione di arrivo dopo Roma, con il 20,6%, davanti ad altre mete toscane come **Monteriggioni** e **San Gimignano**. Un itinerario che attraversa città d’arte, borghi, paesaggi rurali e luoghi iconici come la Val d’Orcia (altro **Patrimonio UNESCO** insieme a Siena e San Gimignano), interpretando una domanda internazionale sempre più interessata a scoprire i territori al ritmo del cammino.

A rendere attrattiva la Via Francigena Toscana non è però soltanto il paesaggio. Negli anni, **Regione Toscana** ed enti territoriali hanno investito sulla qualità dell’itinerario, dalla manutenzione alla segnaletica fino ai servizi e all’ospitalità. Proprio l’accoglienza rappresenta uno degli aspetti più originali dell’esperienza: lungo la Via è possibile pernottare in luoghi “**monumentali**” che da secoli accolgono pellegrini e viandanti. A Chianni, alle porte di Gambassi Terme, si può soggiornare nella pieve romanica e nell’antico complesso di accoglienza ricordato da **Sigerico** nel diario del suo viaggio del 990. Ad Abbadia a Isola, presso Monteriggioni, l’ospitalità trova invece spazio tra le mura dell’antico complesso abbaziale risalente all’XI secolo; ad Altopascio sopravvive la tradizione legata ai Cavalieri del Tau. A Siena, infine, Santa Maria della Scala, uno dei più antichi “spedali” europei e oggi importante complesso museale, conserva ancora la memoria della sua secolare funzione di accoglienza dei pellegrini e offre ospitalità ai viaggiatori. Luoghi in cui il pernottamento diventa parte stessa del viaggio: quasi un museo abitato, capace di mettere il camminatore in contatto con la storia secolare dell’itinerario.

Qualità e fruibilità significano oggi anche rendere questa esperienza accessibile a pubblici sempre più ampi. Va in questa direzione il recente lancio di Via **Libera 2.0 – Accessibilità sui Cammini Toscani**, progetto della cooperativa Itinera di Livorno sostenuto nell’ambito del programma “Toscana Regione Accessibile a Tutti”. L’intervento punta a superare non soltanto le barriere fisiche, ma anche quelle informative, digitali e culturali attraverso la mappatura di percorsi e servizi, la coprogettazione con associazioni, operatori ed esperti di accessibilità e la produzione di strumenti inclusivi, dalle guide in Comunicazione Aumentativa Alternativa ai video in LIS, dai virtual tour ai podcast. Sulla **Via Francigena** il progetto interessa la tappa Massa–Camaiore e coinvolge persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive, famiglie, anziani e viaggiatori con esigenze specifiche. Un modello pensato per essere replicabile e che coinvolge anche il **Cammino di San Jacopo e la Via di Francesco**.

È proprio questa logica di sistema che negli ultimi anni la Toscana ha progressivamente esteso dalla Via Francigena agli altri grandi itinerari regionali. L’**Atlante dei Cammini Toscani** riunisce oggi dieci cammini, costruendo una vera **infrastruttura di mobilità lenta** che collega **città d’arte**, **piccoli borghi**, **aree rurali** e **parchi naturali**. Una rete nella quale il percorso diventa una porta di accesso ai territori, alle comunità e ai loro servizi, offrendo al viaggiatore nuovi modi di attraversare e conoscere la Toscana e contribuendo, allo stesso tempo, a distribuire i flussi verso luoghi meno frequentati e nuovi periodi dell’anno.

Descrizione della Regione

Il Trentino, nel nord Italia, è una meta da vivere tutto l'anno. Incorniciato dalle Dolomiti, Patrimonio UNESCO, offre valli, boschi e oltre 300 laghi, tra cui quelli di Molveno, Levico e Caldonazzo e la sponda nord del Lago di Garda, amata da chi pratica windsurf e vela.

La **primavera** regala frutteti in fiore e cascate ricche d'acqua, ideali per escursioni a piedi e in bici. In estate ci sono percorsi per trekking, mountain bike, vie ferrate e sport acquatici.

L'**autunno** tinge d'oro i boschi: è la stagione delle degustazioni di vino, delle feste del raccolto e dei sentieri tranquilli.

In **inverno** comprensori come Dolomiti Superski e Skirama aprono le piste per sci, snowboard e ciaspolate.

Oltre alla natura, il Trentino offre castelli storici, terme, mercatini di Natale e musei moderni come il MUSE, museo delle scienze di Trento, e il MART, museo d'arte moderna e contemporanea di Rovereto, unendo cultura enogastronomica alpina e mediterranea in una Dolce Vita tutta speciale.



©Trentino Marketing - Luciano Gaudenzio Campiglio

13

Trentino

Profilo Turistico

Il Trentino attira viaggiatori dai profili diversi, alla ricerca di esperienze tra laghi e montagne in ogni stagione.
Dalla primavera all'autunno, gli appassionati di outdoor e le famiglie attive scelgono il Trentino per le ampie reti di percorsi dedicati a ciclismo, trekking e vie ferrate e per gli sport acquatici sui suoi laghi suggestivi. Gli amanti del benessere, i buongustai e gli appassionati di cultura trovano castelli storici, musei moderni, terme e una ricca tradizione gastronomica locale.
In inverno arrivano sciatori, snowboarder e appassionati di sport invernali, attratti da piste di livello mondiale, comprensori ben attrezzati e un'autentica atmosfera alpina. I turisti possono inoltre godersi la quiete del Lago di Garda d'inverno, mentre i viaggiatori attenti all'ambiente apprezzano i parchi naturali protetti, i laghi incantati e l'impegno del territorio per un'ospitalità sostenibile.

Contatti: **internationalmarkets@trentinomarketing.org - www.visittrentino.info**



ValdiNon - Tassullo - CastelValer
Graziano Panfili



Valsugana - Ciclistisulla pista ciclabile
RonnyKiaulehn

13

Trentino

Il Trentino rafforza la mobilità intelligente per la tutela di laghi e montagne

Servizi di autobus ad alta frequenza, prenotazione online dei parcheggi, nuove funivie e mobilità ciclabile: la Provincia e i territori consolidano un modello coordinato per un'esperienza di viaggio senza auto e ad impatto ridotto.

Il Trentino rinnova e rafforza la propria strategia di mobilità intelligente e sostenibile per la gestione dei flussi turistici nei principali siti naturali della regione. In vista delle prossime stagioni estive, il territorio introduce un piano integrato che unisce nuovi collegamenti di trasporto pubblico, servizi navetta ecologici, sistemi di parcheggio smart monitorati in tempo reale e collegamenti con impianti di risalita, con l'obiettivo di ridurre significativamente l'uso del mezzo privato nelle aree alpine e lacustri più fragili.

L'iniziativa riflette un cambio di paradigma nell'approccio al turismo montano: investire proattivamente in infrastrutture in grado di salvaguardare l'ambiente e, al tempo stesso, migliorare l'esperienza di visita. Tra le aree centrali del piano figurano celebri destinazioni quali il **Lago di Molveno**, il **Lago dei Caprioli**, il **Lago di Tovel** e l'intero comprensorio dell'**Altopiano della Paganella** collegato al capoluogo.

Paganella Express e il piano integrato per l'Altopiano
Tra le novità principali spicca la conferma del «**Paganella Express**», il servizio di autobus ad alta frequenza che collega direttamente la stazione ferroviaria di Trento con l'Altopiano della Paganella e Molveno, garantendo corse ogni 30 minuti dalle 6:18 alle 23:17 nel periodo estivo (da fine giugno a inizio settembre). Il collegamento è ideato per integrarsi con la rete ferroviaria nazionale e regionale, permettendo ai viaggiatori di raggiungere le montagne in totale autonomia dall'auto.

Lago di Molveno: tecnologia e prenotazioni in tempo reale
A Molveno, più volte incoronato come il lago più bello d'Italia, entra a pieno regime un sistema intelligente di gestione dei parcheggi basato su telecamere e monitoraggio in tempo reale. I pannelli informativi posizionati agli ingressi del paese e nel centro abitato mostrano costantemente la disponibilità dei posti auto.
Inoltre, per l'area Ischia – il punto di sosta principale in prossimità del bacino – è attiva la prenotazione anticipata online tramite la piattaforma «**ParkMolveno**». L'obiettivo è azzerare il cosiddetto "traffico parassita" di veicoli alla ricerca di parcheggio, diminuire la congestione stradale e ridurre le emissioni.

Val di Sole: accesso regolato al Lago dei Caprioli
Innovazioni sul fronte della sostenibilità anche in Val di Sole per la tutela del Lago dei Caprioli. L'accesso veicolare è regolamentato tramite un contingentamento dei posti auto disponibili, con obbligo di prenotazione online per i visitatori giornalieri. Per chi non dispone di prenotazione o sceglie di viaggiare senza mezzo proprio, è operativo un servizio di navetta ecologica con corse ogni 30 minuti da e per il centro di Pellizzano.

13

Trentino

“MIO TRENTINO”, LA NUOVA APP CON INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER UN’ESPERIENZA DI VIAGGIO SU MISURA
Esplorare il Trentino in ogni stagione diventa più semplice, fluido e personalizzato grazie a “**Mio Trentino**”, il nuovo travel planner digitale ufficiale ideato per accompagnare i visitatori tra escursioni estive, foliage autunnali, giornate sulla neve ed esperienze di primavera sui laghi.

Grazie all’integrazione di tecnologie avanzate di Intelligenza Artificiale, l’applicazione funziona come una vera e propria guida interattiva e intelligente: impara le preferenze dell’utente, ne comprende il contesto e fornisce suggerimenti in tempo reale. I viaggiatori possono interagire con l’app ponendo domande dirette, scegliere tra itinerari su misura e pianificare ogni tappa del viaggio in totale mobilità.

Le caratteristiche chiave della piattaforma

- **Suggerimenti smart guidati dall’IA**: L’app analizza gli interessi personali, la posizione geografica attuale, le condizioni meteo e l’orario della giornata per offrire raccomandazioni iper-personalizzate su attività outdoor, eventi e ristorazione locale.
- **Trentino Guest Card integrata**: Consente l’accesso digitale immediato alla gratuità sui trasporti pubblici in tutta la provincia, oltre a ingressi gratuiti o scontati per i principali castelli, musei e parchi naturali durante tutto l’anno.
- **Mobilità e prenotazioni senza interruzioni**: Permette di pianificare i percorsi di viaggio, consultare gli orari dei mezzi in tempo reale e prenotare biglietti per attrazioni, visite guidate ed esperienze locali direttamente dall’applicazione.
- **Guida interattiva multistagionale**: Fornisce informazioni sempre aggiornate su eventi stagionali, mappe dei sentieri, orari di apertura e aggiornamenti live per le attività sportive e culturali.

Unificando in un’unica interfaccia intuitiva la pianificazione assistita dall’IA, l’accesso alla rete di trasporto pubblico e la biglietteria locale, **Mio Trentino** si propone come uno strumento essenziale per valorizzare il patrimonio del territorio e offrire un turismo sempre più consapevole, accessibile e su misura.
Per maggiori Informazioni: visittrentino.info

Per informazioni: **visittrentino.info**
Italy Press Office - Trentino Marketing
Tel: +39 0461 219 362 - katia.vinco@trentinomarketing.org

umbria
Cuore verde d'Italia

Descrizione della Regione

L'Umbria è una terra dove cultura, arte, natura e spiritualità convivono in un paesaggio unico. Cuore verde d'Italia, custodisce città d'arte e borghi storici, capolavori di grandi maestri e testimonianze di una storia millenaria.

Da Perugia ad Assisi, da Orvieto a Spoleto, ogni luogo racconta un patrimonio fatto di bellezza, creatività e tradizioni. Musei, teatri, festival e rassegne animano il territorio durante tutto l'anno, offrendo occasioni di incontro, spettacolo e partecipazione. La natura invita a camminare tra colline, boschi, parchi, laghi e corsi d'acqua, lungo itinerari che uniscono benessere, paesaggio e scoperta.

L'Umbria è anche terra di spiritualità: i luoghi di San Francesco, i suoi cammini, tra spiritualità, natura e bellezza richiamano pellegrini e viaggiatori alla ricerca di silenzio, armonia e profondità. Un territorio autentico, capace di trasformare ogni esperienza in un incontro con la bellezza.



Perugia
@PPMetelli

14

Umbria

umbria
Cuore verde d'Italia

Profilo Turistico

L'Umbria si rivolge a un viaggiatore curioso, consapevole e alla ricerca di esperienze autentiche, lontane dai circuiti del turismo di massa. È una destinazione ideale per coppie, famiglie, gruppi, senior e viaggiatori individuali interessati a cultura, arte, enogastronomia, natura, benessere e spiritualità.

