

SPECIALE TTG 2024

HOSPITALITY DAY:
I DATI DI GOOGLE E BOOKING

HOTEL DI LUSSO:
100 NUOVI ALBERGHI IN 3 ANNI

**LE BOCHE DELLA
VERITAS**



LE BOCHE DELLA VERITAS

Il tema di questa edizione del TTG Travel Experience, **Veritas**, mi ha fatto sperare ci fosse una Bocca della Verità all'ingresso della fiera di Rimini in cui chiunque avesse avuto intenzione di fare una considerazione sul turismo avrebbe dovuto infilare il braccio e dichiarare nient'altro che la verità per riaverlo indietro intonso. Di fronte a questa minaccia, vorrei sentire di nuovo ripetere le tante verità che abbiamo letto nelle ultime settimane: come le compagnie di crociera che negano di avere responsabilità nel sovraffollamento delle destinazioni perché loro i flussi li programmano con anticipo. Certo, tutti lo stesso giorno, ma con anticipo. Oppure lo scontento da parte dei rappresentanti dei balneari nell'aver avuto l'ennesima proroga delle proprie concessioni. Vorrei risentire anche la verità dei tassisti di fronte alla possibilità che vengano concesse nuove licenze: chissà che circo faranno quando scopriranno di non poter guidare i taxi volanti. Voglio la verità sugli scioperi dichiarati sempre al venerdì e sul binario dei treni ad Alta Velocità che viene svelato sempre all'ultimo secondo per tenere i business traveller allenati. Voglio la verità sul check-in dei treni regionali, abolito dopo un anno di follia. Voglio ascoltare ancora tour operator raccontarmi del ritorno dei giovani in agenzia, destinazioni che decidono in autonomia di essere sicure, compagnie aeree snocciolare i loro record di sostenibilità e albergatori inveire contro gli affitti brevi mentre investono su qualche appartamento. E col sottofondo di Annalisa che canta "Sinceramente" vi chiedo: dovendo ripetere quanto detto da qualcuna di queste Bocche della Veritas, voi la infilereste la mano?



Domenico Palladino

DIRETTORE EDITORIALE



[VISITTUSCANY.COM](http://visittuscany.com)

**“Voglio vivere una
vacanza che lascia il segno,
non l’impronta.”**

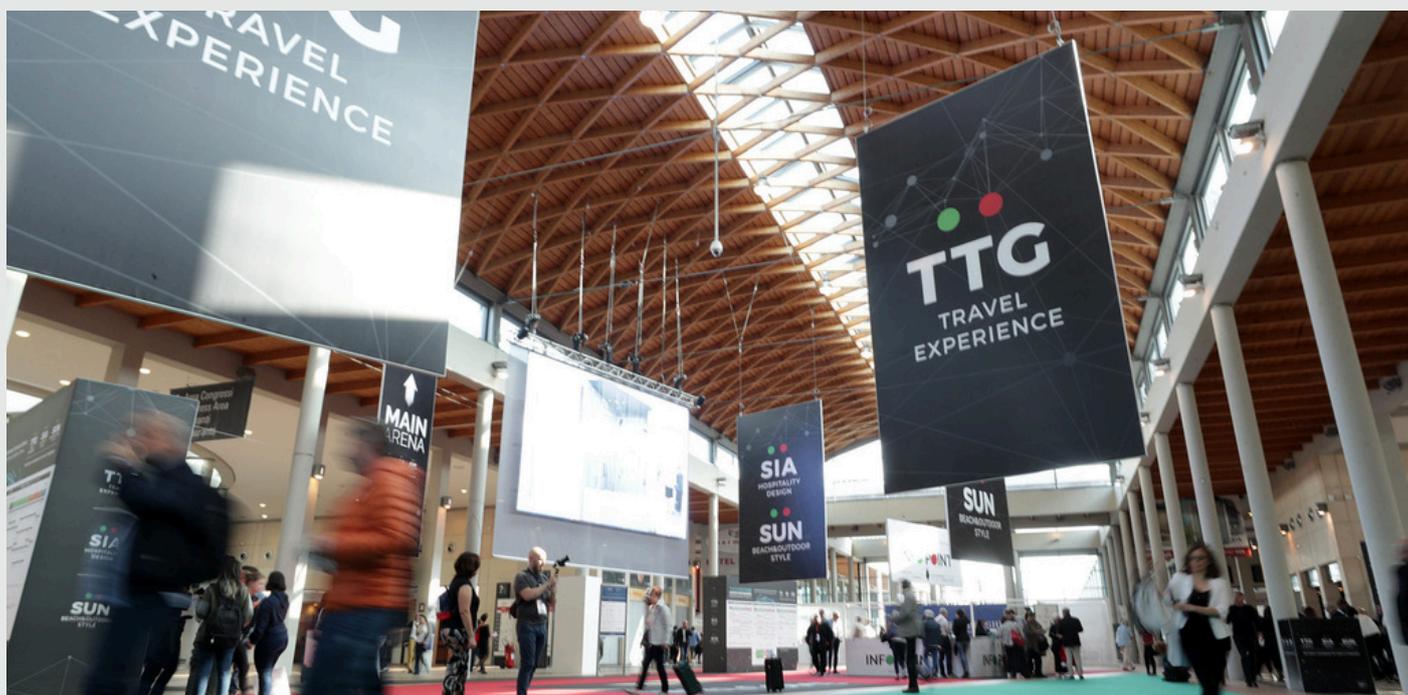
TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



“

CON TTG TRAVEL EXPERIENCE E INOUT LA FIERA DI RIMINI DIVENTA IL CENTRO NEVRALGICO DEL TURISMO

TTG Travel Experience e InOut|The Contract Community sono partite. Dal 9 all'11 ottobre alla Fiera di Rimini ci sono oltre 2.700 espositori, più di 1.000 buyer provenienti da 75 Paesi, 55 start-up con le migliori innovazioni di settore e più di 250 speaker che intervengono negli oltre 200 talk sui palchi delle 9 Aree dedicate a confronti e dibattiti.

