

Relazione Illustrativa al Budget Economico Annuale 2026

Sommario

0. Executive summary	3
1. ENIT SPA – PIANO ANNUALE 2026	5
2. Elenco delle Manifestazioni previste nel 2026	11
3. Budget Economico Annuale 2026.....	14
4. Organico ed ipotesi sottostanti le previsioni dei costi del personale	17
5. Alcune precisazioni sulla natura e sulla funzione del Budget	21
6. Prospetto di Conto Economico Annuale BEA 2026.....	21

0. Executive summary

ENIT opera sulla base di un budget annuale, formulato per il conseguimento della propria mission istituzionale. Si rammenta che il Budget Economico Annuale 2026 è stato redatto stimando le risorse necessarie per lo svolgimento delle attività commissionate dal Ministero Vigilante sulla base delle linee di indirizzo da quest'ultimo adottate con decreto del 19 marzo 2025, e tenuto conto delle peculiarità della società.

Si segnala infatti che, ENIT S.p.A. svolge la propria attività sulla base delle prescrizioni contenute nella Convenzione transitoria sottoscritta il 20 marzo 2024 con il Ministero del Turismo.

Detta convenzione ha attribuito alla Società la gestione transitoria dei rapporti attivi e passivi esistenti in capo all'ente ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo, soppresso contestualmente alla costituzione della Società. Tale Convenzione ha inoltre previsto che l'attività di ENIT S.p.A. sia regolata da un contratto di servizio, con adeguamento annuale, da stipularsi tra Il Ministro del Turismo e il presidente della Società, con il quale siano definiti, tra gli altri: (i) gli obiettivi da attribuiti alla società; (ii) le modalità di verifica dei risultati di gestione; (iii) le modalità necessarie ad assicurare al Ministero del Turismo l'esercizio del "controllo analogo"; dovranno essere disciplinate anche le modalità di erogazione delle necessarie risorse finanziarie.

Alla data di redazione del presente Budget Economico Annuale 2026, il contratto di servizio è ancora in fase di definizione.

Il Budget Economico 2026 è stato elaborato in continuità con la Revisione del Conto Economico Previsionale 2025, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 24 luglio 2025.

Di conseguenza anche il presente documento previsionale non recepisce, come i precedenti documenti previsionali, gli impatti che potrebbero verificarsi sul risultato economico per effetto dell'assegnazione alla Società da parte del Ministero del Turismo delle risorse strumentali, necessarie per il perseguimento degli obiettivi, secondo quanto previsto dall'art. 25, comma 6 del D.L. 44/2023, ad oggi iscritte nel patrimonio di ENIT – Agenzia Nazionale per il Turismo. Alla data di redazione del Budget 2026, infatti, il Ministero non ha assegnato dette risorse, la cui acquisizione potrebbe avere importanti effetti sia sui risultati economici del 2025 sia degli esercizi successivi.

Al riguardo, si rappresenta che:

- l'esercizio 2025 è previsto chiuda in utile per circa Euro 2,68 milioni, secondo gli obiettivi;
- dal punto di vista patrimoniale, allo stato attuale non è possibile quantificare quale sarà l'ammontare del Patrimonio Netto della Società al 31.12.2025, che ad oggi, in considerazione della previsione di chiusura dell'esercizio sopra indicata, si stima pari ad Euro 9,68 milioni.

Nel 2026 sono stati contemplati i ricavi complessivamente pari ad Euro 56.099.067, di seguito elencati:

- ✓ Euro 51.123.966 contributo ordinario dello Stato necessario a coprire le attività in programma base delle linee di indirizzo. Tale importo include Euro 2.000.000 per le attività legate alle olimpiadi invernali Milano – Cortina ed Euro 3.000.000 per le attività del Giro d'Italia;
- ✓ Euro 1.475.100 quale contributo per le attività del progetto PNRR “Caput Mundi” iniziato nel 2025;
- ✓ Euro 3.500.000 quale stima complessiva dei corrispettivi rivenienti dalla partecipazione di Regioni, Comuni, altri enti pubblici ed operatori privati, alle Fiere che saranno organizzate dalla Società.

Gli importi sopra indicati sono stati quantificati sulla base della stima dei costi attesi sia per lo svolgimento dell'attività di marketing e promozione, sia per la gestione della società (costi di struttura e personale) (in un'ottica gestionale che consenta il conseguimento di un ristato economico positivo, che la società prevede di poter conseguire dai servizi prestati a Regioni, Comuni, altri enti pubblici ed operatori privati nel perimetro delle attività che il Ministero Vigilante chiede di realizzare.

Le risorse economiche destinate nel 2026 alla realizzazione dell'attività promozionale ammontano a euro 24.369.905 che saranno declinate nelle azioni specifiche al realizzarsi concreto del Piano delle Attività in base ai piani operativi condivisi con il Ministero Vigilante ed ai Progetti Speciali approvati dallo stesso.

Quanto alla programmazione delle attività da svolgere, il Budget Economico 2026, alla luce della mission affidata dallo Statuto ad ENIT S.p.A., tiene conto delle attività in programma, già condivise con il Ministero (per esempio le fiere), e, nel caso dei “Progetti Speciali” da realizzare, il budget tiene conto delle richieste già pervenute alla Società all'esecuzione degli stessi.

