



PROGRAMMA DI COMUNICAZIONE

Anno 2024

PROGRAMMA DI COMUNICAZIONE 2024-2025 - MINISTERO DEL TURISMO



1. Scenario di riferimento

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

Il Ministero è stato istituito tramite il [decreto legge n. 22 del 1 marzo 2021](#), pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale Serie Generale n. 51 del 1 marzo 2021, convertito con modificazioni in **legge n. 55/2021**, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale Serie Generale n. 102 del 29 aprile 2021.

Le principali aree in cui il ministero svolge le proprie funzioni sono:

- **l'elaborazione e l'attuazione dei piani di sviluppo e l'integrazione delle politiche turistiche** nazionali e del sistema ricettivo, nonché di quelle europee e internazionali; la definizione e l'attuazione delle politiche governative per la valorizzazione dei territori montani, delle aree interne e delle isole minori;
- **la promozione delle iniziative volte al potenziamento dell'offerta turistica e al miglioramento dei servizi turistici e ricettivi**, anche inerenti alle fiere e all'agriturismo, in raccordo con le Regioni, gli enti territoriali e gli enti vigilati, ferme le diverse competenze delle altre amministrazioni;
- **lo sviluppo di iniziative di assistenza e tutela dei turisti**; l'elaborazione di programmi e la promozione di iniziative finalizzate a sensibilizzare un **turismo sostenibile, accessibile** e rispettoso del patrimonio;
- **la promozione e l'implementazione di progetti di innovazione del settore turistico e ricettivo**, sia su fondi nazionali sia in riferimento a programmi cofinanziati dall'Unione europea; la programmazione e la gestione degli interventi nell'ambito dei fondi strutturali; la promozione degli investimenti di propria competenza all'estero e in Italia.

Inoltre, il DCPM 177/2023 di recente approvazione, esalta la professionalità del turismo e la necessità di una migliore **formazione degli addetti del settore** (comprese le guide turistiche su cui il Ministero ha già introdotto una nuova disciplina), gli **aspetti digitali** (al punto che viene istituita una nuova direzione dedicata) e l'accessibilità e la fruibilità delle strutture turistiche.

È altresì prevista la trasformazione di ENIT Agenzia in ENIT Spa, ai sensi del DL 44/2023 art. 25, al fine di dotare il Ministero di una propria società *in house* che possa snellire e rendere più efficiente ed efficace l'attività di comunicazione istituzionale e promozione.

2. Target di riferimento

La comunicazione del ministero deve esser strutturata con l'obiettivo di raggiungere differenti target di riferimento:

- imprese e operatori del settore;



- associazioni di categoria;
- cittadini;
- istituzioni, in particolare le Regioni;
- i media;
- community di riferimento (es. tavoli tecnici, community social, cabine di regia);
- i potenziali turisti nazionali e internazionali.

3. Obiettivi

Le finalità sono, come da normativa:

- illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione, illustrando le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
- promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale, promuovendo l'immagine dell'amministrazione, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo.

Il principale obiettivo che ci si prefigge nel 2024 è di **rafforzare la sinergia con le Regioni** coordinando quanto più possibile la presenza del "Sistema Italia" a fiere (nazionali ed internazionali), eventi, nonché su tutti i temi ed interventi di comunicazione affinché ci sia una comunicazione unitaria identificata come marchio Italia.

La strategia integrata del Ministero punta, quindi, ad informare il proprio target sulle iniziative che vengono realizzate, sugli eventi, sulle attività normative che impattano sul mondo del turismo. Nello specifico la comunicazione sarà anche finalizzata a favorire un racconto del comparto turistico come "industria" che ha impatto positivo sul PIL, tanto che i dati del 2023 hanno certificato la sua forza trainante sull'**economia italiana**. E sulla base di questo esaltare il mondo del turismo come **opportunità lavorativa** per le nuove generazioni.

Al tempo stesso si vuole sottolineare l'aspetto culturale, sociale ed umano del settore al fine di rendere consapevole tutta la Nazione dell'importanza strategica del comparto.

La comunicazione deve essere altresì finalizzata ad informare operatori, associazioni di categorie e stakeholder di varia natura, sui bandi e attività normative che verranno messi in campo, per evidenziare provvedimenti e misure presenti in Legge di Bilancio (dal Tax free, agli affitti brevi, dai fondi per la montagna, a quelli per i cammini).