Il territorio offre esperienze adatte sia a chi desidera un soggiorno rilassante e rigenerante, sia a chi ama esplorare, camminare, pedalare e vivere attività all'aria aperta. Particolarmente attrattiva per il turismo culturale e dei borghi, l'Umbria conquista anche gli appassionati di eventi, festival, musica e spettacolo, oltre ai pellegrini e ai viaggiatori interessati ai cammini spirituali.

La ricchezza enogastronomica e la qualità dell'accoglienza completano l'offerta, rendendo la regione adatta a tutti , itinerari tematici e vacanze esperienziali durante tutto l'anno.

Contatti: **umbriatourism.it**
turismo@sviluppumbria.it



Cascate delle Marmore



Festival di Spoleto
@PPMetelli

Umbria e turismo, i dati e l'intelligenza artificiale al servizio del territorio. Meloni: "Una bussola per governare i flussi e costruire un turismo più equilibrato e competitivo"

L'obiettivo è semplice: mettere la tecnologia al servizio delle decisioni pubbliche. Questo significa tenere insieme dati che oggi provengono da fonti diverse per comprendere chi arriva in Umbria, quando arriva, dove si concentra, cosa cerca e quali esperienze sceglie. Una conoscenza più profonda della domanda consente di programmare meglio le politiche turistiche e indirizzare le risorse della promozione anche verso quei territori che hanno maggiori margini di crescita.

È con questa impostazione che la Regione Umbria ha realizzato una piattaforma di data intelligence capace di analizzare e mettere in relazione i dati prodotti dal sistema turistico regionale, dai flussi fisici alle interazioni digitali. Uno strumento sviluppato garantendo controllo pubblico, trasparenza e rispetto della privacy, attraverso il quale conoscere meglio il profilo e i comportamenti dei visitatori, misurare gli effetti delle politiche messe in campo e, soprattutto, correggere e aggiornare le strategie sulla base delle evidenze.

"La sfida oggi non è soltanto attrarre più visitatori, ma governare meglio la crescita del turismo e aumentarne il valore per i territori – sottolinea l'assessora regionale al Turismo, Simona Meloni –. Per farlo dobbiamo conoscere sempre meglio la domanda e utilizzare i dati come una bussola per le nostre decisioni. L'intelligenza artificiale e la data intelligence non sostituiscono la politica: ci aiutano a renderla più consapevole e più efficace. Vogliamo capire dove esistono margini di crescita, distribuire maggiormente i flussi nello spazio e durante l'intero arco dell'anno e mettere in relazione la promozione con la capacità dei territori di costruire un'offerta adeguata. È un passaggio fondamentale per un'Umbria che vuole crescere sui mercati nazionali e internazionali senza perdere il proprio equilibrio, valorizzando borghi, aree interne e filiere locali".

I dati digitali analizzati dalla Regione restituiscono informazioni su due dimensioni complementari: la domanda e l'offerta. Da un lato viene letta la domanda. Le interazioni degli utenti con il portale turistico regionale – dalle ricerche ai percorsi di navigazione, dalle offerte consultate al tempo dedicato a ciascun contenuto – permettono di ricostruire gli interessi reali dei potenziali visitatori attraverso i loro comportamenti. Diventa così possibile comprendere non soltanto "chi arriva", ma anche "che cosa cerca" e, soprattutto, "che cosa non trova". Dall'altro lato viene analizzata l'offerta. Il portale regionale raccoglie le proposte di circa 2.300 operatori attivi, tra strutture ricettive, esperienze e servizi. Anche il modo in cui queste proposte vengono consultate rappresenta un patrimonio di informazioni: quali vengono visualizzate, quali approfondite, quali generano interesse o richieste. Elementi che consentono di comprendere se l'offerta incontra effettivamente la domanda del mercato. Se una determinata categoria di esperienze viene cercata molto ma genera poche conversioni, ad esempio, il dato suggerisce di intervenire non necessariamente sulla domanda, ma sulla qualità, sulla struttura o sulla capacità di presentazione dell'offerta.

L'incrocio tra domanda e offerta diventa così uno strumento di indirizzo delle politiche turistiche. La piattaforma non si limita infatti a fotografare i flussi, ma consente di misurare la qualità della relazione tra il territorio e chi lo visita, distinguendo, ad esempio, tra un'offerta che viene cercata ma non trovata e un'offerta che viene trovata ma non scelta.

Il valore aggiunto della data intelligence sta proprio nella capacità di leggere insieme i flussi fisici e i comportamenti digitali. I primi raccontano dove e quando le persone arrivano; i secondi aiutano a comprendere cosa cercavano prima di arrivare e cosa hanno trovato, o non trovato, una volta entrati in contatto con l'offerta regionale. L'incrocio tra questi due livelli consente quindi di passare da una lettura semplicemente descrittiva del turismo a una lettura diagnostica, utile alla programmazione. Anche i flussi, attraverso la loro elaborazione, smettono di rappresentare soltanto quantità numeriche e diventano geografie del turismo. La piattaforma permette di leggere la distribuzione dei visitatori nello spazio oltre che nel tempo, individuando le aree nelle quali la pressione è maggiore e quelle dove, invece, esistono margini di crescita. Informazioni che consentono di orientare le scelte di promozione e di utilizzare le risorse in maniera più mirata. Sapere dove i flussi si concentrano aiuta a comprendere dove intervenire per distribuirli maggiormente e dove, al contrario, occorre prima rafforzare l'offerta affinché un territorio sia pronto ad accogliere nuova domanda.

La piattaforma di data intelligence diventa così una vera "bussola per il territorio": uno strumento per consolidare i risultati raggiunti, individuare tempestivamente eventuali criticità e orientare le decisioni future. I dati non servono quindi soltanto a produrre statistiche su arrivi e presenze, ma diventano parte integrante della costruzione delle politiche turistiche. Le prime indicazioni sono già operative e convergono verso un obiettivo preciso: favorire una distribuzione più equilibrata dei flussi durante tutto l'anno e sull'intero territorio regionale.

Alla lettura dei comportamenti digitali si affianca infatti la misurazione dei flussi e del valore economico generato dal turismo, sia sul mercato nazionale sia su quello internazionale. Da questa capacità di analisi emergono tre direttrici di lavoro. La prima è il monitoraggio continuo: strumenti di data intelligence consentono di conoscere i livelli di affluenza con un aggiornamento sempre più tempestivo e di intervenire prima che eventuali concentrazioni diventino elementi di criticità. La seconda è la destagionalizzazione. I dati relativi ai mercati esteri mostrano l'esistenza di una domanda di qualità anche al di fuori dei tradizionali mesi di punta. La sfida è quindi costruire prodotti, esperienze e proposte di viaggio capaci di intercettarla durante tutto l'anno. La terza riguarda la valorizzazione dei territori. Una gestione più consapevole dei flussi può rafforzare il ruolo dei borghi, delle aree interne e delle filiere locali, facendo della distribuzione della domanda uno strumento di sviluppo e costruendo nel lungo periodo un equilibrio tra attrattività, sostenibilità e qualità dell'esperienza.

È questa la direzione nella quale la Regione intende utilizzare dati e innovazione: non per sostituire le scelte, ma per renderle più consapevoli. Perché conoscere meglio il turismo significa poterlo governare meglio e trasformare la crescita dei flussi in valore diffuso per l'intera Umbria.

Ufficio Stampa & Comunicazione:
Ass.re Simona Meloni
Dott. Andrea Luccioli
Mobile: +39 3494968001
Email: aluccioli@regione.umbria.it

05

Altri Enti e Territori

Descrizione

L'Alto Adige in tutta la sua diversità - Un mix che fa la differenza

Benvenuti nel nostro territorio unico fatto di paesaggi pieni di contrasti, tra gli **aspetti più selvaggi del lato alpino** e i **paesaggi vitivinicoli del Mediterraneo**. Caratterizzato dalla bellezza unica delle **Dolomiti, Patrimonio Mondiale dell'UNESCO**, è proprio qui che nascono specialità gastronomiche come le **mele**, il **vino** e lo **speck**. Grazie al clima mite, con oltre 300 giorni di sole all'anno, questi prodotti raggiungono una qualità eccezionale. Per non parlare dell'**esperienza e della passione dei nostri agricoltori**.

Dopotutto, sono proprio le **persone e la loro cultura** a rendere questi luoghi un vivace crogiolo di lingue, tra l'italiano, il tedesco e il ladino. La sua posizione geografica privilegiata, in quanto regione più settentrionale d'Italia, la vede situata tra il Tirolo a nord e il Trentino a sud. Venite di persona a scoprire il connubio tra **la serenità della montagna e i suoi valori semplici e genuini**. L'influenza dei personaggi illustri e di grande carattere dell'Alto Adige continua a dare forma a questa provincia.



Dreifingerspitze

01

Alto Adige

Profilo Turistico

L'Alto Adige offre ai suoi turisti un'esperienza invernale che va ben oltre lo sci. Nel cuore dello spettacolare scenario delle Dolomiti, è in grado di unire piste perfettamente battute, paesaggi montani mozzafiato e l'autentico fascino alpino al calore e allo stile di vita propri dell'Italia.

I visitatori possono trascorrere le giornate sciando in uno dei comprensori sciistici più grandi d'Europa, esplorando i suggestivi sentieri escursionistici invernali o assaporando indimenticabili esperienze culinarie in ristoranti pluripremiati e accoglienti rifugi di montagna.

Gli eleganti hotel con centro benessere offrono un'ospitalità eccezionale e un mix unico di tradizione alpina e atmosfera mediterranea, dando vita a una vacanza invernale davvero unica. Che si tratti di un viaggio di coppia, con la famiglia o con gli amici, gli ospiti potranno scoprire una destinazione in cui l'avventura all'aria aperta, il relax e una gastronomia di livello mondiale si fondono in perfetta armonia.

L'Alto Adige è la meta ideale per i viaggiatori alla ricerca di una vacanza invernale elegante, autentica e indimenticabile nel cuore delle Alpi, in cui ogni giorno potrà regalare nuove esperienze e ogni momento verrà arricchito da paesaggi mozzafiato, cucina eccellente e una genuina ospitalità altoatesina.

Contatti: **sales.tourism@idm-suedtirol.com**
Sito web: **www.suedtirol.info**





Marion Lafogler - Meran

01

Alto Adige

Alto Adige - Alpine Pace - Italian Mood

Scoprite il futuro del turismo con IDM Alto Adige, dove innovazione e tradizione si incontrano. Pioniera nello sviluppo del turismo sostenibile, IDM Alto Adige lavora per rafforzare la posizione dell'Alto Adige come una delle principali destinazioni europee. La sua strategia unisce campagne promozionali mirate, attività di pubbliche relazioni e progetti di co-marketing per accrescere la visibilità del territorio su mercati europei selezionati, mentre analisi dei dati, ricerche di mercato e strategie digitali innovative permettono all'Alto Adige di restare sempre all'avanguardia delle tendenze turistiche.

Un tempo solo un "puntino sulla cartina", oggi l'Alto Adige offre ai visitatori esperienze straordinarie e uno stile di vita unico e inconfondibile. Grazie al marchio Alto Adige, il territorio è diventato un paradiso per chi cerca autenticità e avventura.

Unitevi a noi e ai nostri partner: Gitschberg Jochtal, Val d'Ega, Plan de Corones, Alpe di Siusi, Alta Badia, Tre Cime Dolomiti, Vipiteno-Racines e SkyAlps. Insieme stiamo costruendo un'esperienza turistica destinata a durare nel tempo, che offre agli ospiti il perfetto equilibrio tra bellezze naturali, ricchezza culturale e comfort moderni. Il turismo di domani, già oggi, con IDM Alto Adige.

COMUNE DI GENOVA

Descrizione della Città

Genova è una città verticale tra mare e montagna: il Porto Antico ridisegnato da Renzo Piano si apre su uno dei centri storici medievali più grandi d'Europa, un labirinto di caruggi, botteghe storiche e piazze nascoste.

Nel 2026 la città celebra i vent'anni dell'iscrizione UNESCO dei Palazzi dei Rolli e delle Strade Nuove, le dimore aristocratiche che ospitarono sovrani e viaggiatori del Grand Tour, oggi in parte musei premiati con tre stelle dalla Guida Verde Michelin.

