

# La Lombardia presenta la nuova strategia di sviluppo

**Autore:** Monia Marchese

**Data:** 17 Aprile 2026



L’Arena Experience di Palazzo Lombardia ha fatto da palcoscenico al lancio di ‘inLombardia reBrand Journey’, rebranding del sistema turistico regionale. Promosso dall’assessore al Turismo, Marketing Territoriale e Moda Debora Massari, il nuovo percorso punta a rafforzare il posizionamento della Lombardia nel sempre più competitivo panorama turistico nazionale e internazionale, puntando su una maggiore coerenza narrativa in grado di valorizzare al meglio l’intero ecosistema territoriale.

“Questo progetto – ha affermato l’assessore Debora Massari – rappresenta una scelta politica precisa e lungimirante: quella di investire in un’identità forte, riconoscibile e condivisa della Lombardia turistica, capace di parlare ai mercati globali senza perdere autenticità. Il turismo oggi non si limita più a promuovere luoghi, ma deve costruire significati, generare connessioni e offrire esperienze coerenti con le aspettative di pubblici sempre più evoluti e segmentati”.

A supporto di questa narrazione, Regione Lombardia mette in campo una strategia di promozione basata sul concetto 'Solo inLombardia' che racchiude l'essenza del territorio unendo elementi diversi ma complementari: natura e città, tradizione e innovazione, dinamismo e benessere.

“Con inLombardia reBrand Journey – ha proseguito Massari – abbiamo scelto di superare logiche di comunicazione episodiche per costruire un racconto continuo e coordinato, supportato da una pianificazione mirata sui diversi mercati – nazionale, europeo e long haul – e da un sistema integrato di strumenti: campagne, contenuti digitali di local ambassador, fiere, relazioni internazionali e attività B2B. È un cambio di paradigma che punta a rafforzare la competitività della Lombardia nel lungo periodo”.

La strategia è anche supportata dai dati dell'ultimo anno che evidenziano uno scenario in crescita, in particolare per quanto riguarda il turismo internazionale che si conferma elemento strategico per la regione. Solo nel 2025, infatti, la Lombardia ha registrato 22,4 milioni di attivi e 56,8 milioni di pernottamenti, con una crescita di 3,8 milioni di presenze rispetto al 2024 (+7,2%).

Il flusso turistico, proveniente principalmente da Germania, Polonia, Turchia e Regno Unito in Europa e da USA, Canada e Cina sul fronte extraeuropeo, supera anche la barriera stagionale estendendo il periodo di maggiore affluenza non solo a quello estivo, ma anche ai mesi di aprile e ottobre. Le mete più gettonate si spostano al di fuori dei capoluoghi, con il 60% delle presenze che prediligono esperienze autentiche e sostenibili nelle zone naturalistiche di borghi, laghi, aree montane e contesti rurali.

Il nuovo piano, che coinvolgerà inizialmente i principali asset regionali quali artigianato d'eccellenza, enogastronomia, borghi, cultura e sport, si inserisce nella prospettiva di crescita del triennio 2026-2028 che delinea un quadro in ulteriore espansione con una previsione di pernottamenti di oltre 60 milioni per il 2026, fino a superare i 65 milioni nel 2028, per una crescita complessiva del triennio pari al 16%.

“Questo rebranding – ha concluso Massari – è un investimento sul sistema: vogliamo creare le condizioni affinché pubblico e privato possano lavorare in modo sempre più sinergico, attivando un circolo virtuoso tra domanda e offerta. La Lombardia ha tutte le caratteristiche per essere una destinazione di riferimento a livello globale e oggi compiamo un passo concreto per esprimere pienamente questo potenziale”.

---

Riferimento articolo: [https://travelnostop.com/news/video/la-lombardia-presenta-la-nuova-strategia-di-sviluppo\\_673342](https://travelnostop.com/news/video/la-lombardia-presenta-la-nuova-strategia-di-sviluppo_673342)

Generato il 08/06/2026