Il Consiglio di amministrazione, in coerenza e nel rispetto degli indirizzi emanati dall'Amministrazione Vigilante, approva il Budget Economico Annuale che individua gli obiettivi economici della Società, delineando il quadro complessivo e le previsioni del Conto Economico redatto per competenza, in applicazione dei Principi Contabili Nazionali, riclassificato secondo quanto disposto dal D.M. MEF 27.03.2013.

ENIT S.p.A. conferma che nell'utilizzo delle risorse assegnate per l'espletamento delle proprie funzioni, opererà secondo i principi fondamentali dell'efficienza, dell'efficacia e dell'economicità

della azione amministrativa, adottando al contempo un comportamento ispirato ad una logica di contenimento della spesa e di costante monitoraggio dei costi, assicurando una proficua gestione delle risorse pubbliche.

1. ENIT SPA – PIANO ANNUALE 2026

Il settore del turismo globale mostra una robusta capacità di recupero e crescita. Nel primo trimestre del 2025, gli arrivi turistici internazionali (overnight visitors) sono aumentati del 5 % rispetto allo stesso periodo del 2024, risultando anche circa il 3 % sopra i livelli pre-pandemici del 2019 (UN Tourism, World Tourism Barometer, maggio 2025) (UNWTO 2025a) (UNWTO 2025b). Le proiezioni stimano per il 2025 una crescita complessiva del 3–5 % rispetto al 2024 (UNWTO, World Tourism Barometer, gennaio 2025) (UNWTO 2025c).

Anche il contesto europeo conferma trend favorevoli. Nel 2024, il numero di notti trascorse nelle strutture ricettive nell’Unione Europea ha raggiunto 2,99 miliardi, con un incremento di circa 53,4 milioni (+2 %) rispetto al 2023 (Eurostat, 2025) (Eurostat 2025a). Questo slancio è trainato principalmente dall’aumento delle presenze internazionali (+58,7 milioni) (Eurostat 2025a). In particolare, nel quarto trimestre del 2024 le notti trascorse in Italia hanno mostrato un incremento dell’11,1 % rispetto al corrispondente periodo del 2023, mentre gli arrivi sono cresciuti dell’1,2 % (Istat, “Flussi turistici – IV trimestre 2024”) (ISTAT 2025a) (ISTAT 2025b). Tale performance ha collocato l’Italia al secondo posto tra i paesi UE per presenze turistiche totali, superando la Francia e dietro soltanto alla Spagna (Istat, comunicato 2025) (ISTAT 2025a) (Istat 2025b).

Sul piano nazionale, l’“Indagine sul turismo internazionale 2024” della Banca d’Italia segnala che il saldo della bilancia turistica ha raggiunto € 21,2 miliardi, pari a ~1 % del PIL nazionale (Banca d’Italia 2025) (BdI 2025a). L’Italia conferma così la sua attrattività internazionale, sostenuta soprattutto dal segmento culturale e urbano (Banca d’Italia 2025) (BdI 2025b).

Alcuni orientamenti strategici definiscono il contesto competitivo e le scelte operative per un piano di marketing e promozione efficace:

1. Destagionalizzazione e dispersione geografica

La domanda turistica tende a spostarsi verso periodi “deboli” e località secondarie, alimentata dalla ricerca di esperienze autentiche e dalla pressione su aree emblematiche (ETC, “Trends & Prospects 2025”) (ETC 2025).

2. Spinta al “value for money”

Con l’inflazione e il costo dei trasporti in aumento, i turisti mostrano maggiore sensibilità al rapporto qualità/prezzo, soprattutto nei segmenti medi (UNWTO Panel, 2025) (UNWTO 2025c).

3. Esperienze, autenticità e live tourism

L'interesse per eventi culturali, turismo enogastronomico, immersione locale e itinerari tematici cresce rispetto alle offerte generiche (Skift, Global Travel Outlook 2025) (Skift 2025).

4. Mercati a lungo raggio e Asia

La ripresa dei flussi da Asia, America del Nord e paesi lontani è una fonte chiave di rendimento in Italia, con margini maggiori rispetto ai flussi intraeuropei (Banca d'Italia 2025) (BdI 2025a).

5. Digitale e intelligenza artificiale lungo il funnel

La ricerca, la prenotazione e il contenuto esperienziale integrano logiche data-driven, con micro-momenti e modelli dinamici di pricing (Google Travel Trends 2025) (Google 2025).

6. Sostenibilità e gestione del sovraffollamento

Strategie per spostare domanda su orari/zone meno affollate e promuovere pratiche rigenerative diventano elementi competitivi importanti, soprattutto nelle destinazioni d'arte (Skift Megatrends 2025) (Skift 2025b).

La vision

ENIT SPA rappresenta la piattaforma per la competitività e per l'internazionalizzazione degli stakeholder pubblici e privati dell'industria turistica italiana, in una prospettiva di sviluppo sostenibile, accessibile e inclusivo, coerentemente con le linee del Ministero del Turismo e su suo indirizzo.

Al fine di perseguire questa visione, ENIT fonda le sue strategie e le sue azioni su un equilibrio tra crescita a valore - valore per il territorio e le sue comunità e valore per il turista - e sostenibilità economica, sociale e ambientale.