Inserita dal New York Times tra i 52 Places to Go 2026, Genova è l'unica città italiana finalista come European Capital of Tourism 2027. Alle spalle del centro, i forti e le mura seicentesche offrono trekking e mountain bike con vista sul golfo; a tavola, pesto al mortaio, focaccia e farinata raccontano una cucina di mercanti e marinai. Dall'Acquario al borgo di Boccadasse, una destinazione da vivere in ogni stagione.



Genova ripresa dall'alto, con in primo piano la Torre Grimaldina del Palazzo Ducale

02

Comune di Genova

COMUNE DI GENOVA

Profilo Turistico

Genova si rivolge a un viaggiatore curioso, che cerca autenticità e cultura lontano dai grandi flussi. Nel 2025 la città ha registrato 3,5 milioni di presenze (+15%), per metà internazionali. Con il Regno Unito il legame è antico: Byron e Mary Shelley vi soggiornarono, Dickens vi visse e ne scrisse in Pictures from Italy.
I target principali: city breaker culturali, anche fuori stagione; coppie e viaggiatrici indipendenti; appassionati di arte, architettura e musica (Ottobre Paganini); food lover attratti da botteghe storiche, mercati e cucina ligure; amanti dell'outdoor che uniscono città e natura tra forti, mura e sentieri sul mare; crocieristi e diportisti; segmento MICE e incentive, con hotel di fascia alta e dimore storiche come location. Genova è inoltre la base ideale per scoprire la Riviera, da Camogli e Portofino alle Cinque Terre, unendo in un solo viaggio città d'arte e mare.

Per informazioni: Comune di Genova – Direzione Turismo
E-mail: promozioneturismogenova@comune.genova.it - Sito: www.visitgenoa.it



Vista panoramica di Genova



Galleria Dorata - Palazzo Tobia Pallavicino

02

Comune di Genova

COMUNE DI GENOVA

Genova, unica finalista italiana per la Capitale Europea del Turismo 2027: una città più verde dove l'outdoor comincia in fondo alla strada

Vent'anni di Patrimonio Mondiale UNESCO, la cinta muraria urbana più lunga d'Europa, sentieri, forti e crinali a pochi minuti dal centro e il primo piano urbanistico italiano a prevedere la depavimentazione.

Genova arriva al WTM di Londra come unica città italiana tra le otto finaliste di **European Capitals of Tourism 2027**, l'iniziativa della Commissione Europea che premia le destinazioni per un turismo sostenibile, accessibile e innovativo. La vincitrice sarà proclamata a Bruxelles tra il 18 e il 19 novembre.

È il quarto anno consecutivo che Genova entra nella shortlist. Quest'anno la città è in gara con Aalborg, Braga, Konya, Lubiana, Leopoli, Salisburgo e Sofia, selezionate dalla Direzione Generale Mobilità e Trasporti (DG MOVE) della Commissione.

Quattro pilastri per una candidatura europea
La candidatura di Genova si fonda su quattro pilastri: accessibilità e inclusione, patrimonio culturale e creatività, tecnologia per il turismo sostenibile e sostenibilità urbana.

- **Accessibilità**: il Piano per l'Eliminazione delle Barriere Architettoniche (PEBA), l'elevatore a mare di Capo Marina Beach, il progetto FUNT Genova4all e l'Accessible City Pass.
- **Cultura e innovazione digitale**: il Genova City Pass, con ingressi scontati in oltre 150 musei, biblioteche e archivi; l'app VisitGenoa; le audioguide in realtà aumentata sulla piattaforma di podcast Loquis; la carta turistica digitale VOX.
- **Ambiente**: i Centri del Riuso SurplUSE, le politiche di economia circolare e una riduzione annua del 6,5% dell'inquinamento nelle aree turistiche.

«*Vedere Genova confermata tra le realtà europee più innovative ci dice che siamo sulla strada giusta*», dichiara **Tiziana Beghin, assessora al Turismo del Comune di Genova**. «*Restare in questa shortlist è un obiettivo strategico. Dimostra che la nostra visione è solida, che il lavoro dell'ultimo anno è stato coerente e, soprattutto, che i principi della nostra candidatura sono diventati buone pratiche promosse ufficialmente dalla Commissione Europea a beneficio di altre città. È il riconoscimento dell'impatto concreto, sul territorio, delle nostre politiche per un turismo sostenibile e accessibile*».

Genova Outdoor: dai caruggi ai crinali
A Genova l'outdoor comincia dove finisce la città, spesso a una scalinata o a una corsa in funicolare di distanza. Dai caruggi, i vicoli medievali del centro storico, sentieri, fortezze e crinali sono a pochi minuti, e la natura diventa parte integrante dell'esperienza urbana. La funicolare Zecca–Righi sale dal centro fino alla porta del **Parco delle Mura**, dove la **cinta muraria urbana più lunga d'Europa** e la **Strada dei Forti** sono state riaperte al pubblico grazie al restauro delle fortificazioni genovesi. Da qui una rete di sentieri attraversa tutte le alture da levante a ponente e si collega all'**Alta Via dei Monti Liguri,** il grande sentiero di crinale che percorre la Liguria da un capo all'altro, con itinerari per ogni livello: passeggiate panoramiche, escursioni impegnative e trail running, sempre con il mare all'orizzonte.

Ogni collina ha inoltre la propria rete di percorsi per la **mountain bike**, curata in gran parte da associazioni sportive e di volontariato, con punti di partenza attrezzati come il **bike hub di Forte Begato**. Poco più in là, il **Beigua UNESCO Global Geopark** sale dal mare ai crinali appenninici, mentre le acque di Genova fanno parte del **Santuario Pelagos** per i mammiferi marini del Mediterraneo.
Grazie al clima mite mediterraneo, Genova Outdoor è una proposta per tutto l'anno. Autunno e inverno, con giornate limpide e meno affollamento, sono tra le stagioni migliori per camminare e pedalare sulle alture sopra la città: un modo sostenibile di scoprire Genova oltre i mesi estivi.

Una Genova più verde: la prima città italiana a inserire la depavimentazione nel piano urbanistico
Genova è la prima città italiana a introdurre ufficialmente la **depavimentazione** nel nuovo Piano Urbanistico Comunale (PUC): rimuovere cemento, asfalto e superfici impermeabili per restituire suolo alla natura, permettere all'acqua piovana di tornare a infiltrarsi nel terreno e mitigare le isole di calore urbane. Suolo e verde urbano sono ora riconosciuti formalmente come infrastrutture ecosistemiche. Il piano coinvolge anche i privati. Gli operatori che scelgono di destinare gli oneri di urbanizzazione a interventi di depavimentazione beneficiano di agevolazioni fiscali, a fronte dell'impegno a curare le nuove aree verdi per almeno dieci anni. Tra i progetti simbolo, la depavimentazione di **Villa Bombrini** a Cornigliano sostituirà il cemento con un nuovo parco urbano di oltre 13 ettari. La depavimentazione si inserisce in una strategia più ampia che comprende già i centri del riuso, le politiche di economia circolare e una costante riduzione dell'inquinamento nelle aree più frequentate dai turisti: una città che ridisegna i propri spazi pubblici per residenti e visitatori.

Una città dalla doppia anima
Il 2026 segna i vent'anni dall'iscrizione delle **Strade Nuove e del sistema dei Palazzi dei Rolli** nella Lista del Patrimonio Mondiale UNESCO: il primo grande progetto urbanistico della Genova rinascimentale, dove le famiglie nobili ospitavano nei propri palazzi papi, re e ambasciatori. Accanto alla città d'arte, i parchi e i giardini storici di **Nervi** e **Pegli** si affacciano sul mare. A unire cultura e natura è la **cucina italiana, iscritta nella Lista del Patrimonio Culturale Immateriale UNESCO**, tenuta viva ogni giorno dalle **Botteghe Storiche e dai Locali di Tradizione genovesi**. Con 20 nuovi ingressi nel 2026, l'albo comunale conta oggi 120 attività (75 botteghe e 45 locali): Genova è la città italiana con il maggior numero di esercizi storici riconosciuti ufficialmente.

Gli appuntamenti: da novembre all'inverno
- **Fino all'8 novembre – Ottobre Paganini.** Il festival biennale dedicato a Niccolò Paganini, con concerti, masterclass e numerosi eventi gratuiti in tutta la città, tra cui i concerti dei vincitori del Premio Paganini e gli itinerari della European Paganini Route, Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa.
- **Autunno 2026 - Vent'anni di Patrimonio Mondiale UNESCO.** Con il tema «Condividere è proteggere», una mostra fotografica a Palazzo Bianco e Palazzo Rosso racconta la storia dei musei cittadini attraverso immagini d'archivio, insieme alle visite guidate a Palazzo Nicolosio Lomellino.
- **Fino al 25 novembre -ReC 26 al Teatro della Tosse**, festival multidisciplinare di danza, circo, teatro, musica dal vivo, arti visive e nuovi media.
- **18–19 novembre - European Capitals of Tourism 2027**, finale a Bruxelles.
- **Fino al 31 dicembre - World Press Photo Exhibition 2026** alla Loggia degli Abati, Palazzo Ducale.
- **Fino al 31 dicembre - Le pietre parlano** ai Depositi di Sant'Agostino, un'occasione rara per accedere alle collezioni nascoste dei musei civici.
- **8 dicembre – 6 gennaio - Natale a Genova**. Installazioni luminose in tutti i nove municipi, da Voltri a Nervi, e il ritorno del Passaporto dei Presepi, un percorso diffuso tra chiese, oratori e musei che celebra la tradizione del presepe genovese, vanto dell'artigianato ligure dal Settecento.
- **19 dicembre -Confeugo** in piazza De Ferrari. In una cerimonia che risale al Trecento, le massime autorità cittadine rendono omaggio a un tronco d'alloro come augurio di buona sorte per Genova; seguono rievocazioni storiche e spettacoli nel Salone del Maggior Consiglio di Palazzo Ducale.
- **6 gennaio - Epifania. La Befana dei Vigili del Fuoco** si cala in corda doppia da Palazzo Ducale in piazza Matteotti, distribuendo dolci ai bambini.

www.visitgenoa.it
Contatto stampa: **Clara Svanera Contenuti e Media Relations – Direzione Turismo, Comune di Genova csvanera@comune.genova.it - calabriastraordinaria@regione.calabria.it**

LAGO DI COMO
ITALIA
A WORLD WITHIN A WORLD

Descrizione del Lago

Un luogo unico, ricco di arte e cultura inserito in uno straordinario contesto naturale: ecco il Lago di Como. Un "piccolo mondo" che affascina e sorprende, sinonimo di eleganza e glamour e allo stesso tempo giovane e dinamico. Qui secoli di storia, uniti al lavoro armonioso dell'uomo, sono divenuti paesaggio e hanno modellato località famose e angoli nascosti disegnando ville storiche e giardini, piccoli borghi ed eleganti cittadine, con un mix di colori e atmosfere diverse in ogni stagione, da scoprire, vivere e assaporare tutto l'anno.

Lago di Como: "Un Mondo Unico al Mondo"



Villa del Balbianello - Tremezzina

03

Lago di Como

Profilo Turistico

Con oltre 2,4 milioni di visitatori all'anno, il Lago di Como rimane una delle destinazioni più amate ed apprezzate dai turisti provenienti da ogni parte del mondo. I suoi paesaggi, la sua cultura, le numerose esperienze autentiche unite ad un'ospitalità di eccellenza, sono alcuni degli elementi che lo hanno reso famoso. Ma il Lago di Como continua ad evolversi, con la nascita di nuove prestigiose strutture ricettive, con l'apertura invernale di attrattori e servizi turistici e un impegno crescente per destagionalizzare l'offerta, valorizzando tutto l'anno un territorio straordinario.

Il mercato britannico rappresenta per tradizione uno dei flussi turistici principali, con oltre 420.000 pernottamenti nel 2025, corrisponde a circa il 7% degli ospiti internazionali. L'interesse da parte dei viaggiatori UK continua a crescere, sempre più alla ricerca di un'offerta che permette di vivere un turismo lento, a stretto contatto con le realtà locali, dove il tempo da dedicare a sé stessi è il vero protagonista.

Contatti: **www.lakecomo.is**



Varenna



San zeno
@Maurizio Moro

03

Lago di Como

Lago di Como - Viaggio verso il Futuro

Grazie ad una maggiore diffusa sensibilità e ad una visione lungimirante dei suoi attori principali, l'iconica destinazione turistica "Lago di Como" guarda al futuro con un nuovo impegno, quello di offrire al visitatore un'offerta completa anche nei periodi di minore affluenza, con l'apertura invernale delle sue Ville storiche e la creazione di nuovi percorsi esperienziali improntati sul turismo culturale ed enogastronomico, sui cammini, sul turismo wellness e sul concetto di lentezza come esperienza rigenerante.