Inoltre, deve essere incentrata anche sul **tema del digitale** - rappresentata dalla grande sfida legata all'Hub digitale del turismo mediante il portale italia.it - ma anche su quelli della **sostenibilità ed accessibilità** nel turismo, tematiche sempre più rilevanti e che ci aiutano a disegnare lo scenario presente e futuro.

Sarà dedicata una capillare attenzione allo sviluppo di iniziative ed attività, di raccordo con le istituzioni interessate, in vista dei grandi appuntamenti, che avranno forte impatto a livello turistico, come il Giubileo 2025 e le Olimpiadi di Milano Cortina 2026.



Si intende quindi, con il supporto anche di ENIT, lavorare sulla promozione dell'Italia all'estero come destinazione turistica ma anche internamente alla Nazione, attraverso il racconto dell'Italia più nascosta, come quella dei borghi che rappresenta il cuore delle nostre esperienze più autentiche. Il volto di questa campagna sarà sempre Venere Italia, strumento di promozione della nostra Nazione nel mondo.

Favorire la **destagionalizzazione** dell'offerta turistica italiana mediante la presentazione di esperienze come il turismo all'aria aperta, il cicloturismo e quello dei cammini.

A tal fine, la comunicazione con ENIT e le Regioni dovrà anche esser finalizzata ad esaltare mete turistiche alternative valorizzandone le eccellenze e il *Made in Italy*.

In questo modo si continuerà così ad esaltare la **trasversalità del turismo** lavorando in sinergia con altri ministeri ed istituzioni, partecipando ad eventi, attività ed iniziative legate al mondo del cinema, della moda, del design, dei motori, dello sport, della cultura, dell'enogastronomia.

L'importanza strategica del turismo per la nostra Nazione deve essere evidenziata anche in vista del G7 che, per la prima volta in assoluto, prevede la ministeriale dedicata al turismo.

4. Attività

Ci si prefigge di raggiungere i suddetti obiettivi di comunicazione attraverso una strategia integrata *online e offline* che utilizza i tradizionali mezzi di comunicazione insieme ad una strategia digitale che punta a semplificare i messaggi ed a veicolare il racconto di una Pubblica Amministrazione trasparente e vicina ai cittadini.

Gli strumenti di cui si avvale in particolare l'ufficio stampa sono:

- **stampa:** cura relazioni con la stampa, predisposizione comunicati stampa, interviste e conferenze stampa;
- **sito:** aggiorna il sito con i comunicati stampa, news di interesse, dichiarazioni del Ministro, attività di comunicazione del Ministero;
- **social e creatività:** cura e gestisce i social network curandone il piano editoriale e la creatività in base agli impegni e le attività programmate (vedere allegato focus social) tramite i social realizza rubriche tematiche sui focus di principale interesse elencati negli obiettivi della comunicazione;
- **campagne ed eventi:** cura, gestisce e organizza la comunicazione degli eventi; fornisce supporto alla promozione di campagne che vengono definite nel corso del tempo;
- **video:** oltre al rilancio di servizi Tv e di eventuali materiali video ritenuti di interesse, si utilizzano video per semplificare la divulgazione delle informazioni sulla strategia e gli atti ministeriali.

5. Comunicazione interna

Avere una comunicazione interna efficace è fondamentale per fornire informazioni chiare, puntuali e rapide a tutti i soggetti coinvolti. La comunicazione verso l'esterno è frutto di un



lavoro di squadra: per questo è importante definire un flusso interno di comunicazione e condivisione delle informazioni riguardanti le attività del Ministero.

Condividere la rassegna stampa e le principali dichiarazioni e attività del Ministro e del Ministero è un modo per creare coinvolgimento interno e stimolare partecipazione.

6. Il PNRR Turismo

La comunicazione del PNRR si integra con quella del Ministero, con azioni specifiche in base alle indicazioni degli uffici competenti. Nel 2024, le azioni si concentreranno su iniziative di comunicazione, in collaborazione con altri enti come Unioncamere, per coinvolgere le imprese nel Tourism Digital Hub (TDH): l'ecosistema digitale ha l'obiettivo di *fornire servizi* a beneficio agli operatori del settore e fungere da aggregatore dell'offerta turistica nazionale per i turisti italiani e stranieri.

Inoltre, ENIT realizza campagne crossmediali in Italia e all'estero di comunicazione e promozione per lo sviluppo del traffico verso il portale italia.it (TDH).

La scheda allegata sul turismo digitale approfondisce questo tema.