Un ricco programma con ospiti di fama internazionale in cui si parlerà dello stato attuale del turismo, partendo dai **dati più recenti**: la stagione estiva 2024 infatti restituisce un bilancio positivo per l'Italia, con oltre 215 milioni di presenze, secondo i dati Fipe-Confindustria, e una crescita dell'1,6% rispetto all'estate 2023.

Diversi i **talk di riferimento**: si parte mercoledì 9 alle ore 12 con la opening ceremony (Main Arena, hall Sud) alla quale prenderanno parte importanti figure istituzionali per proseguire alle 14,30 con Turismo territoriale e portali: la verità dietro i numeri in programma alla Village Arena (padiglione A2). Mentre, analizzando gli scenari dei prossimi anni, occorre segnalare sempre mercoledì 9 alle 16,30 **Travel&Hospitality Vision +25** by TTG (Main Arena), con la rilevazione dei segnali che orienteranno le scelte del mercato turistico nei prossimi 3 anni.

Ancora, giovedì 10 è da non perdere **In dato Veritas**: i 5 trend di consumo del mercato turistico (Main Arena, 11-13) in un'analisi realizzata dall'Osservatorio Travel del Politecnico di Milano. Infine, Turismo obiettivo 2035: momento della verità e nuove sfide con Carlo Sangalli, presidente di Confindustria-Imprese per l'Italia (Main Arena, mercoledì 10 alle 15,30).

Spazio anche a prestigiosi riconoscimenti, come il concorso Nona edizione Oscar degli stabilimenti balneari 'Best Beach' (Beach Arena, Padiglione B7-D7, dalle 16,20 alle 17,30) promosso dal portale online di riferimento Best Beach, o il **TTG Star 2024** personaggio dell'anno selezionati dalla redazione e dal direttore di TTG Italia e InOut Review, Remo Vangelista. Infine, da segnalare anche importanti dibattiti come **Tourism Dream Gap**: la verità sulla leadership femminile nelle imprese del turismo (giovedì 10 ottobre, 14,20-15,20 alla Main Arena) o La verità sui Millenials e Gen Z: come trovare un'intesa tra chi offre e cerca lavoro (venerdì 11 ottobre dalle 12,10 alle 13,10 alla Village Arena, padiglione A2).

A HOSPITALITY DAY 2024 I DATI DI BOOKING E GOOGLE: USA E INDIA I MERCATI SU CUI INVESTIRE

L'edizione 2024 dell'**Hospitality Day**, il più importante evento italiano dedicato all'ospitalità organizzato da Teamwork, è andata in scena l'8 ottobre al Palacongressi di Rimini, e ha evidenziato numerose novità e tendenze chiave del settore dell'ospitalità, offrendo un ampio spettro di seminari e workshop interattivi che hanno abbracciato i più recenti sviluppi e sfide del settore.

In particolare durante la giornata, **Fabio Galetto**, sales director travel di **Google** ha presentato delle statistiche interessanti, basate sui dati UNWTO, delineando i cambiamenti nei flussi turistici globali previsti per il 2040. Le previsioni indicano che i principali paesi di provenienza dei turisti saranno la Cina con 310 milioni di viaggiatori, seguita dagli USA con 260 milioni, il Regno Unito e l'India, entrambi con 145 milioni di visitatori. Ci sarà dunque una crescita impressionante del 440% per l'India, mentre si assisterà a un declino nel turismo dalla Russia. Utili indicazioni che ci dicono dove bisogna investire nei prossimi anni, privilegiando in particolare il mercato USA, che resterà una sicurezza e il mercato indiano, che avrà la crescita più alta. Nell'affrontare questi due mercati Google ha dato due suggerimenti: sugli USA ha fatto notare come i consumatori sono disposti a pagare prezzi più alti verso brand di cui si fidano, mentre in India la problematica può essere di lingua dato che non tutto il Paese parla inglese. Per quanto riguarda le destinazioni di arrivo, la Spagna manterrà il primato con 110 milioni di visitatori, seguita da Francia, USA, Cina e Messico, tutti al di sopra dei 90 milioni di visitatori. L'Italia, che precedentemente occupava la quinta posizione, scenderà al sesto posto ma a poca distanza dalla top five. Emergono come destinazioni di forte crescita anche gli Emirati Arabi Uniti e l'Arabia Saudita, segno che gli investimenti fatti sui grandi eventi e sulla promozione del turismo stanno pagando.

Altri dati sono arrivati dall'intervento di **Cristina Spata di Booking.com** dove si è invece ha evidenziata l'importanza crescente dei social media come nuovi motori di ricerca per la Generazione Z, con piattaforme come TikTok che dominano l'engagement degli utenti con una media giornaliera che tocca i 70 minuti e 20 aperture dell'app al giorno. Le statistiche mostrano che il 48% degli utenti si fida delle raccomandazioni di viaggio proposte dall'AI, con una tendenza ancora più marcata tra i più giovani con punte che superano il 50% tra Gen Z e Millennials.

Booking ha sottolineato anche il ruolo predominante del mobile nelle prenotazioni, con il 53% degli utenti che ora prenota tramite app, evidenziando un incremento del 6% rispetto all'anno precedente nell'ultimo trimestre. Questo trend sottolinea la necessità per gli operatori del settore di adattarsi rapidamente alle nuove tecnologie come l'AI generativa e andare incontro alle preferenze dei consumatori che cercano iper personalizzazione ed esperienze memorabili.

