

Turismo - *Rome Future Week, gli eventi diventano una porta d'ingresso ai territori*

Roma - 24 set 2026 (Prima Notizia 24) **Dal Lazio a Malta e alle Fiandre, il confronto tra istituzioni e operatori del turismo: grandi appuntamenti e iniziative locali possono attirare visitatori anche fuori dalle mete e dalle stagioni più frequentate.**

Un evento dura pochi giorni. Il viaggio che può ispirare, invece, può cominciare molto prima e portare i visitatori ben oltre il luogo in cui si svolge. È da questa idea che è partito il confronto di "Eventi che generano destinazioni", l'incontro organizzato da Bortolan Carnevali & Partners nell'ambito della Rome Future Week e ospitato all'Atlante Star Hotel di Roma. Attorno al tavolo, moderato dalla giornalista Claudiana Di Cesare, rappresentanti delle istituzioni, enti del turismo e operatori dell'ospitalità hanno discusso una domanda concreta: come trasformare l'attenzione prodotta da un appuntamento in occasioni di viaggio che coinvolgano anche i territori meno conosciuti? Per il Lazio, la risposta passa anche dallo sport. Paolo Giuntarelli, direttore della Direzione regionale Affari della Presidenza, Turismo, Cinema, Audiovisivo e Sport, ha annunciato per il 2027 due tappe del Giro d'Italia e una tappa mondiale del Rally. La sfida, ha osservato, è fare in modo che i grandi eventi entrino davvero in relazione con le città e le comunità che li ospitano. La Regione intende inoltre portare nel Lazio circa 50 operatori internazionali, per mostrare loro un'offerta turistica che non si esaurisce a Roma. Nelle Fiandre, l'arte contemporanea diventerà uno strumento per suggerire itinerari diversi. Daniele Manetti, Director Italy di VISITFLANDERS, ha presentato COPPA, la piattaforma che dal 2027 collegherà quattro appuntamenti dedicati all'arte nello spazio pubblico: la Triennale di Kortrijk, Beaufort, Watou Arts Festival e la Triennale di Bruges. L'obiettivo è affiancare al patrimonio già noto nuove ragioni per visitare la regione e tornare a scoprirla. Malta guarda soprattutto ai mesi meno frequentati. Ester Tamasi, Director Italy di Malta Tourism Authority, ha ricordato che i visitatori italiani sono passati da circa 140 mila nel 2009 a 540 mila nel 2025. Secondo Tamasi, la crescita tra ottobre e marzo ha contribuito a cambiare anche la vita delle strutture ricettive, molte delle quali oggi restano aperte durante l'inverno. Accanto agli eventi più grandi trovano spazio feste locali come quella delle fragole di M?arr, per la quale è allo studio una collaborazione con Nemi. Il rapporto con i residenti è emerso anche dagli interventi degli operatori. Federico Mencucci, general manager dell'Atlante Star, ha raccontato la scelta di aprire ristorazione e terrazze alla città, oltre che agli ospiti dell'hotel. Gianni Russo, direttore generale di Club Esse, ha sottolineato il valore dei legami con le imprese locali e con chi conosce i luoghi in prima persona: un consiglio dato da un dipendente del territorio può diventare parte dell'esperienza di viaggio. Per Belinda Bortolan, fondatrice e partner di Bortolan Carnevali & Partners, la forza di un evento sta nella sua capacità di intercettare l'identità di un luogo. Non servono necessariamente grandi numeri: anche una manifestazione di quartiere, un percorso gastronomico o uno spazio riscoperto dai residenti possono offrire ai visitatori un motivo per fermarsi e conoscere meglio una

destinazione. Dal dibattito emerge così una misura del successo che va oltre le presenze nei giorni dell'evento. Conta anche ciò che accade dopo: se un visitatore torna, se scopre un'altra località, se un'attività del posto incontra nuovi clienti e se chi abita quel territorio si riconosce nel racconto proposto a chi arriva.

di Giovanna Guidi Giovedì 24 Settembre 2026