Le azioni messe in campo sono molteplici e si stanno sempre più consolidando, grazie al coordinamento della Camera di Commercio di Como-Lecco e all'apporto degli stakeholder locali, pubblici e privati che operano in sinergia su più aree di intervento con strategie flessibili, condividendo idee e best practice, con l'obiettivo sfidante di mantenere alta l'attrattività del Lago di Como ma al contempo gestire con consapevolezza i grandi flussi e promuovere un turismo di qualità.
Lo scopo è quello di raccontare un Lago di Como meno gettonato, ma più vero e genuino: i piccoli borghi della montagna e dell'Alto Lago, la Valle Intelvi, la Valsassina e il ramo lecchese, i cammini e i percorsi naturalistici, le vie in altura, le gemme architettoniche nei centri della Brianza e il grande patrimonio immateriale del "saper fare" che ha reso gli artigiani locali famosi nel mondo.

Negli ultimi anni, l'aumento massiccio delle presenze sul Lago di Como, particolarmente concentrate nei periodi di alta stagione e in poche località, ha reso urgente un cambio di paradigma e la necessità di acquisire una maggior consapevolezza, con l'obiettivo di promuovere, sia sui mercati storici come Regno Unito e Stati Uniti, ma anche sulle nuove frontiere del turismo globale, dal Medio Oriente all'Asia, un modello di sviluppo turistico equo e sostenibile per le realtà locali, in particolare per i piccoli centri.

visit brescia

Descrizione della Provincia

Tra Milano e Verona, nel cuore del Nord Italia, la provincia di Brescia offre una straordinaria varietà di paesaggi, cultura ed esperienze in un territorio sorprendentemente compatto.

La città di Brescia è una città d'arte e di storia, con il Foro Romano, il Capitolium e il Museo di Santa Giulia, tutti parte di un sito riconosciuto Patrimonio Mondiale dell'UNESCO.

La Valle Camonica, con oltre 200.000 incisioni rupestri preistoriche, è diventata nel 1979 il primo sito italiano riconosciuto Patrimonio Mondiale dell'UNESCO.

Tre laghi, ognuno con il proprio carattere e la propria unicità, invitano a scoprirne la bellezza: il Lago di Garda, con i suoi paesaggi mozzafiato; il Lago d'Iseo, con Monte Isola, l'isola più grande dei laghi italiani e libera dalle auto; e il tranquillo Lago d'Idro.

Tre valli alpine offrono sci, escursioni e ciclismo durante tutto l'anno, mentre sei borghi fanno parte del prestigioso elenco dei "Borghi più belli d'Italia".

E c'è ancora molto altro da scoprire: dieci campi da golf, i vigneti della Franciacorta, le località termali e un ricco calendario di eventi durante tutto l'anno.

Nel 2027 Brescia celebrerà il centenario della Mille Miglia, conosciuta come "la corsa più bella del mondo", che partirà e arriverà qui dal 24 al 29 maggio.



Brescia

04

La provincia di Brescia

visit brescia

Profilo Turistico

Brescia è la destinazione ideale per i viaggiatori che desiderano vivere diverse tipologie di vacanza italiana in un unico viaggio.
Gli amanti della cultura vengono qui per scoprire la Brixia romana, i tre siti UNESCO e la Festa dell'Opera.
Gli appassionati di natura e attività all'aria aperta possono esplorare i laghi, le montagne e gli itinerari escursionistici di lunga percorrenza.
Gli amanti dell'enogastronomia possono seguire le Strade del Vino, guidate dalla Franciacorta, dove si produce il pregiato vino DOCG prodotto con il metodo classico.
Gli appassionati di golf possono scegliere tra dieci campi, dal Lago di Garda alla Franciacorta e fino alle montagne.
L'ampia offerta ricettiva comprende hotel di alto livello sul lago, resort termali e tenute vinicole per chi cerca un soggiorno di lusso, oltre ad agriturismi, B&B e hotel per famiglie.
Raggiungere Brescia è facile. La città si trova in una posizione centrale nel Nord Italia, con collegamenti ferroviari ad alta velocità e autostrade che la collegano rapidamente a Milano, Verona e Venezia.
Dal Regno Unito e dall'Irlanda è possibile volare direttamente verso gli aeroporti di Milano Bergamo, Verona, Milano Linate o Milano Malpensa.

Contatti: info@visitbrescia.it - www.visitbrescia.it



Lago di Garda



Lago di Iseo

04

La provincia di Brescia

visit brescia

Dieci motivi per scoprire Brescia nel 2027

Una corsa automobilistica che compie 100 anni, un'isola senza auto e km in cammino lontani dalla folla.
Brescia si trova tra Milano e Verona, a circa 45 minuti dall'aeroporto di Milano Bergamo, servito da voli diretti da numerose città del Regno Unito e dell'Irlanda. In un'unica provincia si concentrano una città storica facilmente visitabile a piedi, tre siti Patrimonio Mondiale UNESCO, la regione vinicola della Franciacorta, tre laghi e le Alpi.

1. Accendete i motori: la 1000 Miglia compie 100 anni, là dove tutto ebbe inizio
24–29 maggio 2027 · Centenario della 1000 Miglia
Enzo Ferrari la definì «la corsa più bella del mondo». Nel 2027 la 1000 Miglia celebra il centenario dalla sua prima partenza da Brescia, con sei giorni di gara su strada invece dei consueti cinque. Più di 400 vetture costruite tra il 1927 e il 1957 partiranno da Viale Venezia alle 18:00 di lunedì 24 maggio, dirette a Roma e ritorno, passando per Parma, Firenze, Cervia e Verona. Sabato 29 maggio attraverseranno il Lago di Garda, la Valle Sabbia, il Lago d'Iseo e la Franciacorta, prima dell'arrivo in città. Tutto l'anno, il Museo Auto Storiche 1927-1957 racconta la storia della corsa all'interno di un ex monastero.

2. Riportata alla luce nel 1826: la statua in bronzo che diede vita ai musei della città
4 novembre 2026 – 22 agosto 2027 · Museo di Santa Giulia
Nel 1826, durante gli scavi del Capitolium, venne scoperta la Vittoria Alata, una statua in bronzo del I secolo d.C., considerata una delle più importanti opere superstiti dell'arte romana. La scoperta segnò la nascita dei musei civici di Brescia. In occasione del bicentenario, la mostra **Tesori** presenta 100 opere raramente, o mai, esposte al pubblico, da Dürer e Rembrandt fino a Romanino. Da qui si può percorrere Via dei Musei, passando accanto al foro, al tempio e al teatro della Brixia romana, la più grande area archeologica romana dell'Italia settentrionale. Insieme al monastero di Santa Giulia, questo complesso fa parte del sito UNESCO «**I Longobardi in Italia**». La provincia ospita altri due siti Patrimonio Mondiale: le incisioni rupestri della Valle Camonica, primo sito italiano inserito nella lista UNESCO nel 1979, e gli antichi insediamenti palafitticoli preistorici attorno alle Alpi, tra cui quelli nell'area del Lago di Garda.

3. 545 km d'Italia, lontano dalla folla
Ideale dalla primavera all'autunno · Cammini lontano dalla folla
Cammini di lunga percorrenza partono dalla provincia di Brescia o la attraversano, seguendo sentieri di media montagna, anziché raggiungere le alte quote, attraversando borghi e vallate che registrano un numero di visitatori molto più contenuto. Fra di essi la Via Valeriana, il Cammino di Carlo Magno e la Via delle Sorelle.

- **Antica Via Valeriana** (circa 190 km, 12 tappe): antichi itinerari preistorici e romani da Brescia attraverso la Franciacorta, sopra il Lago d'Iseo e fino alla Valle Camonica, passando accanto alle sue incisioni rupestri UNESCO.
- **Cammino di Carlo Magno** (circa 225 km, 12 tappe): il leggendario percorso di Carlo Magno da Bergamo, attraverso il Passo del Tonale, fino al Trentino.
- **Via delle Sorelle** (130 km, 6 tappe): inaugurata nel 2023, collega Bergamo e Brescia attraversando parchi, vigneti e due siti UNESCO.

04

La provincia di Brescia

visit brescia

Lungo i cammini, gli escursionisti possono richiedere gratuitamente una credenziale e raccogliere i timbri lungo il percorso.

4. Musica a 2600 metri: concerti con strumenti scolpiti nel ghiaccio
Gennaio–aprile 2027 · Paradice Music
Accanto al ghiacciaio Presena, il **Paradice Dome** è un teatro da 200 posti costruito interamente con neve e ghiaccio. I musicisti suonano chitarre, violini e violoncelli scolpiti nel ghiaccio da artigiani locali, generalmente il giovedì e il sabato pomeriggio. Con l'arrivo della primavera, l'intero teatro si scioglie.

5. Dall'alba a mezzanotte: un'intera città canta l'opera
Giugno 2027 · Festa dell'Opera
Per un giorno, il Teatro Grande porta l'opera fuori dal teatro. Piazze, cortili, chiese, palazzi e persino stazioni della metropolitana ospitano decine di spettacoli gratuiti, dall'alba fino a mezzanotte.

6. Tre laghi, un'isola quasi senza auto e concerti sotto le stelle
Tener-a-mente Festival: giugno–luglio 2027
Sul Lago d'Iseo, Monte Isola è la più grande isola lacustre abitata d'Europa e quasi completamente priva di automobili. Il Lago d'Idro è ideale per chi ama le attività all'aria aperta, con escursioni, mountain bike, windsurf e parapendio. La sponda bresciana del Lago di Garda si estende da Sirmione a Limone, con castelli, ville in stile Liberty, la tradizione della carta artigianale di Toscolano Maderno e le storiche limonaie dell'Alto Garda. Nelle sere d'estate, l'anfiteatro sul lago del Vittoriale degli Italiani, la storica residenza del poeta Gabriele d'Annunzio, ospita il festival **Tener-a-mente**.

7. Le migliori bollicine italiane, con le cantine aperte al pubblico
Settembre 2027 · Franciacorta in Cantina
La Franciacorta, a breve distanza da Brescia, produce uno dei più celebri vini italiani ottenuti con metodo classico. Per un fine settimana ogni settembre, le cantine della regione aprono le loro porte per masterclass, degustazioni, passeggiate tra i vigneti e picnic immersi tra le vigne.

8. Sci sul ghiacciaio d'inverno, parchi nazionali d'estate
Stagione sciistica: dicembre–aprile
Pontedilegno-Tonale offre 100 km di piste che raggiungono il ghiacciaio Presena, a 3.000 metri di quota. In estate, i sentieri conducono verso il Parco Nazionale dello Stelvio e il Parco dell'Adamello. Più vicino alla città, il comprensorio sciistico del Maniva offre 40 km di piste adatte alle famiglie e a chi è alle prime esperienze sugli sci.

9. Terme sotto il Lago di Garda e dieci campi da golf fra laghi e vigneti
A Sirmione, l'acqua termale risale da sotto il lago e alimenta centri termali situati a pochi passi dalla villa romana conosciuta come **Grotte di Catullo**. In Valle Camonica, **Boario Terme** è un altro luogo ideale per rilassarsi.
Gli appassionati di golf possono scegliere tra dieci campi, tra cui **Arzaga**, **Bogliaco** e **Garda Golf** sul Garda, il **Franciacorta Golf Club**, immerso tra i vigneti, e un campo estivo a **Ponte di Legno**.

04

La provincia di Brescia

visit brescia

10. Maschere, fucine e limonaie: sei tra i borghi più belli d'Italia
Carnevale di Bagolino: febbraio 2027
Sei borghi della provincia fanno parte dell'associazione **I Borghi più belli d'Italia**:

- **Bagolino**: uno dei carnevali più antichi delle Alpi, con danzatori in maschera e musicisti il lunedì e il martedì precedenti la Quaresima. Da assaggiare il Bagòss, formaggio di montagna aromatizzato con lo zafferano.
- **Bienno**: borgo medievale dove i fabbri lavorano ancora nelle antiche fucine.
- **Gardone Riviera**: la «città giardino» del Garda, sede del Vittoriale e del Giardino Botanico André Heller.
- **Limone sul Garda:** le storiche limonaie sulla sponda occidentale del lago.
- **Monte Isola:** montagna, lago e isola in un unico luogo.
- **Tremosine sul Garda:** la Terrazza del Brivido, punto panoramico situato a oltre 350 metri sopra il livello dell'acqua.