A proposito di AI, nel panel "Digital Market Act, Digital Services Act e Intelligenza Artificiale", moderato da Vinicio Borsi, **Giancarlo Colla**, Destination Engineer di Google, ha spiegato: "Un esempio interessante di applicazione dell'intelligenza artificiale generativa è quello sviluppato da Puma, che ritengo adattabile anche al settore dell'hospitality. In questo caso, Puma utilizza l'AI per generare immagini geolocalizzate a seconda del mercato di destinazione della campagna di marketing. Ad esempio, vengono create immagini che mostrano ragazzi e ragazze indossare le loro sneakers in contesti che riflettono l'ambientazione locale, come l'India o gli Stati Uniti, con l'intelligenza artificiale che genera ambientazioni specifiche per ciascun mercato. Questo approccio potrebbe essere interessante anche nel contesto della geolocalizzazione nel settore hospitality. Un'altra applicazione significativa dell'AI generativa, specificamente nell'ambito dell'hospitality, è il caso di Alaska Airlines. Questa azienda ha sviluppato un sistema conversazionale basato sull'AI che consente ai clienti di organizzare una vacanza attraverso richieste dirette. Alaska Airlines permette di accedere ai propri database interni per prenotare servizi come alloggio, noleggio auto e trasporti, tutto tramite una conversazione con l'intelligenza artificiale. In questo modo, l'utente può ricevere tutte le informazioni necessarie e completare la prenotazione direttamente dall'app, semplificando l'intero processo".

Insomma, l'AI al centro dei processi di marketing, ma come ha ricordato Fabio Galetto, noi non combattiamo contro l'Intelligenza Artificiale, ma contro altri marketers che la usano. In chiusura di giornata anche il nostro panel di Qualitytravel, media partner dell'evento, sul tema: "Dal Talento alla Leadership, il futuro delle donne dell'ospitalità" in cui è intervenuta il CEO di BWH Hotels Italia & Malta, **Sara Digiesi**, che raccontando il suo percorso professionale, ha ricordato l'importanza di formarsi in competenze che non solo seguono le proprie passioni, ma che anche sono richieste dal mercato.

CATENE DI HOTEL IN ITALIA: AFFILIAZIONI IN CRESCITA, 100 NUOVI HOTEL DI LUSO IN TRE ANNI

Come ogni semestre, **THRENDS** ha pubblicato l'aggiornamento sulle catene alberghiere in Italia attraverso il suo Chains Monitor Italy, strumento che tiene traccia delle nuove affiliazioni alle catene nazionali e internazionali, delle disaffiliazioni più recenti e della pipeline di nuovi progetti per i prossimi tre anni. Tra il primo e il terzo trimestre del 2024, sono state registrate circa 254 nuove affiliazioni, il 43% delle quali nel segmento upscale (alto di gamma). Parallelamente, 38 hotel si sono sganciate da una catena nello stesso periodo: la maggioranza appartiene sempre al segmento upscale (42%) e a catene italiane (70%).

Nel periodo compreso tra il 2024 e il 2027, sono già previsti circa **272 progetti di sviluppo** e/o affiliazione, con una prevalenza nel segmento upscale (42%) e una netta maggioranza (65%) di affiliazioni a gruppi internazionali.

La pipeline include nello specifico: - 3 hotel nel segmento economy; - 25 hotel nel segmento midscale; - 114 hotel nel segmento upscale; - 100 hotel nel segmento lusso; - 12 proprietà turistiche con un totale di 245 appartamenti per soggiorni brevi e lunghi; - e 18 hotel in fase di sviluppo, il cui segmento non è ancora stato definito.

Del totale dei nuovi progetti, il 35% riguarderà gruppi nazionali, mentre il restante 65% vedrà l'apertura o l'affiliazione a gruppi internazionali, tra cui predominano le catene statunitensi (38%), francesi (14%) e inglesi (8%).

Le regioni che assisteranno al maggior numero di nuove aperture sono la Lombardia (21%), il Lazio (18%), il Veneto (13%), la Toscana (8%) e la Sicilia (7%). Le destinazioni principali saranno Roma (15%), Milano (12%), Venezia (5%), Firenze (4%) e Cortina d'Ampezzo (3%).

Per quanto riguarda la **tipologia di destinazioni**, la maggior parte dei progetti sarà collocata in città d'arte (35%), seguite da mete di svago (24%), destinazioni sole & mare (16%) e business (13%). A partire dal terzo trimestre del 2024, in Italia si contano 2.447 hotel di catena, per un totale di 231.000 camere. Solo tra il primo e il terzo trimestre del 2024, sono stati aperti ulteriori 254 hotel. Il numero di camere offerte dagli hotel di catena è in crescita costante dal 2013, con un incremento impressionante del +58% (Q3 2024 rispetto al 2013). Tuttavia, nonostante questa crescita, l'Italia rimane uno dei paesi europei con il più basso tasso di penetrazione delle catene (CPR): 21,6% in termini di camere e 7,6% in termini di numero di hotel.



Anche quest'anno **Lindbergh Hotels** conferma la sua presenza alla fiera, che sarà l'occasione per il Gruppo alberghiero di continuare il suo percorso di promozione e valorizzazione delle sue strutture, ad oggi 8: l'Excelsior SPA & Lido (5*), il Nautilus Family Hotel (4*) e il Charlie Urban Hotel (4*) a Pesaro, nelle Marche; La Meridiana Bleisure Hotel (4*) a Perugia in Umbria; il Grand Hotel San Pietro (5*L) di Taormina, il Sikania Eco Resort (4*) a Marina di Butera, il Modica Beach Resort (4*) a Marina di Modica, in Sicilia e Homie Hotel, a Rimini, l'ultimo arrivato in casa Lindbergh Hotels. Per tutte e tre le giornate Lindbergh Hotels sarà presente per parlare con turisti e operatori del settore e mostrare loro le diverse strutture del gruppo presenti sul territorio italiano, le peculiarità e offerte che ogni struttura propone e, più in generale, le sfide che attendono il Gruppo. Lindbergh Hotels sarà presente sia nello stand della regione Marche sia nella regione Umbria.



