MINISTERO DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

ENIT SPA

ITALIA.IT

Comunicato Stampa

WTM a Londra, gli occhi del mondo sulla bellezza dell'Italia

Oltre duemila metri quadrati e ventitré partner territoriali: promosso dal Ministero del Turismo con la regia di ENIT, l'allestimento riunisce le molte sfaccettature del Paese. Un percorso rinnovato, quattro camere sensoriali immersive, grandi interpreti della cucina italiana e oltre dieci presentazioni danno forma a un racconto che diventa esperienza e invito al viaggio

Londra, 4 novembre 2026 – Un abbraccio che prende forma nello spazio, attraversa paesaggi e tradizioni e diventa invito al viaggio. Al **World Travel Market di Londra, al via domani fino al 5 novembre 2026 all'ExCeL London**, va in scena uno Spazio Italia rinnovato, nel quale la ricchezza dei territori incontra nuovi linguaggi di promozione. Promosso dal Ministero del Turismo con la regia di **ENIT S.p.A.**, oltre duemila metri quadrati accolgono istituzioni, destinazioni e operatori nel segno di un unico brand **ITALIA**, offrendo al mercato internazionale un racconto del Paese capace di coinvolgere i sensi, suscitare emozioni e accendere il desiderio di partire.

L'idea dell'abbraccio ispira l'intero allestimento degli stand N2-240, N3-200 e N3-500. Forme arrotondate e installazioni circolari sospese disegnano uno spazio aperto e avvolgente, traducendo nel linguaggio dell'architettura la vocazione italiana all'ospitalità. A scandire il percorso, **portali scenografici** ispirati alle volte affrescate del patrimonio artistico italiano invitano ad alzare lo sguardo, ritrovando anche nella visita in fiera quel senso di stupore che accompagna la scoperta del Paese. Il percorso si arricchisce di **quattro camere sensoriali immersive**, dedicate al mare, alla montagna, alle città d'arte e allo stile di vita italiano. Installazioni tridimensionali, gigantografie e scenografie materiche si intrecciano a paesaggi sonori e suggestioni olfattive. Ogni ambiente si apre come una finestra sui territori: immagini, suoni, materiali e profumi ne restituiscono le atmosfere, offrendo un primo incontro con i luoghi attraverso il coinvolgimento dei sensi.

Alla cucina è affidata un'altra espressione di questa accoglienza. Gli **showcooking d'autore** quotidiani anticipano le celebrazioni della **Settimana della Cucina Italiana nel Mondo**, portando all'ExCeL saperi, gesti e tradizioni di una cultura gastronomica riconosciuta dall'UNESCO con l'iscrizione della cucina italiana nella Lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'umanità. A interpretarla saranno **Enrico Derflingher**, Presidente di Euro-Toques Italia e già chef della Casa Reale britannica; **Gianni Tarabini**, che pone il legame con la terra, la memoria contadina e la sostenibilità al centro della propria cucina; e **Vincenzo Guarino**, la cui ricerca coniuga tradizione e tecniche contemporanee, valorizzando ingredienti locali e stagionali. Tre sensibilità attraverso le quali ritrovare il rapporto profondo tra **cultura gastronomica, paesaggio e identità dei territori**.

Da nord a sud, la geografia dello Spazio Italia si dispiega attraverso quindici territori: Alto Adige, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Sicilia, Toscana, Trentino e Umbria. Al loro fianco, Camera di Commercio di Como-Lecco, Città di Milano, Comune di Genova, Repubblica di San Marino, Roma Capitale, Turin Alps, Turismo Torino e Provincia e Visit Brescia. Destinazioni e istituzioni danno così voce a un'offerta nella quale convivono patrimoni celebri e luoghi da scoprire, espressioni diverse di un Paese che rinnova, a ogni viaggio, le ragioni del suo fascino.
Piazza Italia, sovrastata da due anelli che simboleggiano l'abbraccio, è il cuore pulsante dello spazio, luogo di incontro e confronto che ospita un programma di oltre dieci presentazioni dedicate alle destinazioni e alle nuove proposte del turismo italiano.

Ad aprire il calendario, preceduta dal tradizionale taglio del nastro, è stata la **conferenza stampa "Reinventando la bellezza: una nuova era del viaggio, ispirata dall'Italia"**, con la partecipazione di **Fabio Cassese, Ambasciatore d'Italia nel Regno Unito**, dell'**On. Gianluca Caramanna, Consigliere del Ministro del Turismo per i rapporti istituzionali e del Ministro del Turismo Gianmarco Mazzi in collegamento**. A moderare l'incontro **Ivana Jelinic, Amministratore delegato di ENIT S.p.A.** La conferenza ha offerto l'occasione per riflettere anche sul fil rouge dell'edizione 2026 del WTM: le prospettive del turismo rigenerativo e le cosiddette "**flourishing destinations**", destinazioni che fanno del viaggio un'opportunità per accrescere il benessere delle comunità, custodire gli equilibri ambientali e valorizzare la cultura locale. Una visione che trova in Italia un terreno particolarmente fertile, grazie a un patrimonio che vive nei monumenti e, ogni giorno, nelle persone. Riti, tradizioni, festival, narrazioni orali, antichi mestieri e cultura gastronomica conservano la memoria dei luoghi e ne accompagnano l'evoluzione. Dare valore a questa eredità significa rafforzare l'identità delle destinazioni e rendere l'incontro con chi le abita parte essenziale dell'esperienza di viaggio.