CAMMINI
BRESCIA SI AFFERMA COME NUOVA DESTINAZIONE ITALIANA PER I CAMMINI
Mentre la popolarità delle vacanze a piedi continua a crescere nel Regno Unito e in Europa, la provincia del Nord Italia offre centinata di km di sentieri segnalati, senza praticamente incontrare folle.

Il turismo escursionistico è una delle tendenze in più rapida crescita degli ultimi anni, con i viaggiatori britannici sempre più alla ricerca di itinerari di lunga percorrenza che combinino paesaggio, cultura e un ritmo di viaggio più lento. Ma mentre i percorsi più conosciuti diventano sempre più affollati, molti guardano sempre più lontano alla ricerca di alternative che offrano le stesse emozioni, senza code e sovraffollamento.

Ecco Brescia, in Lombardia, nel Nord Italia. Con un territorio che si estende per 150 km dalle Alpi alla Pianura Padana, e tre laghi — Garda, Iseo e Idro — oltre alla regione vinicola della Franciacorta e a un centro storico riconosciuto dall'UNESCO, Brescia ha sviluppato quasi in silenzio una delle reti di itinerari escursionistici più interessanti d'Italia, rimanendo tuttavia ancora in gran parte sconosciuta ai viaggiatori britannici.

Antica Via Valeriana: 190 km / 12 tappe
Seguendo sentieri percorsi già in epoca preistorica e successivamente utilizzati dai Romani, l'Antica Via Valeriana parte dalla città di Brescia e attraversa i vigneti della Franciacorta, costeggia i versanti sopra il Lago d'Iseo e conduce fino alla Valle Camonica. Il percorso attraversa i siti di arte rupestre della Valle Camonica, riconosciuti dall'UNESCO, che custodiscono oltre 200.000 incisioni preistoriche e che nel 1979 sono diventati il primo sito italiano a ottenere il riconoscimento UNESCO. Lungo il cammino si incontrano anche santuari romanici, borghi medievali e panoramiche creste montuose con viste spettacolari sul lago.

Cammino di Carlo Magno: 225 km / 12 tappe
Un itinerario ricco di storia e leggenda, il Cammino di Carlo Magno segue il percorso che, secondo la tradizione, sarebbe stato attraversato da Carlo Magno durante la conquista e la conversione dei signori longobardi locali, lasciando lungo il suo cammino numerose chiese. Attraversando i paesaggi del Lago d'Iseo e della Valle Camonica, il percorso è stato recentemente ampliato con tre tappe da Bergamo e quattro verso il Trentino, attraverso la Val di Sole e la Val Rendena. Questo permette agli escursionisti di ripercorrere la leggendaria spedizione dell'imperatore attraverso un paesaggio estremamente vario, dalle rive dei laghi ai passi alpini.

04

La provincia di Brescia

Via delle Sorelle: 130 km / 6 tappe
È il più recente dei tre itinerari ed è stato inaugurato nel 2023, quando Bergamo e Brescia sono state nominate congiuntamente Capitali Italiane della Cultura. La Via delle Sorelle collega le due città ed è stata progettata per svilupparsi il più possibile lontano dalle strade asfaltate. Il percorso attraversa parchi naturali, aree vitivinicole DOCG e DOC, antiche vie di comunicazione e siti riconosciuti Patrimonio Mondiale dell'UNESCO. È percorribile in entrambe le direzioni e può essere adattato a diversi livelli di preparazione fisica e disponibilità di tempo. Gli escursionisti possono facilmente abbinare un itinerario ad alcuni giorni in città, a una visita a una cantina della Franciacorta oppure a un soggiorno sulle rive dei laghi. Nel 2027 sarà inoltre possibile programmare il viaggio in occasione del centenario della 1000 Miglia, che parte e arriva a Brescia dal 24 al 29 maggio.

Come arrivare in provincia di Brescia:
Voli diretti per Milano Bergamo da **London Stansted**, **Birmingham, Bristol, East Midlands, Edimburgo, Liverpool, Manchester, Newcastle e Dublino**, oltre a collegamenti stagionali da **Belfast, Cork e Knock**.
L'aeroporto di Verona e gli aeroporti milaesi di Linate e Malpensa offre ulteriori collegamenti con il Regno Unito. I treni ad alta velocità collegano Milano a Brescia in circa **35 minuti**.
Per maggiori informazioni: **visitbrescia.it/en**

Informazioni su Visit Brescia
Visit Brescia è l'ente ufficiale per la promozione turistica della città e della provincia di Brescia, in Lombardia, nel Nord Italia.
La provincia si estende dalla Pianura Padana fino alle Alpi. Comprende la sponda occidentale del Lago di Garda, il Lago d'Iseo e il Lago d'Idro, la regione vinicola della Franciacorta e la Valle Camonica, e vanta tre siti Patrimonio Mondiale UNESCO.

Social media: Instagram, Facebook, YouTube: @visitbrescia

YES MILANO

Descrizione della Città

Milano è una grande città d'arte italiana, ricca di storia, patrimonio e tradizione, e allo stesso tempo una città moderna e vivace, fatta di innovazione e cambiamento culturale.

Dal Duomo ai grattacieli di CityLife, da Leonardo da Vinci alle fondazioni d'arte contemporanea, fino ai suoi quartieri più animati, dalla Borsa alle università, Milano unisce bellezza, affari, moda, design e stile di vita, ricerca e innovazione, con il passo deciso di una città che guarda al futuro. Milano tiene un piede nel passato, uno nel presente e lo sguardo rivolto al futuro



05

Milano

YES MILANO

Profilo Turistico

Target visitatori: Cultural Explorer (mainly USA, Canada, UK, UE, Giappone). Sono esploratori urbani interessati a scoprire le parti meno turistiche e a creare connessioni genuine con la città. Amano immergersi nella cultura locale attraverso le sue radici.

Per informazioni: **www.yesmilano.it**



Castello Sforzesco in bici
©AnnaDellaBadia_YesMilano



Gallerie Leonardo Da Vinci
Lorenza Daverio Museo Nazionale Scienza Tecnologia

05

Milano

YES MILANO

Milano, riscoprire la città e il suo patrimonio in modo sostenibile con nuovi itinerari

Londra, Ottobre 2026 - From Volume to Value: Milano sceglie il valore prima del volume. Un turismo più consapevole, per un viaggiatore che si ferma più a lungo e si lascia sorprendere. È la città ideale per i Cultural Explorer, viaggiatori curiosi che cercano esperienze autentiche e significati profondi. Nascono così i progetti Milano e Leonardo e Let-Mi: letteratura e esperienza turistica.

Il progetto Milano e Leonardo, con la sua campagna internazionale Leonardo is everywhere, racconta il legame tra Milano e il genio rinascimentale, che qui visse per circa vent'anni, nel periodo più fecondo della sua vita. A differenza di altre città, Milano non custodisce Leonardo in un solo museo: le sue tracce sono ovunque. Il percorso parte dal Cenacolo in Santa Maria delle Grazie, patrimonio UNESCO, e prosegue con la Sala delle Asse e il Codice Trivulziano al Castello Sforzesco, il Codice Atlantico e il Ritratto di Musico alla Biblioteca Ambrosiana, le macchine del Museo della Scienza e della Tecnologia, fino ai Navigli, che portano ancora il segno del suo ingegno, alla Conca dell'Incoronata in Brera e infine il Monumento equestre presso l'Ippodromo di San Siro. Un itinerario diffuso che invita a scoprire la città quartiere dopo quartiere.

Il progetto LetMi: letteratura e esperienza turistica è un progetto ideato per far conoscere i luoghi della città ispirandosi alla letteratura. Nuovi itinerari e una piattaforma interattiva permettono di addentrarsi in percorsi turistici meno battuti, sulle tracce di un'eredità culturale alla portata di chiunque abbia uno smartphone. E se la letteratura gioca un ruolo centrale, non mancano ispirazioni legate al cinema, al teatro, alla musica, alla moda e al design.

Per informazioni: **https://www.yesmilano.it/leonardo - https://www.yesmilano.it/en/literary-itineraries**
Contatti stampa: **Milano & Partners - Ufficio Comunicazione / press@yesmilano.it**
Contatti presso WTM: **Luciano Bersano - luciano.bersano@comune.milano.it**

Repubblica di SanMarino
www.visitsanmarino.com

Descrizione dello stato

Con oltre millesettecento anni di indipendenza, la Repubblica di San Marino rappresenta una realtà unica nel panorama europeo e internazionale. Arroccata sul Monte Titano, a 755 metri sul livello del mare, la più antica Repubblica del mondo domina il paesaggio come un balcone naturale nel cuore dell'Italia.

È riconosciuta come la più antica Repubblica del mondo ancora esistente. Secondo la tradizione, San Marino venne fondata nel 301 d.C. da Marino, uno scalpellino di origine dalmata, che diede vita a una comunità cristiana autonoma sul Monte Titano.

La Repubblica ha mantenuto nel tempo le proprie istituzioni, tra cui la figura dei Capitani Reggenti, due Capi di Stato eletti ogni sei mesi dal Consiglio Grande e Generale (Parlamento). Le cerimonie di investitura, che si svolgono il 1° aprile e il 1° ottobre, rappresentano ancora oggi un momento di forte valore simbolico e identitario. Il Centro Storico di San Marino, Borgo Maggiore e il Monte Titano sono stati iscritti nel Patrimonio Mondiale dell'Umanità UNESCO nel 2008.



The Three Towers
@visitsanmarino

06

Repubblica di San Marino

Repubblica di SanMarino
www.visitsanmarino.com

Profilo Turistico

San Marino si rivolge a un pubblico interessato a cultura, storia e identità, composto prevalentemente da coppie, adulti e senior, ma anche da famiglie e gruppi organizzati. La destinazione è apprezzata per la qualità dell'offerta culturale, i panorami di grande suggestione e un contesto caratterizzato da sicurezza, ordine e accoglienza.

La Repubblica di San Marino si configura inoltre come meta ideale per il turismo outdoor, grazie a una rete di percorsi per trekking e bicicletta, nonché per il turismo culturale, con particolare attenzione alla filatelia e alla numismatica, settore di riconosciuta eccellenza.

L'offerta è completata da musei, manifestazioni culturali, rievocazioni storiche, eventi musicali e sportivi, oltre a una proposta enogastronomica legata alle tradizioni locali. Cresce l'interesse verso soggiorni più prolungati, favoriti dallo sviluppo di itinerari religiosi, percorsi tematici e iniziative orientate alla sostenibilità.



The Walk of the Titano @visitsanmarino



Basilica of Saint Marinus @visitsanmarino

06

Repubblica di San Marino

San Marino, crocevia di cammini e itinerari

Scoprire **San Marino** a piedi significa vivere il territorio da una prospettiva nuova: seguire i sentieri del Monte Titano, attraversare paesaggi collinari, incontrare luoghi ricchi di storia e lasciarsi accompagnare da panorami che arrivano fino al mare. Un'esperienza autentica, in cui ogni passo diventa occasione di scoperta. Tra le proposte spiccano **il Cammino del Titano**, percorso ad anello che permette di esplorare l'intero territorio della Repubblica, e **il Cammino del Santo Marino**, dedicato alla figura del Santo Fondatore e al percorso storico e spirituale legato alle origini della Repubblica.

È in questo contesto che si inserisce **il Sentiero dei 5 Santi**, un itinerario di circa 166 chilometri, articolato in otto tappe, che da Rimini conduce fino al Santuario della Verna, nel cuore dell'Appennino. Dedicato a *Sant'Amato Ronconi, San Marino, San Leo, Sant'Alberico e San Francesco*, il percorso attraversa anche il territorio della Repubblica, creando un ideale filo conduttore tra storia, spiritualità e paesaggio, trovando a San Marino una delle sue tappe più significative.

Il Sentiero si collega a una rete di grandi vie nazionali ed europee, tra cui **la Via Francigena**, la Via Romea Germanica, l'Alta Via dei Parchi e il Sentiero Italia. Pur non trovandosi sul tracciato storico della Francigena, **San Marino** può così diventare una preziosa deviazione per chi percorre le vie dirette verso Roma, aggiungendo al viaggio la scoperta di una Repubblica unica, patrimonio storico e culturale di straordinario valore.

Questi collegamenti rafforzano la vocazione del territorio sammarinese come **destinazione del turismo lento**, capace di unire il valore del patrimonio storico e religioso all'esperienza autentica del cammino.

Ufficio Stampa: **ufficiostampa.turismo@pa.sm**
Follow us on: **@VisitSanMarino**

ROMA

Descrizione della Regione

Roma, la Città Eterna che non smette di sorprendere

Roma si presenta al WTM di Londra con un'immagine contemporanea e internazionale, una destinazione che custodisce un patrimonio unico al mondo, ma che continua a creare nuove occasioni per essere vissuta, scoperta e scelta ancora.