Gruppo UNA ha annunciato l'affiliazione del prestigioso **Grand Hotel di Parma** alla sua collezione UNA Esperienze, segnando il debutto del gruppo nella città di Parma e ampliando il suo portfolio a 54 strutture. Ospitato nello storico Palazzo Vighi, l'elegante hotel 5 stelle rappresenta un perfetto equilibrio tra antico e moderno, offrendo un'esperienza esclusiva ai suoi ospiti, grazie a 59 camere lussuose e a un ampio giardino di 10.000 mq.

Giorgio Marchegiani, AD di Gruppo UNA, ha commentato: "Questa nuova affiliazione arricchisce la nostra offerta in una regione strategica come l'Emilia-Romagna e riflette i valori di ospitalità e autenticità del nostro brand." Con spazi dedicati a meeting, eventi e una raffinata offerta gastronomica, il Grand Hotel di Parma | UNA Esperienze si afferma come una nuova eccellenza per i viaggiatori più esigenti.



Nel 2025, **Leonardo Hotels** inaugurerà due nuove strutture nella capitale: il NYX Hotel Rome e il Leonardo Boutique Hotel Rome Monti. Il NYX Hotel Rome, situato nel quartiere Prati, è frutto della ristrutturazione dell'Hotel Cicerone, con un investimento di 20 milioni di euro. La struttura, con 300 camere, un ristorante e spazi meeting, si distinguerà per l'attenzione all'arte e alla cultura locale, offrendo una destinazione ideale per turisti e viaggiatori d'affari. Il Leonardo Boutique Hotel Rome Monti, in apertura il 1° febbraio 2025, sarà un boutique hotel con 80 camere, una spa e una terrazza panoramica, situato nel cuore dello storico quartiere Monti. Entrambe le strutture arricchiscono l'offerta di Leonardo Hotels nella capitale, puntando su design e servizi innovativi.



Due player storici del settore assicurativo, **Insurance Travel (I4T) e Borghini e Cossa**, si uniscono per il TTTG Travel Experience 2024, offrendo un pacchetto integrato di soluzioni assicurative per il settore turistico. Le due aziende, con una lunga tradizione alle spalle, mirano a rispondere alle sfide attuali del turismo con polizze personalizzate, coperture per i rischi legati ai trasporti e nuove proposte per le nicchie di mercato come i soggiorni a lungo termine e i viaggi studio. **Christian Garrone** di Insurance Travel sottolinea la crescita del settore post-pandemico, con un aumento del 15% nel volume d'affari nei primi otto mesi del 2024. **Michele Cossa**, di Borghini e Cossa, evidenzia invece l'interesse crescente per le coperture legate alla tutela legale e al welfare aziendale, settori sempre più cruciali per la sostenibilità del business. Il TTTG 2024 sarà un'occasione per scoprire le nuove soluzioni proposte dalle due aziende per supportare l'industria turistica nel contesto attuale.



Allianz Partners presenterà la rinnovata gamma di soluzioni **Globy**, pensata per offrire una protezione su misura ai viaggiatori.

La gamma classica **Globy Rosso, Verde e Giallo** si arricchisce, affiancata da soluzioni innovative come **Globy Crociere**, per gli amanti delle crociere, e **Globy Sport**, per chi viaggia per attività sportive. La neonata linea **Globy Essential** risponde invece al desiderio di prodotti assicurativi semplici e accessibili. Durante l'evento, Allianz Partners illustrerà anche le funzionalità della piattaforma digitale **allyz Travel**, che semplifica ogni fase del viaggio con servizi come il trip planner e la Doctor Chat. L'evento dedicato alla presentazione delle novità si terrà il 9 ottobre alle ore 16:00 presso lo stand nel Padiglione A3 - Stand 437.

Nobis Assicurazioni sarà presente alla 61ª edizione del TTTG Travel Experience nel Padiglione A3, Stand 334. L'evento sarà l'occasione per presentare agli operatori del settore le soluzioni assicurative più avanzate e rispondere alle nuove esigenze del mercato turistico.

Secondo **Stefano Pedrone**, Direttore della Business Unit Turismo di Nobis, il 2024 segna una significativa ripresa del settore, con un aumento stimato del 25% nelle vendite delle polizze viaggio rispetto al 2023. In un contesto globale caratterizzato da tensioni internazionali e cambiamenti climatici, la sicurezza personale e la protezione dei viaggiatori sono diventate priorità imprescindibili. Nobis si distingue per essere stata una delle prime compagnie a includere nella copertura delle polizze viaggio anche cause di annullamento legate a atti terroristici e eventi climatici estremi, garantendo ai viaggiatori la possibilità di cancellare i propri viaggi in caso di impossibilità di raggiungere la destinazione. Al TTTG, Nobis presenterà soluzioni come **Nobis Easy**, la polizza individuale che protegge qualsiasi tipo di viaggio, e **Nobis Travel**, pensata per Tour Operator e agenzie di viaggi organizzati.



Il **Gruppo Nicolaus** con Valtur presenta al TTG una novità di prodotto, nonché prossima apertura dell'estate 2025: il Valtur Gallipoli Beach Resort & SPA, nuovissimo resort che andrà ad arricchire la proposta della linea Valtur Lifestyle al mare. 120 camere, 2 ristoranti, 2 bar e un rooftop bar su una terrazza panoramica con piscina: questi, alcuni dei servizi offerti dal resort che si affaccia su 1,5 km di spiagge di sabbia bianca finissima, nei dintorni di Gallipoli.

Altra novità riguarda il **nuovo catalogo Valtur** winter 2024/25 che presenteremo al trade in occasione del TTG: Riconferma e grande opportunità commerciale, è la promozione "Crazy Days of Summer 2025" che ritorna anche quest'anno e, a partire dal 15 ottobre, darà il via al periodo di advance booking per la prenotazione delle vacanze per la stagione estiva 2025.