L'attenzione è posta ai bisogni degli operatori turistici e degli stakeholder pubblici, prioritariamente le Regioni, in una logica condivisione e di complementarità, nel quadro di una filiera complessa e articolata che richiede una base comune di competenze, informazioni e strumenti per coordinare, facilitare e abilitare le attività di istituzioni e imprese.

La capacità di leggere il contesto del turismo quale fenomeno sistemico, conoscere i mercati e comprenderne i trend della domanda è alla base delle strategie e delle azioni di ENIT, nonché della valutazione del suo operato, grazie alla definizione di obiettivi misurabili.

La mission

Le tendenze analizzate portano ad individuare alcune macro-direttrici sulla base delle quali sarà possibile lavorare allo sviluppo degli obiettivi di sviluppo a valore dei flussi turistici verso l'Italia dai

mercati ad alto potenziale, della maggiore competitività rispetto ai mercati di prossimità, di conoscenza e attenzione alle esigenze della domanda per un'economia turistica sempre più consapevole, qualificata, performante.

La mission dell'ENIT si fonda su alcuni pilastri strategici, identificabili nelle seguenti permeanti identità del turismo italiano:

1. destinazione internazionale e sostenibile, in tutte le sue accezioni: ambientale, sociale ed economica;
2. anfitrione di grandi eventi, da quelli sportivi quali le Olimpiadi Invernali Milano Cortina 2026 a quelli culturali;
3. meta di congressi e incentive internazionali di qualità e prestigio
4. meta europea amata dai mercati long-haul, con un grande potenziale dal continente asiatico;
5. fucina di innovazione, incubatore di genialità, stimata scuola per la formazione turistica;
6. componente proficuo della pianificazione europea coordinata tra gli stati membri;
7. protagonista d'eccezione del screen tourism, veicolo delle destinazioni e del loro patrimonio culturale, produttivo e naturalistico;
8. incubatore di passioni, per intercettare i driver motivazionali legati alle passioni dei viaggiatori oltre il turismo;

Attività propedeutiche all'azione di ENIT SPA

ENIT S.p.A., consolida il proprio ruolo dedicato alla promozione unitaria dell'immagine turistica dell'Italia e al coordinamento delle politiche di valorizzazione dell'offerta territoriale. In un contesto in cui il turismo mondiale evolve rapidamente sotto la spinta dei processi di digitalizzazione, sostenibilità e cambiamento dei comportamenti di consumo, ENIT si pone come infrastruttura strategica per la modernizzazione del sistema turistico italiano, orientando la propria azione lungo tre direttrici complementari: trasformazione digitale, transizione green e potenziamento della funzione di marketing intelligence.

La trasformazione digitale rappresenta il primo vettore di rinnovamento. In sinergia con il Tourism Digital Hub del Ministero del Turismo, ENIT intende evolvere da ente di promozione tradizionale a piattaforma pubblica integrata, capace di operare in logica data-driven e di rete. L'obiettivo è costruire un ecosistema digitale unitario che renda più efficiente la gestione dei processi interni, più coerente e coordinata la comunicazione del marchio Italia e più profonda la relazione con gli stakeholder pubblici e privati, in Italia e all'estero.

Il percorso comprende la progressiva adozione di sistemi gestionali e relazionali (ERP, CRM, DAM, piattaforme per campagne e per eventi B2B), strumenti che abilitano una governance trasparente e moderna e che consentono di valorizzare i flussi informativi a supporto delle decisioni strategiche, della pianificazione delle attività e della misurazione dell'impatto.

Accanto alla digitalizzazione, la transizione green costituisce l'altro asse di sviluppo strategico. ENIT riconosce che la sostenibilità, nelle sue dimensioni ambientale, economica e sociale, è oggi un prerequisito di competitività per destinazioni e operatori. ENIT mira a supportare il sistema turistico italiano nella misurazione, comunicazione e valorizzazione della sostenibilità, favorendo l'adozione di standard ESG, la raccolta di dati comparabili e la diffusione di pratiche di turismo responsabile. Attraverso progetti di analisi e formazione, ENIT si propone di accompagnare le destinazioni nel percorso verso modelli di crescita rigenerativa, aiutandole a comprendere l'impatto del turismo sui territori e a costruire vantaggi competitivi durevoli fondati sulla qualità, l'autenticità e la tutela del patrimonio naturale e culturale.

Terzo pilastro è il potenziamento della marketing intelligence, funzione cruciale per un'azione di promozione efficace e basata sull'evidenza. ENIT intende consolidare un sistema di osservazione e analisi continua dei mercati turistici, attraverso dashboard e piattaforme di dati che consentano di monitorare i flussi, prevedere la domanda, misurare le performance dell'Italia rispetto ai competitor e comprendere l'evoluzione dei comportamenti di viaggio. L'analisi dei dati sui flussi aeroportuali, sull'ospitalità privata e sulle prenotazioni digitali permetterà di generare insight utili per ottimizzare le campagne, pianificare le politiche di destagionalizzazione e supportare la programmazione delle Regioni e delle DMO. Allo stesso tempo, le attività di ricerca sulla sostenibilità, sull'impatto economico del turismo e sull'evoluzione della customer journey contribuiranno a definire un quadro conoscitivo avanzato del turismo italiano, favorendo un dialogo strutturato tra dati, politiche pubbliche e strategie di mercato.

