



## Turismo, da Giubileo a Olimpiadi invernali 2026: esperti â??grandi eventi sfida per Italiaâ??

### Descrizione

(Adnkronos) â?? Un grande evento puÃ² cambiare il volto di un Paese: economia, tessuto sociale, arricchimento culturale, reputazione e riconoscibilitÃ a livello internazionale. Da un lato la rilevanza economica dei grandi eventi risiede nella loro capacitÃ di attrarre investimenti, stimolare il turismo, incrementare la visibilitÃ delle marche coinvolte e generare significativi flussi di ricavi diretti e indiretti, dallâ??altro, la loro rilevanza culturale risiede nella capacitÃ di riattivare il tessuto sociale e rinviare la storia e la cultura comune del luogo ospitante. Sono queste le premesse che hanno dato vita â?? oggi a Roma â?? al dibattito in occasione della presentazione del nuovo numero del The Corporate Communication Magazine edito dallâ??International Corporate Communication Hub ([www.icch.it](http://www.icch.it)), il primo Osservatorio internazionale sulla comunicazione corporate e istituzionale composto da un Comitato scientifico e da un Comitato accademico coordinato dallâ??UniversitÃ Iulm. Un appuntamento â?? riporta una nota â?? che ha riunito rappresentanti delle istituzioni e del mondo manageriale favorendo il dialogo tra diversi settori tutti legati dal filo rosso dei grandi eventi: culturali, religiosi, sportivi, catalizzatori di risorse economiche anche grazie anche allâ??aumento del turismo verso il Paese. Dopo l'apertura dei lavori a cura di Pierangelo Fabiano, Segretario generale Icch, e Alessandro Onorato, Assessore ai Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda Comune di Roma, l'avvio del dibattito a cui hanno partecipato Padre Enzo Fortunato, direttore della comunicazione della Basilica di San Pietro e coordinatore della Giornata mondiale dei bambini; Costanza Tarola, Head of Brand, Adv and Internal Communication Enel; Alessandra Priante, presidente Enit; Beniamino Quintieri, presidente Istituto per il Credito Sportivo; Stefania Romenti, coordinatrice Comitato accademico, ICCH e professore ordinario di comunicazione strategica e sostenibilitÃ , UniversitÃ Iulm; Federico Silvestri, Amministratore delegato 24 Ore Eventi. "I grandi eventi hanno il potere di trasformare il volto di un Paese influenzando positivamente su molti aspetti, dallâ??economia alla reputazione e alla percezione dellâ??Italia nel mondo e apportando grandi benefici per i diversi attori della societÃ , dalle aziende ai cittadini â?? ha detto Fabiano â?? Questi appuntamenti di rilevanza internazionale â?? pensiamo al Giubileo 2025 o a Milano Cortina 2026 â?? rappresentano una straordinaria sfida e opportunitÃ di visibilitÃ per il Paese sotto diversi punti di vista. Hanno ricadute sullâ??economia in quanto attirano grandi investimenti volti a modernizzare e creare nuove infrastrutture; culturale, perchÃ© accrescono la partecipazione dei cittadini e il senso di appartenenza alla comunitÃ . Infine, gli eventi sono un importante mezzo di promozione per enti e aziende che supportano tali iniziative". "Roma nel 2024