Il 2024 sarà un anno di importanti novità per **Gruppo Fruit**, con i suoi brand FruitVillage e InViaggi pronti a rispondere alle crescenti esigenze del mercato turistico. FruitVillage consoliderà la sua presenza in Italia e all'estero, con nuove strutture in destinazioni chiave come Egitto, Turchia e Tunisia. InViaggi, sotto la nuova direzione di Alberto Giorgio, lancerà nuovi prodotti tra cui spiccano: **InClub**: una selezione di strutture in esclusiva, in Italia ed all'estero, che offrono un'esperienza di vacanza immersiva, orientata non solo al relax. **InTrip**: una proposta di viaggi generalisti a medio e lungo raggio, pensata per chi cerca un'ampia varietà di destinazioni e itinerari. **InTour**: una gamma di tour esperienziali che, per il momento, copre destinazioni come Egitto, Turchia e Marocco, ma che presto si arricchirà di nuove mete culturali. I tour sono studiati per offrire un'immersione profonda nelle tradizioni e nella storia delle destinazioni proposte, con esperienze autentiche e memorabili.



ASTOI Confindustria Viaggi conferma la sua partecipazione al TTG Travel Experience 2024 con il suo ormai consolidato Villaggio ASTOI, uno spazio espositivo di 900 mq che ospiterà numerosi soci, tra cui Alpitour, Costa Crociere, Futura Vacanze, Veratour e molti altri. Questo spazio collettivo mira a favorire la collaborazione tra professionisti e a creare sinergie con le Agenzie di Viaggio e il mercato turistico.

Il 10 ottobre si terrà l'atteso ASTOI Party, organizzato da Stefano Pompili, che vedrà la partecipazione di circa 900 professionisti del settore. L'evento, ospitato presso il Rockisland di Rimini, sarà un'occasione per celebrare e consolidare le relazioni tra gli operatori del turismo.

Pier Ezhaya, Presidente di ASTOI, ha sottolineato l'importanza di iniziative che promuovano coesione e coinvolgimento all'interno del settore, superando le divisioni e rafforzando il mercato.



Easyweeks, tour operator specializzato nel Nord Europa e fondato 13 anni fa da un team di donne, parteciperà alla TTG Travel Experience 2024 al Padiglione C1, Stand 138-203. Il 2024 si prospetta come un anno di importanti novità per il brand, con una diversificazione non solo delle destinazioni ma anche dei target di viaggiatori. Tra le nuove proposte si segnala l'area dedicata all'Eco-Luxury, in arrivo entro fine 2024, che offrirà esperienze esclusive basate sulla sostenibilità ambientale.

Gianna Forlastro, Managing Director di Easyweeks, ha sottolineato la crescita del tour operator, che ha superato i risultati del 2023 già nel primo semestre del 2024, grazie a una maggiore attenzione per il turismo sostenibile e l'immersione culturale. Tra le destinazioni più richieste spiccano i Paesi del Nord Europa, con itinerari unici come la rotta Artica in bus e le Isole Lofoten. Il 2024 sarà inoltre un anno favorevole per ammirare le aurore boreali, grazie a una forte attività solare che promette spettacolari fenomeni visibili anche a latitudini insolite.

Easyweeks amplia anche l'offerta con destinazioni in Centro e Sud America, e isole come Seychelles e Mauritius, offrendo esperienze di viaggio autentiche e immersive.



African Explorer torna al TTG Travel Experience 2024 con uno stand all'interno dell'African Village, Padiglione C2. La società, con oltre cinquant'anni di esperienza nei viaggi verso l'Africa, è guidata da Alessandro Simonetti.

Per le festività natalizie e di fine anno, African Explorer offre viaggi esclusivi in Namibia, Sudafrica, Tanzania, Kenya, Marocco e Madagascar. Queste destinazioni sono scelte per la loro proposta di viaggi responsabili che rispettano le comunità locali. Tra le novità, per il 2025 African Explorer includerà la Tunisia nel suo catalogo, accanto a Marocco ed Egitto, come parte dell'offerta per l'Africa Mediterranea. Parallelamente, il marchio World Explorer sottolinea un incremento dell'interesse per il Giappone e conferma la popolarità di destinazioni come Indonesia, Bali e India, arricchendo il catalogo con il ritorno dello Sri Lanka tra le opzioni di viaggio.



Anche quest'anno, **Welcome Travel Group** conferma la propria partecipazione a TTG Travel Experience: la presenza in fiera rappresenterà un momento importante di incontro e condivisione tra la Direzione del Network, le Agenzie e i Partner, grazie alla significativa partecipazione di tutti gli attori del settore.

Nel suo ampio spazio espositivo, situato nel Padiglione A3 Stand 139-202, Welcome Travel Group ospiterà i brand Welcome Travel e Geo Travel Network.