In questa prospettiva, ENIT svilupperà anche un ruolo attivo nella progettazione europea, partecipando a programmi e partenariati nell'ambito dei fondi comunitari (Horizon Europe, COSME, Interreg, LIFE, Creative Europe, CEF Digital e così via). La progettazione europea rappresenta infatti una leva fondamentale per tre ragioni:

1. Innovazione e sperimentazione – consente di accedere a risorse per la ricerca applicata e per la sperimentazione di modelli innovativi di promozione, digitalizzazione e sostenibilità;
2. Networking internazionale – rafforza il posizionamento di ENIT come nodo di cooperazione tra enti turistici europei, università e organismi multilaterali, favorendo lo scambio di buone pratiche e la visibilità del marchio Italia in contesti di governance internazionale;

3. Capacità finanziaria e competitiva – permette di attrarre risorse aggiuntive rispetto al bilancio ordinario e di moltiplicare l'impatto delle attività, contribuendo a sostenere progetti di ricerca, innovazione, formazione e marketing territoriale.

Infine, ENIT intende valorizzare il proprio patrimonio culturale e documentale come risorsa strategica di reputazione e di conoscenza. La digitalizzazione degli archivi storici, librari e iconografici, in coerenza con il Piano Nazionale di Digitalizzazione del MiC, darà vita a un grande archivio del turismo italiano, concepito come piattaforma aperta di conoscenza e memoria collettiva, capace di mettere in relazione il passato dell'ente con le esigenze contemporanee di comunicazione, ricerca e valorizzazione del brand.

Nel suo complesso, il percorso di trasformazione che ENIT sta delineando non si limita a un processo di modernizzazione tecnologica, ma ambisce a generare un nuovo modello operativo per la promozione turistica del Paese: un modello fondato su dati, competenze e collaborazione, capace di connettere sostenibilità, innovazione e identità culturale.

Focus sulla Trasformazione digitale

L'anno 2026 rappresenta per ENIT una fase di consolidamento e sviluppo dell'infrastruttura digitale avviata nel precedente esercizio. Il completamento della prima fase del sistema gestionale nel 2025 ha posto solide fondamenta per l'evoluzione tecnologica della Società, consentendo di operare con maggiore efficienza nei processi core di gestione amministrativa e finanziaria.

Il programma di trasformazione digitale per il 2026 si inserisce in un contesto più ampio di modernizzazione del settore turistico italiano, dove la tecnologia e l'intelligenza artificiale stanno ridefinendo le modalità operative e relazionali di tutti gli attori della filiera. ENIT intende cogliere queste opportunità attraverso investimenti mirati che rafforzino la propria capacità di servizio verso operatori privati, istituzioni pubbliche, Regioni e DMO.

La strategia digitale per l'anno 2026 si concentra su due direttrici principali: il completamento dell'ecosistema gestionale interno e il rinnovamento della piattaforma Club Italia quale strumento di relazione e servizio verso gli stakeholder del turismo italiano. Questi interventi, coerenti con la visione strategica del Piano Triennale 2026-2028, rispondono all'esigenza di operare con sistemi integrati, processi automatizzati e piattaforme collaborative che consentano a ENIT di svolgere con maggiore efficacia il proprio mandato istituzionale.

Le priorità della trasformazione digitale nel 2026

Nel Piano 2026 le priorità individuate, in continuità con gli investimenti avviati nel 2025 e con un approccio di integrazione sistemica e sviluppo progressivo, sono le seguenti:

Il sistema gestionale di ENIT S.p.A.

Nel 2025 ENIT ha avviato l'implementazione del proprio sistema gestionale integrato, che ha visto la realizzazione dei moduli core per la gestione del ciclo attivo e passivo, delle commesse e del budget, con integrazione ai sistemi di contabilità esterni. Questo intervento ha posto le fondamenta per una gestione strutturata e tracciabile di tutti i processi aziendali, con un'organizzazione dei relativi workflow in modo sinergico attraverso l'integrazione di tutte le funzioni in un sistema unico.

Nel 2026, ENIT procederà con un'ulteriore evoluzione del gestionale, che prevede l'estensione della piattaforma con nuovi moduli strategici, con l'obiettivo di creare un ecosistema gestionale completo che permetta una visione olistica di tutte le attività della Società, garantendo efficienza operativa attraverso l'automazione dei processi amministrativi e gestionali, tracciabilità completa delle attività e dei flussi, nonché supporto decisionale alla governance societaria.

Club Italia

Club Italia costituisce il principale canale attraverso cui ENIT eroga servizi di consulenza, supporto e accompagnamento verso le imprese turistiche italiane, gli enti pubblici territoriali e le organizzazioni di gestione delle destinazioni.

L'attuale configurazione della piattaforma richiede un intervento di completo rinnovamento per rispondere efficacemente alle esigenze di un ecosistema turistico in rapida evoluzione.

Nel corso del 2026, ENIT avvierà la riprogettazione della piattaforma con l'obiettivo di automatizzare i flussi e i processi gestiti, implementare funzionalità self-service che consentano agli utenti di gestire autonomamente le proprie attività, integrare la piattaforma con il sistema gestionale per garantire tracciabilità operativa e efficienza amministrativa.

L'intervento rappresenta un passaggio fondamentale per posizionare ENIT come hub di riferimento per l'industria turistica italiana, capace di fornire strumenti concreti e servizi a valore aggiunto a supporto della competitività del sistema Italia.