superer il record di 50 milioni di presenze turistiche del 2023 ha sottolineato l'assessore Onorato. Le proiezioni sono chiare: nel primo quadrimestre abbiamo registrato un + 7,52% di arrivi e + 5,36% di presenze rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, mentre l'aeroporto di Fiumicino il 21 giugno ha segnato il primato di passeggeri in transito, 169 mila in un solo giorno". Non sono numeri casuali, ha ribadito Onorato "perché il turismo è una scienza esatta. Noi grazie a una strategia legata ai grandi eventi abbiamo reso Roma più dinamica, aperta e attrattiva, offrendo ai visitatori occasioni per tornare in città di una volta: non solo per ammirare i siti archeologici e i monumenti, che sono un patrimonio inestimabile da valorizzare, ma anche per assistere ad appuntamenti di sport, musica e cultura". Da metà maggio ha ricordato Onorato abbiamo ospitato oltre 10 eventi sportivi di rilevanza internazionale, che diventeranno 15 entro i primi di luglio. Gli organizzatori ora vogliono investire nella Capitale. Grazie a questa strategia, è cresciuta anche la permanenza media dei turisti a Roma: nel 2024 rimangono 3,9 notti, di più rispetto all'anno scorso (3,7) e rispetto ai 2,5 giorni dell'era pre-Covid. I benefici per la città sono enormi, penso alle ricadute economiche per le imprese e all'occupazione stabile nel comparto turismo: è cresciuta del +2,17% sul 2023, a cui aggiungere addetti del lavoro extra, ovvero impiegati per singoli eventi di massimo tre giorni, per arrivare a un +2,50%". Sul fronte sport, secondo Quintieri "Ospitare grandi eventi sportivi internazionali rappresenta una ricchezza economica e culturale per il Paese. Al momento l'Italia non esprime tutto il potenziale che potrebbe avere in questo settore ha evidenziato in quanto elevato grado di obsolescenza degli impianti, che hanno un'età media superiore ai 60 anni, rende necessaria una nuova stagione di riqualificazione". Le Olimpiadi di Milano Cortina 2026 "sono un'opportunità unica dato che si stima che genereranno 14 miliardi di euro indotto per il territorio e 2,3 miliardi di euro complessivi di impatto positivo sul Pil italiano fino al 2028. Ma è necessario vincere la sfida delle infrastrutture per poter candidare l'Italia a ospitare sempre più eventi" ha concluso. "I grandi eventi, soprattutto nei piccoli borghi, sono un driver fondamentale per riuscire a ottenere i grandi obiettivi che sono destagionalizzare e decongestionare le grandi mete di questo bellissimo Paese che l'Italia ha detto Alessandra Priante, presidente di Enit. "Ovviamente devono essere gestiti al meglio ed è molto importante poterli utilizzare anche come un luogo dove sviluppare delle ottime pratiche per realizzare quella circolarità di decisioni, informazioni, dati che sono necessarie per rendere le nostre strategie veramente efficaci". "I grandi eventi sportivi come le Olimpiadi che stiamo per organizzare sempre si caratterizzano come un fattore di attrazione del turismo internazionale" ha detto Beniamino Quintieri, presidente dell'Istituto per il Credito Sportivo. "Ne abbiamo avuto una prova importante con la Ryder Cup 2023, durante la quale la stragrande parte dei visitatori provenivano da Paesi di tutto il mondo, e quindi con una forte ricaduta non solo sull'evento in termini di biglietteria, ma anche per alberghi, ristoranti e anche di immagine positiva che spero duri nel tempo. Il problema è che per fare grandi eventi servono grandi e moderne infrastrutture". "L'Istituto del Credito Sportivo ha tra i suoi compiti quello di sostenere le infrastrutture sportive, il che vuol dire non solo sostenere le piccole associazioni e i comuni ma anche di finanziare o cofinanziare e progettare nuovi stadi o ammodernare quelle esistenti". "I grandi eventi per Roma sono fondamentali: offrono grandissime ricadute economiche" ha dichiarato l'Assessore ai Grandi Eventi, Sport Turismo e Moda del Comune di Roma Alessandro Onorato. "Basta pensare agli arrivi turistici e a tutti i servizi correlati. Grandissimi ritorni sociali, occupazionali, e questi due anni e otto mesi di nostra amministrazione parlano da soli: lo scorso anno, abbiamo fatto più di 50 milioni di presenze turistiche, quest'anno abbiamo un ulteriore record storico e i grandi eventi hanno aiutato i flussi ad aumentare. Quindi oltre il turismo monumentale, archeologico, architettonico, si sono unite milioni di persone. Sono qui per la stagione concertistica dei grandi eventi sportivi. È un dato impressionante, la permanenza media è passata da 2,3 giorni, tanto stavano i turisti a Roma, agli attuali 4,1 giorni". "Un marchio solido e storico come il nostro, costruito in 62 anni di storia, è un marchio che non ha bisogno di

presentazioni" ha dichiarato la Head of Brand, Adv and Internal Communication di Enel Costanza Tarola. "Quindi si potrebbe pensare che, non essendoci bisogno di awareness, non ha bisogno di forme di comunicazione. Gli eventi invece, a nostro parere, sono un modo proprio per far vivere questo marchio, farlo vivere quotidianamente nel presente e soprattutto proiettarlo nel futuro. Quindi, ricorriamo molto agli eventi in Enel proprio per incontrare tutti i nostri stakeholder, a cominciare da quelli istituzionali, clienti, partner per finire con gli stakeholder esterni, perché comunque il miglior modo per vivere l'esperienza di brand è quello di incontrarsi. L'evento ha la caratteristica di far vivere a tutte le persone che vi partecipano un'esperienza unica e irripetibile". "Con Iccch ci occupiamo di approfondire i temi della comunicazione che hanno dei risvolti economico-politico-sociali sul nostro Paese e quindi, visto il G7 a guida italiana che abbiamo appena ospitato in Puglia, il Giubileo che avremo nel 2025 e Milano, Cortina nel 2026, ovviamente ci sembrava opportuno fare un approfondimento su questi temi" ha detto il segretario generale di International Corporate Communication Hub Pierangelo Fabiano. "Innanzitutto, concentrandoci sui risvolti politici, economici, sociali che avranno questi importanti appuntamenti. Poi su come il Paese debba cogliere questa opportunità, mettendo a sistema le migliori eccellenze di cui disponiamo, perché questi grandi eventi possono rappresentare una svolta a livello di immagine, sia in senso positivo che negativo. Bisogna concentrarsi e fare squadra il più possibile". [info@adnkronos.com](mailto:info@adnkronos.com) (Web Info)

## Categoria

1. News Nazionali

## Tag

1. adnkronos
2. ultimora

## Data di creazione

Giugno 26, 2024

## Autore

admin