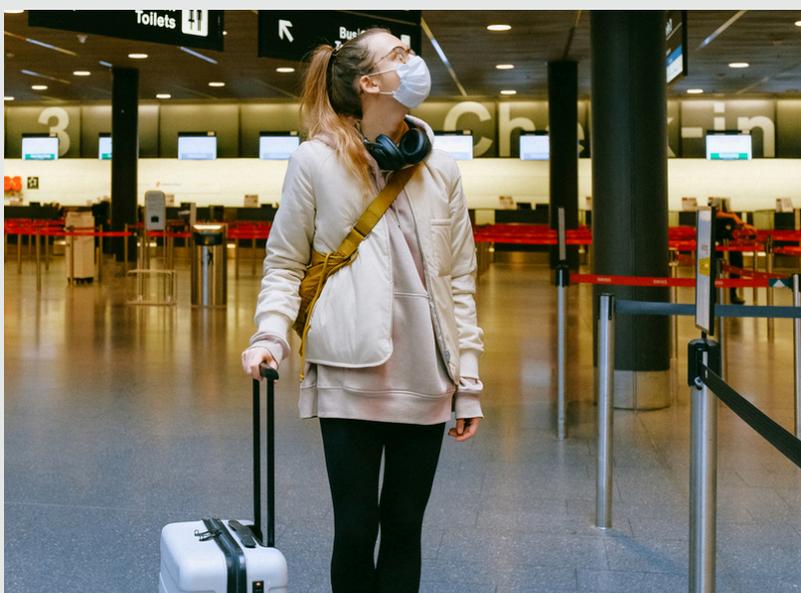
“Abbiamo confermato la nostra partecipazione a TTG Travel Experience perché riteniamo sia una manifestazione di grande importanza che offre sempre opportunità interessanti di confronto e condivisione nel business - **dichiara Adriano Apicella**, Amministratore Delegato di Welcome Travel Group -. La kermesse riminese ci darà l'opportunità di incontrare sia le nostre Agenzie consolidate sia quelle nuove che si avvicinano al Network, oltre alla maggior parte dei Partner commerciali che ci supportano in questo percorso e condividono sfide e obiettivi”.



EGYPTAIR, la compagnia di bandiera dell'Egitto, sarà presente al TTG Travel Experience 2024 per rafforzare la sua relazione con il mercato italiano. Con oltre 60 anni di operatività in Italia, EGYPTAIR ha trasportato nell'ultimo anno più di 265.000 passeggeri, collegando Roma e Milano con il Cairo tramite 24 voli settimanali.

Durante l'estate 2024, la compagnia ha registrato una crescita del 5,8% nel traffico dall'Italia, con un load factor medio del 73%. Inoltre, grazie al Cairo Hub, vero snodo verso l'Africa, EGYPTAIR ha ottenuto il riconoscimento di Most Improved Airline in Africa agli SKYTRAX Award 2024.

La compagnia, presente al Padiglione C3, Stand 230, presenterà i suoi piani di espansione con nuovi aeromobili e un focus sulle destinazioni africane, sempre più richieste dai viaggiatori italiani.



ANA (All Nippon Airways), compagnia aerea giapponese, sarà presente al TTG Travel Experience per annunciare il nuovo volo diretto Milano Malpensa-Tokyo Haneda, operativo a partire dal 3 dicembre 2024. Il collegamento sarà offerto tre volte alla settimana, il martedì, giovedì e domenica, con un Boeing 787-9 configurato in tre classi: 48 posti in Business, 21 in Premium Economy e 146 in Economy. Viviana Reali, Deputy General Manager Italia, ha dichiarato: "Dal 3 dicembre sarà possibile volare senza scali da Milano a Tokyo Haneda, a soli 30 minuti dal centro della capitale giapponese e ben collegato con tutta la rete di trasporti della città e dell'Asia-Pacifico". Il volo offrirà un'esperienza che incarna la tradizionale ospitalità giapponese, l'omotenashi, con un servizio che anticipa i desideri dei passeggeri, rendendo ogni viaggio un'immersione nella cultura nipponica.

ANA sarà presente presso lo stand del Giappone: Padiglione C3, Stand 131-210.

Air Transat, compagnia aerea canadese rappresentata in Italia da Rephouse GSA, sarà presente al TTG Travel Experience 2024, dal 9 all'11 ottobre presso il Padiglione C3, Stand 526. Come ogni anno, la compagnia rinnova il suo impegno verso il mercato italiano, annunciando una serie di novità per il 2025. Tiziana Della Serra, Managing Director di Rephouse GSA, ha sottolineato l'importanza dell'evento per il trade: "Siamo entusiasti di partecipare nuovamente al TTG per presentare le nostre rotte e le opportunità offerte dall'Italia al Canada. A partire dal 2 maggio 2025, Air Transat opererà voli diretti da tre aeroporti italiani: Roma Fiumicino, Venezia e Lamezia Terme, con destinazioni Toronto e Montréal."

Nuove rotte e frequenze 2025

- Roma Fiumicino: fino a 14 voli settimanali per Toronto e Montréal
- Venezia: fino a 4 voli settimanali per Toronto e Montréal
- Lamezia Terme: 1 volo settimanale per Toronto

Air Transat opererà con gli Airbus A330-200 e A330-300, offrendo un servizio di bordo in due classi, Economy e Club Class, con pasti inclusi e intrattenimento personalizzato.



Avis Budget Group presenta i prodotti dei marchi AVIS e Maggiore. Tra le novità più attese, Avis presenterà la Promo OverCommission, una tariffa all-inclusive per noleggi in Italia, Spagna, Portogallo, Grecia, Norvegia, Svezia e Danimarca, che consente alle agenzie di viaggio di ottenere una commissione del 20%. Questa promozione, valida fino al 30 novembre 2024, offre chilometri illimitati, copertura totale per danni e furti, protezione cristalli e inclusione del secondo guidatore senza costi aggiuntivi.

Per i noleggi a lungo termine, Avis propone inoltre AVIS Flex, una formula plurimensile con una commissione del 10%, per noleggi fino a 11 mesi. Maggiore, invece, si distingue con una piattaforma di prenotazioni dedicata e un'assistenza costante tramite un Account Manager e un Sales Support Team, pensata appositamente per le agenzie. Avis Budget Group sarà presente al Padiglione 3, Stand 336-404.



La Compagnie a Rimini insieme all'associazione Visit USA ed i suoi partner, presso il padiglione C3 – stand 537, occasione di incontrare il trade ed i partner del mercato italiano che già conoscono la realtà della compagnia 100% business class, ma anche per promuovere la propria esclusiva offerta di viaggio.