È la visione promossa dall'Assessorato ai Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda di Roma Capitale, trasformare la capacità di ospitare grandi appuntamenti in un elemento strutturale di promozione internazionale e di attrazione turistica.

Musica, opera, sport, cultura e spettacolo diventano così nuovi motivi per viaggiare verso Roma e per tornarci. Grandi protagonisti della musica globale, la stagione del Teatro dell'Opera e appuntamenti iconici come la Maratona di Roma trasformano i luoghi simbolo della Capitale in scenari di esperienze uniche.

Il risultato è una Roma che affianca alla sua immagine iconica la dimensione dello spettacolo, dello sport e della cultura contemporanea, spingendo a scoprire anche i suoi luoghi meno conosciuti.



Acquedotto Felice

07

Roma

ROMA

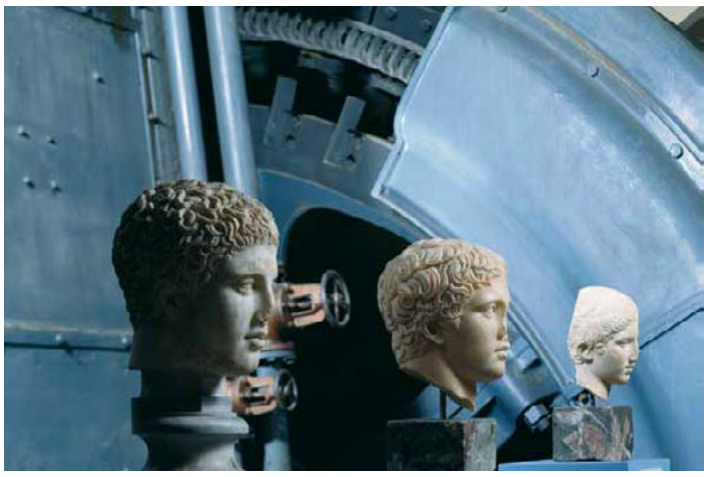
Profilo Turistico

Una destinazione infinita

Roma si rivolge a un viaggiatore leisure, culturale e contemporaneo, attento alle esperienze autentiche e alle proposte ad alto valore aggiunto. La città intercetta sia chi la visita per la prima volta, sia un target di repeaters e segmenti orientati al turismo esperienziale, ai grandi eventi e al lifestyle.
Chi ha già visitato la Capitale trova oggi motivi sempre nuovi per rimettersi in viaggio: assistere a un concerto internazionale, vivere un grande evento sportivo o esplorare quartieri e itinerari fuori dai percorsi più tradizionali. Roma si consolida così come una destinazione infinita, una città in cui tornare per vivere ogni volta un'esperienza diversa.
A facilitare la fruizione della città c'è Roma Pass, la card turistica ufficiale (disponibile online in formato digitale), che unisce in un unico strumento l'accesso a musei e siti culturali, la mobilità urbana e opportunità per vivere eventi e spettacoli.

Sito web ufficiale: **turismoroma.it**
Email: **promozione@comune.roma.it**
IG: **@romaturismoweb**
FB: **@turismoroma**





Teste di Diomede di Eracle e di giovane atleta davanti ad alternatore

07

Roma

ROMA

La nuova era di Roma Capitale: la strategia dei grandi eventi volano per l'economia e il turismo

Dai record della Maratona e del tennis all'arrivo di SailGP a Ostia, l'Assessorato guidato da Alessandro Onorato punta su una strategia integrata: indotto economico, destagionalizzazione e itinerari diffusi con il progetto "Unexpected Itineraries of Rome".

Roma si afferma sullo scenario globale come una vera e propria capitale dell'intrattenimento, dello sport e della cultura contemporanea grazie all'ambiziosa strategia messa in campo dall'Assessorato ai Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda di Roma Capitale, guidato da Alessandro Onorato. Superando la stagione delle occasioni mancate, l'Amministrazione ha scelto di trasformare la capacità della città di ospitare grandi appuntamenti internazionali in una leva strutturale di promozione turistica e in un potente motore di sviluppo economico.

Come ha più volte sottolineato l'Assessore Alessandro Onorato: "I grandi eventi non sono soltanto spettacoli o competizioni sportive, ma una scelta strategica ben precisa per generare un indotto economico reale, creare posti di lavoro per i nostri giovani e garantire una costante destagionalizzazione dei flussi turistici lungo tutto l'arco dell'anno. Abbiamo dimostrato che Roma ha la forza e la capacità organizzativa per competere con le più grandi metropoli del mondo, trasformandosi in una destinazione infinita, capace di offrire motivi sempre nuovi per essere scelta e vissuta: non è un caso che abbiamo segnato record su record ogni anno di arrivi e presenze e che la permanenza media sia passata da 2,3 giorni a 4,1".

Musica, opera, sport e grande spettacolo continuano a generare numeri record per il tessuto economico cittadino: dalla Run Rome The Marathon, che attira migliaia di runner da oltre cento Paesi generando decine di milioni di euro di ricadute dirette sul territorio, agli Internazionali d'Italia di Tennis, diventati un modello globale di successo per presenze e incassi. A questo quadro si affianca la straordinaria stagione della musica dal vivo, che posiziona Roma ai vertici europei per biglietti venduti nei grandi concerti, oltre a prestigiose novità internazionali come l'arrivo dell'Italy Sail Grand Prix (SailGP) sul litorale di Ostia, destinato a valorizzare la dimensione marittima della città nei circuiti internazionali. "Ogni grande evento porta un valore concreto alla comunità grazie a progetti concreti di legacy, come la realizzazione di nuovi playground sportivi" ribadisce Onorato. "Diamo continuità a una programmazione di altissimo livello che rafforza la reputazione di Roma nel mondo e ne rinnova l'immagine in chiave moderna e dinamica".

Parallelamente ai grandi appuntamenti, la governance capitolina punta con decisione sulla sostenibilità e sulla decongestione dei percorsi tradizionali grazie al rilancio del progetto "Unexpected Itineraries of Rome", nato per valorizzare il patrimonio diffuso e i quartieri meno noti della città. L'iniziativa è stata potenziata anche con 42 podcast geolocalizzati disponibili sull'App dedicata. Questo itinerario sonoro guida i visitatori alla scoperta di un modello di turismo lento e consapevole, integrandosi perfettamente con i servizi offerti dalla card turistica ufficiale Roma Pass che si può acquistare online. uno strumento pensato per facilitare il soggiorno in città godendo appieno delle sue bellezze e attrazioni in modo semplice e intuitivo.

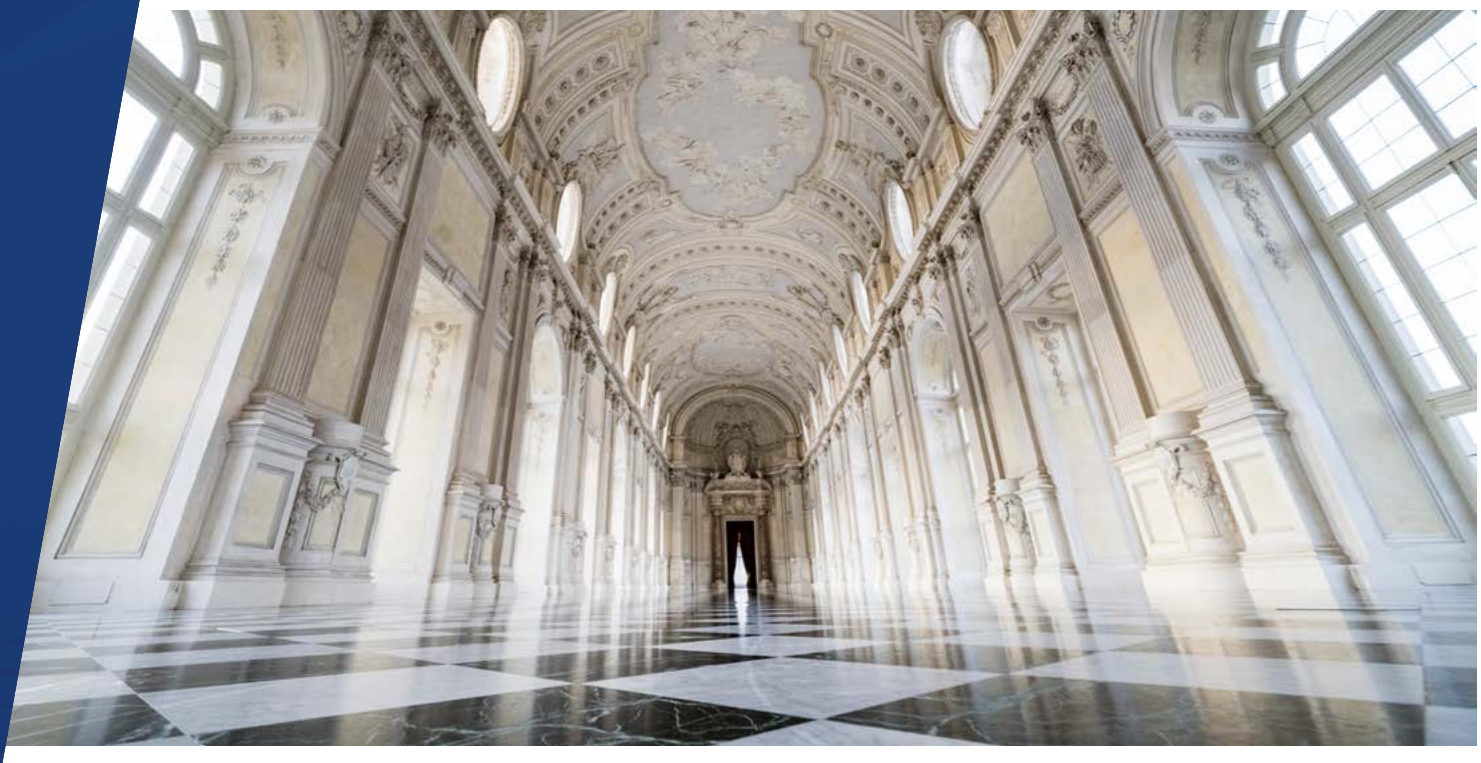
turismo Torino e provincia since 1997

Descrizione della città

Torino e il suo territorio: storia, cultura, gusto e natura

Torino, prima capitale d'Italia, è una città in cui storia, cultura, innovazione e gusto convivono in un equilibrio unico. È la città del **Museo Egizio**, il più antico al mondo, del **Museo Nazionale del Cinema** nella Mole Antonelliana e del **Museo Nazionale dell'Automobile**; custodisce la **Santa Sindone,** l'autoritratto di **Leonardo da Vinci** e le **Residenze Reali riconosciute dall'UNESCO.** Capitale dell'arte contemporanea, sorprende con architetture d'autore, 18 km di portici, **caffè storici**, pasticcerie, **cioccolato**, **vermouth** e grissini, fino alla vivacità dei suoi mercati e dei quartieri della nightlife.

Ma Torino è anche la porta di un territorio da esplorare. Ivrea, Città Industriale del XX Secolo, è patrimonio UNESCO; **le montagne olimpiche** offrono sport in ogni stagione, mentre castelli, fortezze e la Via Francigena conduce alla Sacra di San Michele e ad altri luoghi di straordinario valore. Fino al **Parco Nazionale Gran Paradiso**, la più antica area protetta d'Italia, dove boschi, laghi e paesaggi alpini invitano a vivere una natura autentica. Una destinazione che unisce cultura e contemporaneità, città e montagne, tradizione e innovazione.



Galleria Grande, Reggia di Venaria Reale, Torino
Andrea Guermani

08

Torino

turismo Torino e provincia since 1997

Profilo Turistico

Torino e il piemonte: eventi, patrimonio e innovazione per un turismo di qualità

Torino e il Piemonte stanno consolidando un modello turistico che coniuga attrattività internazionale, valorizzazione del patrimonio e innovazione, puntando sulla qualità dell'esperienza. Un calendario di grandi eventi culturali e sportivi – da **CioccolaTò al Salone Internazionale del Libro, da EXPOSED Torino Photo Festival** a **EuroPride Torino 2027**, fino ad **Artissima**, al **Torino Film Festival e alle Nitto ATP Finals** – crea nuove occasioni di viaggio durante tutto l'anno, contrastando la stagionalità e rafforzando l'attrattività della destinazione.

