



## Tourism Hub scelta da Japan National Tourism Organization per le attività di promozione e comunicazione in Italia

14 aprile 2026 – Tourism Hub, agenzia di PR e Destination Marketing, è la nuova rappresentante di JNTO – Japan National Tourism Organization – per le attività di ufficio stampa e relazioni con i media, la comunicazione, le campagne e gli eventi rivolti al pubblico finale, oltre alla formazione del trade attraverso iniziative selezionate che si svolgeranno fino al primo trimestre del 2027.

L'agenzia torinese affiancherà JNTO nella promozione del Giappone, contribuendo alla narrazione e al posizionamento di una destinazione già molto amata dai viaggiatori italiani, che nel 2025 hanno sfiorato le 310.000 presenze.

Il programma di promozione per il 2026 pone al centro i luoghi meno esplorati del Giappone, quelli che ne custodiscono la bellezza più autentica. Prefetture lontane dai circuiti del turismo di massa e dagli itinerari più battuti, esperienze genuine che incarnano i valori più affascinanti della cultura giapponese e la restituiscono al visitatore attraverso ogni senso.

«La campagna di quest'anno "Heart of Japan" mette in risalto l'essenza più autentica del nostro meraviglioso Paese – la sua cultura, le tradizioni e le esperienze capaci di emozionare davvero, arrivando dritto al cuore», commenta **Ken Toyoda, direttore esecutivo per l'Italia di JNTO**. «Siamo lieti di rafforzare questo messaggio nel mercato italiano attraverso la collaborazione con Tourism Hub. La competenza dell'agenzia nei diversi ambiti della promozione – dalle media relation, agli eventi e ai contenuti rivolti al consumer, fino al fondamentale lavoro con il trade – rappresenta un valore aggiunto concreto alla nostra strategia».

Un'affinità di visione che ha guidato la scelta di Tourism Hub come partner ideale per questo mandato. L'agenzia apporterà un approccio editoriale alla promozione, costruendo narrazioni capaci di andare oltre la superficie della destinazione e di intercettare un pubblico di viaggiatori sempre più attento alla qualità dell'esperienza. Un turismo lento, curioso e responsabile, che trova nel Giappone meno raccontato il suo terreno più fertile.

«Siamo onorati di essere stati scelti da JNTO per questa sfida così stimolante, dove l'obiettivo non è soltanto promuovere una destinazione dall'incredibile bellezza e dalle infinite suggestioni – dalla natura alla cultura, dalla spiritualità alla cucina – ma soprattutto accompagnare il viaggiatore italiano verso scelte più consapevoli», aggiunge **Matteo Prato, CEO di Tourism Hub**. «Il turismo responsabile inizia proprio da qui e siamo felici di poter contribuire in prima linea a guidare un modo di viaggiare diverso, che privilegia la scoperta alla viralità e la profondità dell'esperienza alla logica della lista da spuntare. Le finalità della campagna di quest'anno rispecchiano pienamente il nostro approccio, e non vediamo l'ora di aprire nuove conversazioni con media, agenzie di viaggio, tour operator e viaggiatori attraverso attività pensate su misura per ciascuno di loro».

Contatti stampa:

Tourism Hub | Email: [info@tourismhub.it](mailto:info@tourismhub.it) | Mobile: +39 393 1400168