“Dopo aver celebrato la scorsa primavera il primo anno di operatività del nostro volo diretto Milano – New York con ottimi risultati, siamo entusiasti di portare sul mercato la nostra sempre più consolidata realtà di viaggio insieme alle prossime iniziative a bordo e ai piani di sviluppo previsti per il futuro della compagnia”, afferma **Maurizio Veri**, Sales Manager di La Compagnie in Italia che sarà presente a TTG. “Tra questi, il nostro programma “Chef & Co”, rilanciato proprio a partire da questo mese, in cui tre diversi chef stellati italiani si alterneranno tra l’autunno e la prossima primavera per la creazione dei menu stagionali di bordo”.



GNV fissa per lunedì 14 ottobre la data di apertura delle vendite per i viaggi dell'estate 2025. L'annuncio arriva in occasione della fiera TTG Travel Experience 2024 a Rimini. A partire dalla data di apertura delle vendite verrà attivata una importante promozione per premiare coloro che sceglieranno di prenotare con anticipo i propri viaggi in traghetto: da lunedì 14 a martedì 29 ottobre 2024 sarà infatti possibile godere di uno sconto del 40% sulle traversate in programma da giugno a settembre 2025 per tutti i collegamenti operati dalla Compagnia, ad esclusione delle linee che servono le Baleari.

“Ottobre quest'anno non è solo il mese dell'apertura delle vendite per la prossima estate, ma anche quello della finalizzazione e completa operatività della nuova piattaforma per le agenzie GNV Booking. Uno strumento altamente performante che a partire dal primo del mese è a disposizione di tutti gli agenti di viaggio con l'obiettivo di semplificare ed efficientare al massimo le operazioni di gestione delle prenotazioni. Una conferma del nostro impegno concreto a supporto di quello che rappresenta per GNV il primo e più importante canale di vendita e tramite con il passeggero. – afferma **Matteo Della Valle**, Chief Passengers Commercial Officer di GNV.





“

CROAZIA AL TTG PER DESTAGIONALIZZARE

L'Ente Nazionale Croato per il Turismo anche quest'anno riconferma la propria presenza alla fiera TTG Travel Experience con uno stand di 64 mq al Padiglione C1 stand 235/306.

Oltre all'offerta generale, i co-espositori, gli Enti Turistici della Regione del Quarnaro, della Riviera di Crikvenica, la compagnia di navigazione Jadrolinija, il Parco Nazionale dei laghi di Plitvice e le agenzie turistiche/tour operator Amber Travel, ID Riva Tours, Katarina line, l'azienda alberghiera Jadran Hotels & Camps e le cliniche dentali Adria Dental Group presenti sul nostro stand, proporranno i loro prodotti programmi ed eventi.

Gli obiettivi e le priorità dell'offerta turistica croata è la "destagionalizzazione" attraverso la promozione delle potenzialità del Paese che non offre solo mare ma anche arte, cultura, turismo all'aria aperta, enogastronomia, turismo sanitario e wellness, turismo attivo, cicloturismo, congressuale, trekking, il tutto accompagnato da una natura bellissima, da aria pulita e da un'attenzione particolare alle tematiche del rispetto ambientale.

"La nostra stagione turistica è ancora in corso. Secondo i dati del sistema eVisitor, al 31 agosto 2024 in Croazia sono stati raggiunti 16,9 milioni di arrivi e 89,4 milioni di pernottamenti, ovvero il 4% in più di arrivi e l'1% in più di pernottamenti rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, mentre in agosto abbiamo registrato 265mila arrivi in più rispetto ad agosto dello scorso anno" ha dichiarato **Kristjan Staničić**, direttore generale dell'Ente Nazionale Croato per il Turismo.

"Sono ormai alle spalle i principali mesi estivi, ovvero il picco dell'anno turistico, durante il quale abbiamo mantenuto con successo trend positivi. Lo conferma meglio il mese di agosto, durante il quale nel nostro Paese sono stati realizzati 4,9 milioni di arrivi e 31,6 milioni di pernottamenti. Rispetto all'anno scorso si tratta di una crescita degli arrivi del 5%, mentre i pernottamenti sono rimasti ai livelli dello scorso agosto. Per quanto riguarda gli italiani, quest'anno le loro mete preferite sono state Opatija, Crikvenica, Zara, Spalato, Dubrovnik" ha affermato **Viviana Vukelić**, direttrice dell'Ente Nazionale Croato per il Turismo in Italia.

L'Ente Nazionale Polacco per il Turismo promuove la Polonia come destinazione in cui modernità e storia millenaria si fondono in un contesto dinamico. Le città come Varsavia, Cracovia, e Danzica, mostrano un equilibrio tra passato e innovazione, offrendo architetture sostenibili e spazi invitanti per esperienze tranquille e autentiche.

Durante il primo semestre del 2024, la Polonia ha accolto 320.000 visitatori italiani, con una spesa totale di 206 milioni di euro, segno di un interesse crescente.

L'Ente Nazionale Polacco per il Turismo continuerà a promuovere la destinazione attraverso Fam Trip e progetti di co-marketing con tour operator, per rafforzare ulteriormente i legami con il mercato italiano. La futura campagna 'coolcation' mirerà a valorizzare le località naturali meno conosciute e sostenibili, allineandosi con le tendenze del turismo responsabile.



Le **Bahamas** si confermano come una delle destinazioni in rapida crescita nel settore turistico, grazie all'introduzione di nuovi voli diretti, in particolare dagli Stati Uniti, e agli investimenti significativi in infrastrutture portuali e aeroportuali. Quest'anno, al TTG Travel Experience di Rimini, lo stand delle Bahamas (Padiglione C3, Stand 529) evidenzierà l'aumento del 14% degli arrivi internazionali tra gennaio e giugno 2024 rispetto all'anno precedente, con più di 5,7 milioni di visitatori.