I dati dell'Osservatorio di Turismo Torino e Provincia confermano questa capacità: nel 2025, i visitatori hanno valutato positivamente l'esperienza torinese. Il 66% ha soggiornato almeno tre notti e il 64% ha visitato quattro o più musei o mostre. Il 30% ha inoltre effettuato escursioni fuori città, confermando Torino come porta d'accesso al territorio. Il 91% dichiara di voler tornare e il 99% consiglierebbe la destinazione.

Dalle Residenze Reali Sabaude, Patrimonio Unesco a Ivrea, Città Industriale del XX Secolo, dalle montagne olimpiche alle vallate alpine, Torino e Piemonte offrono cultura, innovazione e natura. Una visione smart e sostenibile, riconosciuta con il titolo di **European Capital of Smart Tourism 2025**, che punta a una crescita turistica capace di generare valore per visitatori, territorio e comunità locali.

Contatti: **promozione@turismotorino.org**
s.lanza@turismotorino.org



Lugo Po e Castello del Valentino
Andrea Guermani



Veduta su Torino e le sue montagne
Andrea Guermani

turismo Torino eprovincia since 1997

2027: CIOCCOLATÒ E I GRANDI EVENTI
Torino e il Piemonte: uno straordinario palcoscenico per ospitare eventi di ogni tipo.

WTM LONDON, 3-5 Novembre

Il 2027 sarà caratterizzato da un ricco calendario di eventi sportivi, enogastronomici, musicali e culturali, capaci di animare e valorizzare il territorio.

GENNAIO
Il mese di gennaio inizia con l'apertura ufficiale dello **Storico Carnevale di Ivrea** con cerimonie e musica, le Fagiolate e Alzata degli Abbà, la parata dei Carri da Getto per culminare dal 4 al 9 febbraio on l'apertura tradizionale.
Sino al 6 gennaio i Musei Reali ospitano la mostra "**Margherita, prima Regina d'Italia. Storia, cultura e stile tra Palazzo e Biblioteca Reale**" mentre Palazzo Madama "L'arte di vivere la natura nel Settecento" mentre il Museo Nazionale della Montagna ospita l'epopea delle grandi esplorazioni italiane e internazionali tra l'Himalaya e il Karakorum tra il XIX e il XX secolo con la mostra "**Atlante Orientale**" sino al 10 gennaio.

FEBBRAIO
Febbraio apre con "**Il cioccolato mi meraviglia**". Così recita la nuova identità grafica di CioccolaTò, la grande kermesse dedicata al cioccolato che andrà in scena dal 10-14 febbraio. Le date scelte per l'evento, confermano la volontà di legare **CioccolaTò** al periodo di San Valentino, momento particolarmente significativo per il mercato e occasione ideale per valorizzare Torino quale capitale italiana del cioccolato. La firma della locandina, in continuità con le edizioni 2025 e 2026, è quella di Gianluca Cannizzo, artista torinese che evolve l'identità visiva del brand attraverso un nuovo studio cromatico e un inedito dinamismo nei movimenti del personaggio, mantenendo saldo il legame con la tradizione e l'immagine ormai iconica dell'evento

In quelle giornate tutte le esedre di Piazza Vittorio Veneto torneranno ad ospitare l'area espositiva di CioccolaTò, cuore produttivo e commerciale della manifestazione, mentre un calendario di appuntamenti diffusi coinvolgerà nuovamente diversi luoghi della città, affiancando alla dimensione del mercato incontri, approfondimenti ed eventi dedicati alla cultura del cioccolato e al tema della Meraviglia in tutte le sue declinazioni.

Dal 17 al 21 febbraio 2026, tornano a Torino le **Freccia Rossa Final Eight** della Coppa Italia di pallacanestro, confermando la città piemontese come epicentro del grande basket italiano. Dal 19 al 22 va in scena il **Salone del Vermut** al Museo del Risorgimento mentre tra fine febbraio e inizi marzo torna il **Salone del Vino**. La grande mostra **The Quantum Effect** indaga l'impatto della teoria quantistica sulla cultura visiva è visibile alle OGR sino al 25 febbraio.

08

Torino

turismo Torino e provincia since 1997

MARZO

Dal 2 al 7 marzo è tempo di **Seeyousound International Music Film Festival** mentre dal 5 al 7 marzo si cammina o si corre con **Just The Woman I Am** a sostegno della ricerca universitaria sul cancro, promuovendo cura, prevenzione e inclusività; dal 25 al 29 marzo si balla con il **Tango Torino Festival Musica** e domenica 28 marzo si corre per 10 o 5 chilometri con la **Deejay Ten**. Il Castello di Pralormo apre le sue porte con **Messer Tulipano** tra la fine di marzo e la fine di aprile.

APRILE

Sino al 4 aprile è visitabile **Marisa Merz - La danza delle ore**, una grande mostra diffusa in tre atti che celebra il centenario della nascita dell'artista al Castello di Rivoli, Fondazione Merz e GAM. La decima edizione di **Biennale Democrazia** si terrà a Torino da mercoledì 7 a domenica 11 aprile 2027 mentre dal 9 all'11 aprile **Auto Moto Turin Show** torna a Lingotto Fiere con un'esperienza dedicata agli appassionati di auto e moto, dove esposizione, spettacolo e intrattenimento si incontrano in un unico grande evento. La quarta edizione di **EXPOSED Torino Photo Festival** si svolgerà invece dal 15 aprile al 6 giugno con un ricco calendario di mostre, installazioni, passeggiate urbane e incontri con fotografi internazionali mentre dal 16 al 18 aprile torna **Torino Bike Experience**.

Be Comics! Be Games!, il più grande festival pop del nord-est italiano, dedicato a fumetti, manga, videogiochi e a tutta la cultura geek, ritorna dal 17 al 18 aprile evento dedicato agli appassionati della cultura nerd mentre dal 23 al 30 aprile è tempo di **Torino Jazz Festival** con artisti di fama internazionale sia talenti emergenti, proponendo sonorità che vanno dal jazz tradizionale alle contaminazioni con rock, elettronica, avanguardia e il nuovo progressive europeo

MAGGIO / GIUGNO / LUGLIO / AGOSTO

Dal 13 al 17 maggio ritorna il **Salone Internazionale del Libro** la più importante fiera del libro e della cultura e dal 18 al 26 giugno Torino ospita l'**Europride**, la più grande manifestazione europea LGBTQIA+ che he torna in Italia dopo sedici anni. Tra la fine di giugno e metà luglio va in scena il **Flowers Festival**. Giugno è anche il mese delle ciliegie con la 112ª **Festa delle Ciliegie di Pecetto** mentre il 6 giugno si cammina con la **Via Francigena Marathon** in Val Susa.

Sino al 10 giugno imperdibile la prima personale in Italia dedicata al celebre artista cinese Song Dong dal titolo **Song Dong. Soul Out** in mostra al MAO; dal 2 al 4 luglio è il **Kappa Future Festival**, format di musica elettronica diurno, estivo e outdoor, recentemente votato 6° festival del mondo nella classifica stilata da dj Mag, tra le più note riviste di settore, ad accendere i riflettori su Torino; in quota, a Sestriere, il 17 e 18 luglio si svolgeranno due grandi eventi road & off road, la 39° Assietta Legend mountainbike - la storia della mtb - o la Gravel Race in abbinata con l'epica Granfondo del Colle delle Finestre.

SETTEMBRE

Il mese apre con **RISÒ** - Festival Internazionale del Riso dall'11 al 14 settembre a Vercelli e con **MITO Settembre Musica il Festival** internazionale di musica classica che unisce le città di Milano e Torino in un fitto calendario di eventi musicali. Dopo il grande successo del 2022, che ha registrato oltre 540.000 visitatori in tre giorni, 40 anteprime e più di 3.000 prove su strada ritorna il Salone Auto Torino.

08

Torino

turismo Torino e provincia since 1997

OTTOBRE / NOVEMBRE / DICEMBRE

Ottobre è il mese di **Torino Spiritualità**, l'evento che in quattro giorni di incontri propone dialoghi, lezioni e letture per crescere insieme attraverso il confronto tra coscienze e l'incrocio di fedi, culture e religioni provenienti da tutto il mondo, del **Festival dell'Economia e dell'Italian Tech Week**. A completare il calendario non mancheranno **Portici di Carta**, la più grande libreria d'Italia all'aperto, e **Buonissima**, la kermesse dedicata all'alta cucina. La **Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba** anima le Langhe per tutta la stagione autunnale, celebrando il prezioso tubero con mercati, degustazioni ed eventi culturali che richiamano visitatori da tutto il mondo.

Come ogni anno, novembre è il mese dell'arte contemporanea con **Artissima**, la prima fiera di arte contemporanea in Italia dal 31 ottobre al 2 novembre e le altre rassegne dedicate: **Paratissima, The Others**, le mostre di **Flashback Habitat**, **C2C Festival**, e le installazioni luminose contemporanee en plein air di **Luci d'Artista**. Dal 15 al 22 novembre gli otto campioni del mondo di tennis si sfideranno nella settima edizione delle **Nitto Atp Finals**; seguirà il **Torino Film Festival**, **Una mole di panettoni** e la **Maratona di Torino**. Il mese di dicembre apre con la 27 esima edizione del **Sottodiciotto Film Festival**, rassegna di film, tra lungometraggi e cortometraggi, riservato alle Scuole, e prosegue con molteplici eventi ed iniziative per i festeggiamenti del **Natale e del Capodanno**.

EVENTI MICE

Grazie all'attività di Turismo Torino e Provincia Convention Bureau, che promuove la città e il suo territorio come destinazione per congressi, convention ed eventi incentive, mettendo gratuitamente a disposizione i propri servizi a favore di associazioni nazionali e internazionali e di tutti gli organizzatori di eventi, sono numerosi gli appuntamenti

MICE in programma a Torino:

- 25-28 febbraio: XIX Congresso Nazionale ARCI (circa 500 partecipanti)
- 17-18 marzo: European Light Rail Congress (circa 200 partecipanti)
- 17-19 marzo: SVEPM - The Society for Veterinary Epidemiology and Preventive Medicine (circa 250 partecipanti)
- 6-8 maggio: Congresso Nazionale AIDOR – Accademia Italiana di Ortodonzia (circa 1000 partecipanti)
- 26-28 maggio: EAA - European Accounting Association EAA (circa 1100 partecipanti)
- 16-19 giugno: TED Sports (circa 1200 partecipanti)
- 28 giugno – 2 luglio: ECOOP Conference (circa 400 partecipanti)
- 11-16 ottobre: Congresso Nazionale SINch -Società Italiana di Neurochirurgia (circa 1000 partecipanti)
- Novembre: XXVI Congresso Nazionale SIEDP 2027 (circa 800 partecipanti)

Ufficio Stampa Silvia Lanza: **s.lanza@turismotorino.org**
Ufficio Promozione Alessandra Tormena: **a.tormena@turismotorino.org**

TURIN ALPS

VIALATTEA Your Mountain Experience / bardo.

Descrizione

Le **Turin Alps** hanno una delle più estese aree sciistiche di tutte le Alpi, conosciute in tutto il mondo per la qualità e la quantità dei servizi offerti.

L'**Alta Val Susa e Chison**e, teatro degli eventi montani delle Olimpiadi Torino 2006, offre vasti e moderni comprensori lo sci alpino e lo snowboard, come **Vialattea e Bardo**, terreno ideale sia per i principianti sia per i più esperti. La Vialattea è composta dalle località di **Sestriere**, **Sauze d'Oulx**, **Oulx**, **Sansicario**, **Cesana**, **Claviere**, **Pragelato** e la stazione francese di **Monginevro.** Il comprensorio offre **400km di percorsi sciabili**, moderni impianti di risalita e un'altitudine che arriva fino a 2800 m. Un sogno per tutti gli amanti della neve. Tra i motivi che spingono gli sciatori a scegliere Vialattea figura certamente l'innevamento programmato, tra i più estesi d'Europa, un vero e proprio fiore all'occhiello che garantisce condizioni di neve ottimali durante tutto l'arco della stagione. Bardonecchia si trova ad un'altitudine di 1312 metri ma le sue piste da sci raggiungono i 2800 metri. Nel comprensorio sciistico di Colomion-Les Arnauds e in quello del Melezet si scia in ampi tracciati nel bosco, con una fitta ragnatela di percorsi che parte dai 1330 metri di Campo Smith e raggiunge i 2400 metri di quota dei pianori del Vallon Cros per chi ama sciare backcountry. Il comprensorio dello Jafferau con la sua punta massima di 2800 metri d'altezza è invece il regno delle piste prevalentemente fuoribosco. Maestri di sci e guide alpine possono accompagnarvi su meravigliosi itinerari fuori pista, tra pinete e plateau, in completa sicurezza. Gli amanti della montagna al naturale potranno anche praticare sci alpinismo ed escursionismo con le racchette da neve, sulle vette più selvagge, per godere di panorami mozzafiato.