«*Al World Travel Market di Londra l'Italia si é presentata con la forza della sua unità e la ricchezza della sua diversità. Lo Spazio Italia progettato da ENIT, oltre duemila metri quadrati e ventitré partner sotto il brand ITALIA, è più di uno stand: esperienza, invito al viaggio, racconto di un Paese accogliente, autentico e innovativo. Abbiamo partecipato non solo per promuovere destinazioni, ma per affermare un modello*» spiega il **Ministro del Turismo Gianmarco Mazzi**. «*Al turismo rigenerativo e alle flourishing destinations l'Italia risponde con un patrimonio diffuso, vivo nei monumenti, nelle persone, nei riti, negli antichi mestieri e nella cultura gastronomica riconosciuta dall'UNESCO. Un'offerta che conquista il mercato britannico: nel 2025, 7,1 milioni di viaggiatori hanno generato 34,9 milioni di pernottamenti e 5,3 miliardi di euro di spesa, in crescita del 7,6%. Le città d'arte guidano le scelte, con 2,9 milioni di viaggiatori e 2,1 miliardi di spesa. È questa l'Italia che rende i visitatori ambasciatori della nostra bellezza, creando valore per i territori, benessere per le comunità ed emozioni prima della partenza*».

«Il World Travel Market (WTM) rappresenta una delle più importanti manifestazioni internazionali del settore turistico e un'occasione strategica per promuovere l'intero patrimonio di destinazioni italiane, comprese quelle meno conosciute e i piccoli borghi. La nostra offerta si rivolge non soltanto al mercato britannico, ma a tutti i mercati internazionali, in considerazione della portata globale della manifestazione, tra le più importanti al mondo. L'Italia si è presentata al WTM con tutte le Regioni, in un'azione di promozione coordinata e unitaria, capace di valorizzare la ricchezza e la varietà della nostra offerta turistica sotto un unico grande brand: l'Italia», spiega l' **On. Gianluca Caramanna**, **Consigliere del Ministro del Turismo per i rapporti istituzionali,** *«La nostra forza è testimoniata dai risultati raggiunti negli ultimi anni: grazie alla capacità di lavorare insieme e di fare sistema, abbiamo superato ogni record, conseguendo obiettivi strategici condivisi e sostenuti anche dal Governo, come la delocalizzazione dei flussi turistici e l'allungamento della permanenza media. Un percorso che conferma l'importanza di una promozione integrata, orientata a una crescita sempre più equilibrata e sostenibile del turismo italiano»*.

«Il Regno Unito è uno dei mercati più importanti per il turismo italiano, il terzo per spesa, e il legame dei viaggiatori britannici con l'Italia si rinnova ogni anno: tornano, allungano la permanenza, cercano esperienze autentiche anche fuori stagione», dichiara **Fabio Cassese, Ambasciatore d'Italia nel Regno Unito.** *«Uno dei settori più promettenti, su cui puntiamo molto, è quello della diplomazia sportiva e dei grandi eventi, a partire dall'America's Cup che si terrà a Napoli l'anno prossimo e che promuoveremo con un programma dedicato.*

«Ogni viaggio comincia prima della partenza, quando un'immagine, una storia o un'emozione ci fanno sentire il richiamo di un luogo. Il nostro lavoro è dare voce a quel richiamo: raccontare i territori attraverso ciò che li rende unici, avvicinarli all'immaginazione di chi ancora deve scoprirli», dichiara **Ivana Jelinic, Amministratore delegato di ENIT S.p.A.** *«Sono orgogliosa di questo Spazio Italia, che abbraccia idealmente il Paese da nord a sud e ne riunisce tante espressioni sotto un unico brand, ITALIA. Qui l'innovazione ci permette di dare nuove forme al racconto, mentre le esperienze immersive creano un legame con i luoghi, le loro atmosfere e le loro storie. La bellezza suscita emozioni e le emozioni alimentano il desiderio di partire. È questo legame a guidare ogni nostra scelta: offrire un primo incontro con l'Italia, capace di tradursi in un viaggio. È il senso del nostro lavoro ed è la ragione che ci riunisce qui»*.