Azioni di Marketing e Comunicazione

Il piano di comunicazione e marketing per il 2026 si pone in continuità evolutiva con le strategie avviate nel triennio precedente, ma introduce un salto di qualità nella visione e negli strumenti, allineandosi alle principali tendenze internazionali del settore turistico, alle politiche nazionali del Ministero del Turismo e alle più recenti innovazioni tecnologiche. L'obiettivo è consolidare il ruolo di ENIT come hub strategico di promozione e di intelligence del turismo italiano nel mondo, facendo

leva su un approccio integrato e data-driven che coniuga comunicazione, innovazione e valorizzazione del brand Italia.

Nel nuovo scenario competitivo, in cui la promozione turistica si misura con una domanda sempre più frammentata, mobile e digitale, il piano adotta un mix di azioni multicanale e multilivello, concepito per:

1. Aumentare la visibilità e l'awareness del brand Italia come destinazione turistica globale, sottolineando i valori di autenticità, lusso, sostenibilità e qualità dell'esperienza. Le politiche di destagionalizzazione e la valorizzazione dei territori meno conosciuti diverranno assi centrali della narrativa, in linea con gli obiettivi di sostenibilità ambientale e sociale.
2. Concentrarsi sui mercati ad alto valore, sia maturi che emergenti, attraverso cluster narrativi costruiti per ciascun target geografico e tematico (cultura, lusso, natura, sport, enogastronomia, nomadi digitali, etc.), con l'obiettivo di rafforzare la reputazione dell'Italia come destinazione premium e responsabile.
3. Posizionare l'Italia come Paese leader in sostenibilità e valore, coerentemente con gli orientamenti europei e internazionali in materia di turismo rigenerativo, transizione green e responsabilità sociale d'impresa.
4. Incrementare la notorietà e la centralità del portale italia.it, rendendolo un punto di accesso unico, dinamico e partecipativo all'ecosistema digitale del turismo italiano

Nel complesso, il piano di comunicazione e marketing 2026 mira a costruire una strategia coerente, contemporanea e competitiva, capace di coniugare la forza del brand Italia con la potenza dei nuovi strumenti digitali e con una visione di lungo periodo basata su sostenibilità, autenticità e valore. Il risultato atteso è un'Italia percepita non solo come destinazione turistica, ma come esperienza globale di bellezza, cultura e innovazione, un Paese che continua a ispirare, accogliere e sorprendere il mondo.

Per il dettaglio delle attività di Marketing e comunicazione e per le Azioni di Promozione e Commercializzazione si rimanda al Piano Annuale 2026.

2. Elenco delle Manifestazioni previste nel 2026

Elenco delle manifestazioni fieristiche previste nel prossimo anno:

PIANO FIERE 2026				
FIERE LEISURE				
	FIERA	NAZIONE	LUOGO	DATA
1	VAKANTIEBEURS	PAESI BASSI	UTRECHT	8 -11 GENNAIO 2026
2	FITUR	SPAGNA	MADRID	21 -25 GENNAIO 2026
3	EMITT	TURCHIA	ISTANBUL	5 -7 FEBBRAIO 2026
4	F.R.E.E. – die Reise- und Freizeitmesse	GERMANIA	MONACO DI BAVIERA	18 - 22 FEBBRAIO 2026
5	ITB BERLIN	GERMANIA	BERLINO	3 - 5 MARZO 2026
6	WTM LATIN AMERICA	BRASILE	SAN PAULO	14 - 16 APRILE 2026
7	ATM	UAE	DUBAI	4 -7 MAGGIO 2026

8	ITB CHINA	CINA	SHANGHAI	26 -28 MAGGIO 2026
9	IFTM	FRANCIA	PARIGI	SETTEMBRE (date da confermare)
10	TEJ - TOURISM EXPO JAPAN	GIAPPONE	TOKYO	24 -27 SETTEMBRE 2026
11	FIT AMERICA LATINA	ARGENTINA	BUENOS AIRES	26 -29 SETTEMBRE 2026
12	WTM	UK	LONDRA	3 - 5 NOVEMBRE 2026

FIERE MICE - LUSSO - GOLF

	FIERA	NAZIONE	LUOGO	DATA
1	M&I - MICE	UAE	ABU DHABI	14-16 APRILE 2026
2	ILTM Latin America	BRASILE	SAN PAULO	4 -7 MAGGIO 2026
3	ILTM Asia Pacific	SINGAPORE	SINGAPORE	luglio da confermare
4	IMEX FRANKFURT	GERMANIA	FRANCOFORTE	19 - 21 MAGGIO 2026
5	PURE	MAROCCO	MARRAKECH	8-11 SETTEMBRE 2026
6	IMEX AMERICA	USA	LAS VEGAS	13 -15 OTTOBRE 2026
7	IGTM	FRANCIA	CANNES (TBA)	OTTOBRE 2026
8	IBTM WORLD	SPAGNA	BARCELLONA	17 - 19 NOVEMBRE 2026
9	ILTM	FRANCIA	CANNES	1-4 DICEMBRE 2026

FIERE PROPOSTE

	FIERA	NAZIONE	LUOGO	DATA
1	FESPO	SVIZZERA	ZURIGO	29 GENNAIO - 1° FEBBRAIO 2026
2	Seoul International Travel Fair	COREA DEL SUD	SEOUL	maggio/giugno TBC

3	ILTM North America	USA	BAHA MAR - Bahamas	5 -8 OTTOBRE 2026
4	LUXPERIENCE	AUSTRALIA	SYDNEY	6 - 9 NOVEMBRE 2026

3. Budget Economico Annuale 2026

Il Budget 2026, una volta approvato, costituisce il vincolo economico alle spese di struttura.