Vialattea Sauze d'Oulx
TurinAlps

09

Turin Alps

TURIN ALPS

VIALATTEA Your Mountain Experience / bardo.

Profilo Turistico

Culla italiana dello sci alpino da oltre un secolo, l'Alta Val Susa è un luogo di storia millenaria e una terra da sempre caratterizzata dal passaggio, dall'accoglienza e dallo scambio.
Vicinissime a Torino, Bardonecchia e la Vialattea sono destinazioni perfette per una settimana bianca in famiglia: impianti moderni e piste per tutti i livelli, babypark sulla neve, sentieri incantati nel bosco per passeggiate, ciaspolate e sci di fondo, combinati con ospitalità a misura di famiglia, gustosa cucina e una variegata offerta culturale.
Le tante possibilità di divertimento, dal Après Ski al relax in Spa fanno delle Turin Alps una meta perfetta per giovani, coppie e gruppi di amici.
Lo sport e la vacanza attiva sono la cifra di queste valli e montagne anche d'estate sono il teatro ideale per escursioni in MTB, trekking, climbing, fly fishing.

Turin Alps – Vialattea / Bardo è:

- 500 km di percorsi sciabili serviti da 90 impianti di risalita
- Vicinanza gli aeroporti di Torino (90 minuti) e Malpensa (150 minuti). Autostrada e rete ferroviaria fino a Oulx e Bardonecchia.
- 80% delle piste sono ad una altitudine al di sopra dei 1.900 metri di quota, fattore garantisce ottimo innevamento e temperature basse.
- Grande tradizione sportiva:
  - Campionati del Mondo di Sci Alpino Maschile e Femminile del 1997.
  - Sedi delle discipline di Sci Alpino, Snowboard, Freestyle, Sci Nordico, Biathlon, Bob e Slittino delle Olimpiadi Invernali di Torino 2006.
  - Sede di più di 60 gare di Coppa del Mondo di Sci Alpino maschile e femminile.
  - Varie partenze e arrivi di tappe di "Giro d'Italia" e "Tour de France".

Contatti: **contact@turismotorino.org – www.turismotorino.org**
info@vialattea.it – www.vialattea.it / info@bardonecchiaski.com – www.bardonecchiaski.com



Bardo Family - TurinAlps



Vialattea Sestriere - TurinAlps

09

Turin Alps

TURIN ALPS

VIALATTEA Your Mountain Experience // bardo.

Vialattea // Bardo: una visione di lungo periodo per le montagne olimpiche

Investimenti, strategie, innovazione e turismo quattro stagioni al centro dell'incontro di Palazzo Madama. Al via anche la campagna skipass stagionali 2026/2027

TORINO, 3 luglio – Una montagna che investe, innova e guarda oltre la stagione invernale. È questa la visione al centro dell'incontro **Vialattea // Bardo tra investimenti, legame con il territorio e visione di lungo periodo**, ospitato oggi nella Sala Feste di Palazzo Madama a Torino, un'occasione per condividere con istituzioni, amministratori, operatori e stakeholder il percorso di sviluppo intrapreso da Vialattea e Bardonecchia, entrambe controllate dal **fondo internazionale iCON**. Un progetto che punta a **rafforzare uno dei principali comprensori sciistici europei** attraverso investimenti nelle infrastrutture, innovazione tecnologica, valorizzazione del capitale umano e una strategia orientata **a una montagna capace di generare valore durante tutto l'anno.**

Con circa **2 milioni di primi ingressi ogni anno**, il sistema internazionale Vialattea // Bardo guarda oggi a un modello di sviluppo più ampio, nel quale turismo, economia, occupazione e qualità dell'esperienza diventano elementi di una stessa visione.

*«Con un'offerta che arriva fino a **500 chilometri di piste** e una presenza consolidata sui mercati internazionali, il sistema Vialattea // Bardo rappresenta oggi uno dei più importanti poli turistici dell'arco alpino. La nostra ambizione è consolidare questo posizionamento attraverso **investimenti, innovazione e qualità dell'esperienza**. Crediamo, infatti, che la montagna possa e debba essere considerata un'infrastruttura strategica capace di generare valore economico, occupazione e sviluppo per l'intero territorio», dichiara **Massimo Feira, Presidente di Sestrieres S.p.A.***

L'integrazione tra Vialattea e Bardonecchia rappresenta uno dei principali elementi di questa strategia: **due realtà con una forte identità e caratteristiche complementari che condividono una visione comune** di sviluppo, fondata su investimenti, innovazione e valorizzazione del territorio, con l'obiettivo di creare un unico grande comprensorio e di rafforzare il posizionamento internazionale dell'intero sistema alpino.

*«L'integrazione con Vialattea, gli investimenti sull'innevamento programmato e il rinnovamento tecnologico degli impianti rappresentano **tasselli di una strategia più ampia** che punta a rafforzare la competitività del territorio, migliorare l'esperienza dei nostri ospiti e generare valore per tutta l'economia locale. Bardonecchia entra oggi in una nuova fase della propria storia: più integrata, più innovativa e più forte, senza rinunciare alla propria identità autentica», commenta **Nicola Bosticco, Presidente e Amministratore Delegato di Colomion S.p.A.***

09

Turin Alps

TURIN ALPS

VIALATTEA Your Mountain Experience // bardo.

«Visione di lungo periodo, sinergia tra gli attori più attivi e intraprendenti dei territori, ingenti investimenti per completare il piano di potenziamento dell'innevamento programmato su tutto il comprensorio, interventi per destagionalizzare l'offerta e rendere permanente il boom della montagna estiva 2025, vera e propria sorpresa del turismo piemontese. Sono le caratteristiche per le quali il progetto pluriennale di Vialattea e Bardonecchia va esattamente nella direzione del modello di sviluppo che la Regione Piemonte sostiene con importanti stanziamenti a favore di tutti questi comparti: un modello fondato sull'innovazione, la qualità dell'offerta, l'integrazione fra turismo, commercio, sport, grandi eventi, valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche e la loro promozione nazionale e internazionale – dichiarano il **Presidente della Regione Piemonte Alberto Cirio e gli assessori regionali al Commercio, Agricoltura e Cibo, Turismo, Sport e Post-olimpico, Caccia e Pesca, Parchi Paolo Bongioanni , alla Montagna e Sistema Neve Marco Gallo e al Bilancio Andrea Tronzano** – *Pubblico e privato lavorano in sinergia per rafforzare la competitività di questo importante bacino turistico del Piemonte e la sua capacità di intercettare i nuovi segmenti di domanda e mercati in profonda evoluzione, generando un'autentica crescita di valore e ricadute sulle nostre Terre Alte».*

Gli impatti positivi del piano di sviluppo del comprensorio toccano certamente anche il capoluogo piemontese, come evidenziato dal **Sindaco della Città metropolitana e della Città di Torino**, **Stefano Lo Russo**, il quale dichiara: *"Le montagne olimpiche sono una delle grandi eccellenze dell'area metropolitana, un patrimonio ambientale, economico e sociale che rafforza la capacità del territorio di essere competitivo a livello nazionale e internazionale. In questo contesto, il sistema Vialattea // Bardo e l'integrazione tra Vialattea e Bardonecchia rappresentano un asset strategico, perché valorizzano le specificità dei territori all'interno di una visione comune di sviluppo e ne accrescono l'attrattività. È fondamentale continuare a lavorare su una prospettiva di lungo periodo, puntando su investimenti, innovazione e destagionalizzazione, per costruire una montagna sempre più viva tutto l'anno. Torino e le sue montagne sono un unico ecosistema: fare squadra significa rafforzarne la competitività e il posizionamento internazionale, a beneficio dell'intera area metropolitana e del Piemonte".*

Il legame con il territorio – elemento centrale della "visione" per lo sviluppo di Vialattea e Bardonecchia, espressa dalla dirigenza del comprensorio – trova riscontro concreto nella presenza all'evento di **Mauro Meneguzzi, Presidente Unione Montana Comuni Olimpici Via Lattea; Chiara Rossetti, Sindaco di Bardonecchia; Valeria Ghezzi, Presidente ANEF Nazionale; Gianpiero Orleoni, Presidente ARPIET Piemonte**, i quali esprimono il loro pieno supporto al progetto.

Investimenti per la competitività

Il percorso di crescita è sostenuto da un importante piano di investimenti avviato negli ultimi anni. Dal 2022 **Sestrieres S.p.A.** ha investito sul territorio 50 milioni di euro, confermando una strategia orientata a destinare le risorse generate allo sviluppo del comprensorio, al miglioramento delle infrastrutture e alla competitività della destinazione.
Una parte significativa degli investimenti riguarda **il potenziamento dell'innevamento programmato**, considerato un elemento strategico per garantire continuità operativa, qualità della neve e affidabilità della stagione sciistica. Solo su questo fronte sono stati **investiti circa 20 milioni di euro.** A Sestriere è in fase di completamento l'ultima parte del grande piano di rinnovamento dell'innevamento avviato nel 2023, con un investimento complessivo di 13,5 milioni di euro che interessa i settori Alpette, Sises, Borgata e Banchetta. Parallelamente il piano viene esteso anche agli altri settori della Vialattea, con 12,5 milioni di euro già stanziati per gli interventi nelle aree di Sauze d'Oulx, Cesana-Sansicario e Cesana-Claviere, e già l'estate 2026 segna l'avvio di una prima fase di interventi, per un valore di circa 6,6 milioni di euro, **concentrati sui collegamenti strategici e sulle aree prioritarie del comprensorio**. L'obiettivo è realizzare una Vialattea sempre più omogenea, moderna e sostenibile, capace di garantire condizioni ottimali e una stagione sciistica sempre più affidabile.

09

Turin Alps

TURIN ALPS

VIALATTEA Your Mountain Experience // bardo.

«Investire significa costruire il futuro della montagna. Continuiamo a ***migliorare infrastrutture e servizi*** *per offrire agli sciatori un'esperienza sempre più completa e affidabile. Parallelamente innoviamo anche la nostra offerta commerciale, con una campagna skipass anticipata e nuove opportunità dedicate ai nostri clienti»*, afferma **Luisella Bourlot, Amministratore Delegato di Sestrieres S.p.A.**

Una montagna che vive tutto l'anno
La visione di lungo periodo guarda oltre la stagione sciistica e punta a rafforzare il percorso di **destagionalizzazione** già avviato. Lo scopo è trasformare progressivamente il sistema Vialattea // Bardo in una destinazione capace di generare valore durante gran parte dell'anno, affiancando agli attuali circa **130 giorni di attività invernale almeno 90 giorni di operatività estiva**, per arrivare nel tempo a oltre 220 giorni complessivi di attività.

Una strategia che intende ampliare l'offerta dedicata a **trekking, mountain bike, golf, outdoor, eventi e turismo naturalistico**, creando nuove opportunità economiche e occupazionali per il territorio e rafforzando il ruolo delle montagne olimpiche come destinazione turistica sempre più completa.

Al via la campagna skipass 2026/2027
L'incontro coincide inoltre con il lancio della campagna di **vendita degli skipass stagionali 2026/2027**, che prende il via il 4 luglio, con diverse settimane di anticipo rispetto agli anni precedenti.

Nelle prime due settimane il **prezzo dello skipass stagionale** rimane invariato per il terzo anno consecutivo. Successivamente, con un graduale aumento dei prezzi in tre fasce, vengono proposte le agevolazioni dedicate agli under 16, alle famiglie e a tutti coloro che scelgono di acquistare in anticipo.
Tra le principali novità della prossima stagione figurano inoltre la validità dello skipass stagionale anche per la stagione estiva 2027 e l'apertura serale della pista Kandahar Giovanni Alberto Agnelli di Sestriere in giornate dedicate allo sci in notturna.

Per informazioni: **vialattea.it** e **bardonecchiaski.com**
Contatti: **SEC & Associati**
Alfonsa Sabatino
mail: alfonsasabatino@gmail.com; cell: 3470151911
Manuela Mesco
Mail: mesco@seceassociati.it; cell: 3427336015

MINISTERO DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

ENIT SPA

ITALIA.IT

www.enit.it/

e-mail

www.facebook.com/ENITItalia

www.instagram.com/enit.it/

www.linkedin.com/
company/enit-spa/

x.com/ENIT_italia