Il documento di previsione sarà oggetto di costante monitoraggio nonché di revisione attraverso la predisposizione di Forecast, in base alle risultanze dell'andamento dell'attività nel corso dell'esercizio.

Il Budget Economico Annuale 2026 è stato riclassificato in coerenza con il piano dei conti adottato, e con lo schema di budget economico di cui all'art. 1 comma 2 del D. M. 27.03.2013.

A. VALORE DELLA PRODUZIONE

Il totale del Valore della Produzione (A) a budget ammonta a complessivi **Euro 56.099.067.**, così composti:

- a) Corrispettivi su base Convenzione pari ad **Euro 51.123.966**;
- b) Corrispettivo di Euro 1.475.000 per le attività 2026 del progetto PNRR "Caput Mundi";
- d) Ricavi per cessione di prodotti e prestazioni di servizi per **Euro 3.500.000** stimati per corrispettivi rivenienti dalla partecipazione di Regioni, Comuni, altri enti pubblici ed operatori privati, alle Fiere che saranno organizzate da ENIT, secondo le Manifestazioni previste nel Piano Fiere 2026 approvato dal Consiglio di Amministrazione del 24 luglio 2025 edelle Attività di Marketing. Tale importo include inoltre i ricavi che si ritiene di realizzare dall'organizzazione di workshop e dalle adesioni al "Club Italia".

B. COSTI DELLA PRODUZIONE

L'importo dei Costi della Produzione (B) ammonta complessivamente ad **Euro 52.286.599**, ed è costituito da:

- 6) materie prime, e di consumo, e di merci per **Euro 240.884**, che si riferisce essenzialmente ad acquisti di cancelleria, materiali di consumo vari per fotocopiatrici e computer e di merci varie per il

funzionamento degli uffici, ma soprattutto ad acquisti di gadget e simili per attività promozionali da distribuire durante gli eventi;

7) servizi, nell'insieme pari a totali **Euro 37.128.153**, e sono così suddivisi:

7. a) **spese per attività promozionali e di marketing**- per complessivi **Euro 33.845.005**- e sono costituiti da:

- 1) Spese per Attività Promozionali per **Euro 19.369.905**, per acquisto di aree, di servizi allestimento e di funzionamento degli stand Italia alle fiere internazionali del turismo B2B e B2C,. Si rammenta che detta attività riveste carattere strategico di sostegno alle Regioni e agli operatori economici del "Sistema Italia" e tiene conto dell'esigenza di presidio sia dei mercati maturi che dei mercati a potenziale crescita a valore e dei segmenti di domanda con maggiori ricadute sul turista pernottante. Sono incluse spese per locazione spazi, organizzazione, e funzionamento dei workshop commerciali e degli educational tour, Membership annuali, organizzazione delle Olimpiadi di Milano - Cortina 2026;
- 2) Spese per Attività di Marketing per **Euro 10.000.000** per strategia pubblicitaria con campagne crossmediali, brand management e PR, servizi creativi e di comunicazione;
- 3) Spese per l'organizzazione del Giro d'Italia 2026 per **Euro 3.000.000**;
- 4) Progetto PNRR "Caput Mundi" per **Euro 1.475.100**;

7. b) Acquisizione di servizi per struttura e patrimonio per **Euro 2.453.682**, per manutenzioni e riparazioni varie, utenze servizi generali, guardiania, reception e vigilanza passiva, trasporti, traslochi e facchinaggio, servizi informatici e di assistenza IT, spese sicurezza sul lavoro, servizi di rassegna stampa, spese di rappresentanza, spese per la formazione del personale ed i buoni pasto, nonché spese di intelligence (studi e ricerche). In questa voce sono comprese altresì le spese di trasferta e missione di tutto il personale.

7. c) consulenze, collaborazioni, prestazioni professionali per **Euro 426.967**, fra le quali tecniche, informatiche, scientifiche, legali e notarili, fiscali ed amministrative, agenzie di lavoro, consulenza giuslavoristica e buste paga;

7. d) compensi, indennità e rimborsi spese, del Presidente, dell'Amministratore Delegato, del Consigliere, del Collegio Sindacali, per **Euro 402.500**.

8) per godimento di beni di terzi, spese previste nell'esercizio sono pari ad **Euro 1.623.089**, dovuti per canoni di noleggio attrezzature ufficio, licenze d'uso software, ma soprattutto per canoni di locazione di uffici e magazzini ed oneri condominiali delle sedi estere.

9) Le spese complessive dovute per prestazioni di lavoro subordinato del personale dipendente in Italia e all'estero, ivi inclusi i contributi, gli oneri accessori, diretti e riflessi, indennità varie e altri benefit, e la quota annuale di TFR, ammontano ad **Euro 12.492.496**, ripartiti in:

a) salari e stipendi per totali **Euro 9.454.784** (2026), di cui Euro 3.949.284 per il personale in Italia, Euro 3.405.351 per il personale all'estero ed Euro 2.100.149 per il personale in avvalimento.

b) oneri sociali per **Euro 2.735.191**

c) e d) trattamento di fine rapporto, quiescenza e simili **Euro 275.598**.

e) **Euro 26.923** altri costi per il personale;

Tali importi tengono conto anche dei costi del piano delle assunzioni, approvato dal Consiglio di Amministrazione quando? in funzione delle strategie di sviluppo dei mercati esteri e delle attività promozionali e istituzionali, nonché delle esigenze organizzative della sede centrale

10) Ammortamenti e svalutazioni sono stati stimati in **Euro 168.211**.

Si precisa che non sono stati valorizzati ulteriori ammortamenti e svalutazioni relativi al patrimonio mobiliare e immobiliare di ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo, che il Ministero del Turismo alla data di redazione del presente documento non ha decretato di assegnare ad ENIT, secondo le previsioni dell'art. 25, co.6 del D.L. 44/2023.

d) la posta svalutazione dei crediti compresi nell'attivo circolante non è stata valorizzata, non avendo evidenze di presunte perdite su crediti.

12) La posta accantonamenti per rischi ed oneri è stata valorizzata per un importo complessivo pari ad Euro **Euro 84.000**, inserito prudenzialmente sulla scorta delle indicazioni dell'ufficio legale, a copertura dei rischi da contenzioso legati al personale dipendente delle sedi estere.

14) gli Oneri diversi di gestione sono stati calcolati in totali **Euro 549.764** e sono composti principalmente dai premi assicurativi che riguardano le assicurazioni sui rischi di responsabilità civile per le attività svolte dal personale. Altre imposte e tasse diverse si riferiscono principalmente allo smaltimento dei rifiuti, e alle imposte locali, ed altri tributi dovuti dalle sedi estere, e l'IVA pagata all'estero non rimborsata.

Di conseguenza, la differenza tra il Valore ed i Costi della Produzione ($A - B$) è pari a **Euro 3.812.468**.

C. PROVENTI E ONERI FINANZIARI

17) La voce "Interessi ed altri oneri finanziari", presenta interessi passivi per **-Euro 2.500**, stimati per mora, ritardati pagamenti, ravvedimento operoso nei confronti di fornitori o istituzioni, non

disponendo ENIT S.p.A. di alcun tipo di affidamento creditizio e non ne è prevista la sottoscrizione negli esercizi in esame.

17bis) in considerazione della presenza, in numerosi Paesi stranieri, ENIT S.p.A. opera in numerose divise estere, peraltro nella sola dimensione di costo, in via cautelativa è stata appostata una previsione di perdita netta (Utile da realizzo e da valutazione – Perdite da realizzo e da valutazione) su cambi pari a **-Euro 40.000**.

Nel complesso la voce “Proventi ed oneri finanziari (15 + 16 – 17 + - 17 bis)” ammonta ad **Euro 42.500**.

D. RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE

Non sono state previste rivalutazioni/svalutazioni

E. PROVENTI ED ONERI STRAORDINARI

Non sono stati previsti proventi/oneri straordinari.

L'importo per imposte iscritto si riferisce all'IRES e all'IRAP stimate per l'esercizio.

Ne consegue pertanto che il proiettato Risultato al netto delle imposte risulta pari a **Euro 2.638.978**.

Si attesta che la presente programmazione economica è stata realizzata nel rispetto dell'equilibrio economico-patrimoniale

4. Organico ed ipotesi sottostanti le previsioni dei costi del personale

La previsione dei costi del personale per il 2026 è stata effettuata sulla base di:

- piano delle assunzioni in funzione delle strategie di sviluppo e delle progettualità
- cessazioni previste
- eventuali automatismi contrattuali previsti da normative
- politiche retributive: retribuzione variabile e premialità, incrementi di merito
- piani di formazione

ORGANICO

Sede di Roma: la proiezione dell'attuale organico a fine 2025 è di 53 risorse. Di seguito il dettaglio dell'organico:

CENTRO DI COSTO	LIVELLO								Totale
	Dirigente	QA	QB	Primo	Secondo	Terzo	Quarto	Quinto	
Direzione Generale	1								1
Direzione Finanza Amministrazione e Controllo	1								1
Direzione Marketing	1								1
Affari Generali				1				1	2
Affari Legali e Societari				1					1
Appalti e Gare	1			1	1	1			4
Brand Management ed Eventi					1	2	1		4
Commerciale e Servizi				1					1
Comunicazione, PR e Ufficio Stampa			1	1		2		1	5
Contabilità. Bilancio e Fiscale		1		3	1				5
Coordinamento Rete estera				1	3				4
Fiere, Workshop e Membership		3		2	1				6
Patrimonio Culturale		1							1
Programmazione, Budget e Controllo di Gestione				1		1		1	3
Risorse Umane e Organizzazione		2		2					4
Segreteria di Direzione				3					3
Studi e Ricerche		1		1					2
Tesoreria		1		2					3
Trasformazione Digitale, Sistemi Informativi e Protocollo		1	1						2
Totale	4	10	2	20	7	6	1	3	53

Nel budget sono valorizzate le assunzioni derivanti da procedure già avviate e con previsione di assunzione nel 2025, una di livello QA e una di livello 5.

Sede di Roma – Personale in avvalimento presso il Mitur: la proiezione dell'attuale organico a fine 2025 è di 67 risorse. Di seguito il dettaglio dell'organico:

Proiezione attuale organico al 31/12/2025	
Livello	Numero risorse
2	36
3	31
Totale	67

Assunzioni e cessazioni programmate: La valorizzazione del costo è stata effettuata sulla base della seguente previsione di inserimenti:

Livello	N Risorse
Dirigente	2
QA	1
Primo	1
Secondo	1
Terzo	10
Quarto	6
Totale	21

Non sono previste cessazioni per pensionamento nel corso del 2026.

Sedi estere: L'organico previsto a fine 2025 è pari a 37 risorse (entro 31 dicembre 2025) sono previste 2 cessazioni per pensionamento:

Sede	Proiezione attuale organico al 31/12/2025
Bruxelles	3
Buenos Aires	2
Francoforte	2
Londra	1
Los Angeles	1
Madrid	4
Monaco	1
New York	2
Parigi	6
Seoul	2
Stoccolma	2
Sydney	1
Tokyo	3
Toronto	2
Vienna	5
Totale	37

Assunzioni: La valorizzazione del costo è stata effettuata sulla base della seguente previsione di inserimenti:

Sede	N Risorse
Francoforte	3
Londra	2
Los Angeles	2
Monaco	2
New York	2
Stoccolma	2
Sydney	1
Tokyo	1
Toronto	2
Totale	17

GESTIONE E POLITICHE RETRIBUTIVE

Sede di Roma:

Sono state confermate le risorse economiche relative alla parte variabile della retribuzione, definita nella contrattazione di 2° livello, correlata ad incrementi di produttività e al raggiungimento degli obiettivi specifici. Il costo della retribuzione variabile sia degli impiegati sia dei dirigenti è stato valorizzato nel budget ipotizzando il raggiungimento degli obiettivi al 100%.

Relativamente alla voce variabile è stato valorizzato sulla base dei dati indicati dal servizio Appalti e Gare derivanti dalla programmazione degli acquisti e nei limiti di quanto disciplinato dal Codice degli Appalti, l'importo da destinare agli incentivi per le funzioni tecniche, ossia ai dipendenti che svolgono le attività tecniche necessarie alla realizzazione, gestione e conclusione di appalti, servizi e forniture.

È stato stimato che il ricorso al lavoro straordinario sia limitato alla percentuale massima del 20% del potenziale annuo previsto dalla normativa in materia di orario di lavoro per tutto il personale che può effettuare lavoro straordinario.

E' stato valorizzato il costo relativo alle progressioni retributive previste dal rinnovo della parte economica del CCNL Turismo settore alberghi per il 2026.

Per l'anno 2026 è stato stimato un costo da destinare agli aumenti di merito e progressioni retributive calcolato nella percentuale pari al 10% sul monte salari. Il piano degli aumenti di merito sarà definito sulla base di razionali di carattere organizzativo e valutativo.

Sedi estere:

Per il personale delle sedi estere è stata prevista una componente variabile in funzione degli obiettivi assegnati e raggiunti. Per le sedi estere, al pari della sede centrale, è stata considerata nel budget l'erogazione del premio potenziale massimo.

Sono state valorizzate le previsioni di adeguamento dovuto a rivalutazione degli stipendi, laddove previste contrattualmente.

FORMAZIONE

Il piano di formazione terrà conto della formazione obbligatoria prevista da normativa (in particolare la formazione in materia di sicurezza e salute sui luoghi di lavoro, la formazione relativa al modello 231 e la formazione necessaria prevista in materia di Appalti).

E' stata, inoltre valorizzato il costo della formazione per il personale per la realizzazione di formazione tecnica e/o comportamentale sulla base del piano formativo 2025-2026.

TRASFERTE

La valorizzazione delle spese per trasferta è stata effettuata tenendo conto del piano delle fiere approvato e dell'andamento del costo dell'anno precedente.

5. Alcune precisazioni sulla natura e sulla funzione del Budget

Il presente documento rappresenta lo strumento essenziale della programmazione economica della Società, ed integra una funzione autorizzativa costituendo il limite massimo e la condizione necessaria di efficacia degli impegni di spesa che possono essere assunti per ciascuno degli item rappresentati.

Per quanto concerne specificatamente le spese per erogazione dei servizi, l'importo indicato alla voce B) 7) a), che si riferisce ai costi da sostenere per acquisire i servizi destinati alle attività di marketing & promozione costituisce il plafond all'interno del quale saranno accolti gli impegni della relativa spesa.

Il Budget Economico Annuale è strettamente correlato alle azioni promozionali e agli interventi riportati nel corrispondente Piano delle Attività, illustrandone le dimensioni economiche di ricavo e di costo.

Trattasi, ovviamente di programmazione in uno scenario permeato da elevata incertezza ed in continua evoluzione, e che non ha tenuto conto degli impatti che potrebbero verificarsi sui risultati economici per effetto dell'assegnazione alla Società da parte del Ministero del Turismo delle risorse strumentali, necessarie per il perseguimento degli obiettivi, secondo quanto previsto dall'art. 25, comma 6 del D.L. 44/2023, ad oggi iscritte nel patrimonio di ENIT – Agenzia Nazionale per il Turismo.

6. Prospetto di Conto Economico Annuale BEA 2026

Budget Economico Annuale 2026

Il Direttore Generale

Elena Nembrini

L' Amministratore Delegato

Ivana Jelinic