Importanti progetti di sviluppo includono il Pearl Cove Beach Club di Carnival Cruise Line a Grand Bahama e il Royal Beach Club Paradise Island di Royal Caribbean. Inoltre, nuovi collegamenti aerei migliorano l'accessibilità a isole come Grand Bahama, che ha visto aumentare gli arrivi del 33%, grazie ai nuovi voli diretti dalla Florida e da Montréal. Il mercato italiano rimane prioritario per le Bahamas, con obiettivi di crescita del 30% per il 2025.



Quest'anno, l'**Ente Sloveno per il Turismo** presenta un ampio stand di 192 mq con 24 co-espositori, dimostrando la forte presenza del paese nel settore turistico.

Aljoša Ota, direttore dell'Ente Sloveno per il Turismo in Italia, sottolinea l'importanza dell'evento come momento cruciale per il settore, ideale per discutere delle performance della stagione estiva e dei piani per l'inverno e il nuovo anno. Il tema centrale dello stand sloveno è GO!BORDERLESS, celebrando la nomina di Nova Gorica, insieme a Gorizia in Italia, come Capitali Europee della Cultura Transfrontaliera 2025. Questa iniziativa simboleggia la trasformazione di un confine storico in un ponte di cooperazione culturale.

Il ciclismo emerge come sport nazionale per eccellenza, con atleti sloveni che dominano i grandi giri internazionali nel 2024, simbolo del connubio tra attività fisica e natura. Eventi significativi come l'addio alla pallacanestro di Goran Dragić, che ha visto la partecipazione di celebrità sportive internazionali, evidenziano ulteriormente la Slovenia come destinazione sportiva di primo piano.





“

SANDALS RESORTS SI ESPANDE AI CARAIBI, ANCHE CON BEACHES RESORT

Questa edizione di TTG vedrà **Sandals Resorts** e il suo marchio di lusso **Beaches Resorts** consolidare ulteriormente la loro presenza sul mercato italiano.

Christian Casagrande, Sales Manager Southern Europe di SRI, ha sottolineato l'importanza di questo evento come piattaforma per promuovere le novità del brand e interagire con gli operatori del settore. La collaborazione con la compagnia aerea Condor è una delle novità principali, con voli programmati per la Giamaica, Barbados e Antigua e Barbuda che partiranno da novembre, facilitando così l'accesso alle isole caraibiche per i viaggiatori italiani.

Il 2024 segna anche l'anno di lancio di nuove strutture, inclusa l'inaugurazione di Sandals Saint Vincent and the Grenadines, avvenuta il 27 marzo. Questo resort rappresenta il concetto di Sandals 2.0, con un focus su servizi all-inclusive di lusso che celebrano l'esperienza e il patrimonio caraibico. L'approccio innovativo al design e ai servizi punta a trasformare ogni momento del soggiorno degli ospiti in un'esperienza più appagante, facendo leva su un legame profondo con le destinazioni più affascinanti dei Caraibi.

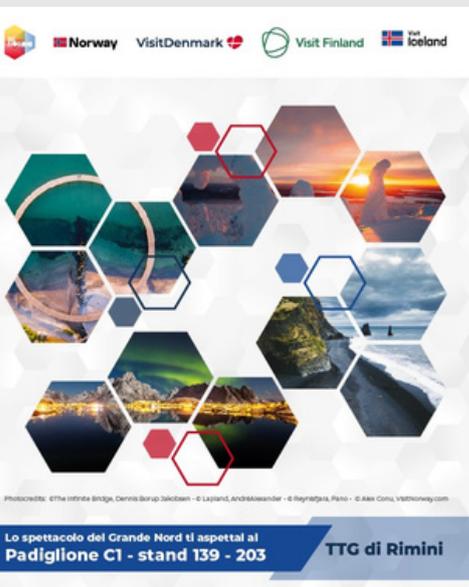
Nei prossimi dieci anni, SRI ha in programma di estendere significativamente il suo portfolio, includendo due nuove proprietà in Giamaica, Sandals Royal Dunn's River e Beaches Runaway Bay.

A Saint Lucia, sono state aggiunte 25 nuove suite con maggiordomo al Sandals Halcyon Beach e una serie di nuove Oceanfront Two-Story One Bedroom Butler Villas con piscina privata al Sandals Regency La Toc. L'espansione continuerà anche con il brand **Beaches Resorts**, destinato alle famiglie, che vedrà la trasformazione di Sandals Emerald Bay, alle Bahamas, in Beaches Exuma. Questo progetto porta a quattro il numero di resort Beaches, ampliando l'offerta per le vacanze familiari nei Caraibi.

Casagrande sottolinea l'importanza delle collaborazioni storiche con i principali tour operator italiani, rafforzate attraverso attività di co-marketing, eventi live, webinar e la partecipazione continua alle principali fiere del settore turistico e wedding. Il programma **Sell&Go**, inoltre, permette agli agenti di viaggio di guadagnare notti gratuite nei resort per ogni vendita realizzata, incentivando così la conoscenza e la promozione dei prodotti Sandals e Beaches.

L'arcipelago maltese continua a consolidarsi come una delle destinazioni turistiche più ambite del Mediterraneo, con un aumento del 22,4% nei visitatori nei primi sette mesi del 2024, raggiungendo quasi i due milioni di arrivi. Secondo i dati forniti da **Malta Tourism Authority** (MTA), l'Italia ha mostrato una crescita notevole del 16,8% degli arrivi per un totale di 342,445 presenze.

L'incremento si riflette anche nei pernottamenti, che sono cresciuti del 4,7%, e nella spesa turistica, aumentata del 19,4%, confermando così l'Italia come il mercato leader durante il periodo estivo. Questi risultati arrivano in concomitanza con il venticinquesimo anniversario della fondazione della MTA, un traguardo che celebra la trasformazione di Malta in una destinazione turistica diversificata e apprezzata tutto l'anno.



I paesi nordici saranno presenti uniti al TTG Travel Experience 2024, presso lo stand 138-203 al Padiglione C1.

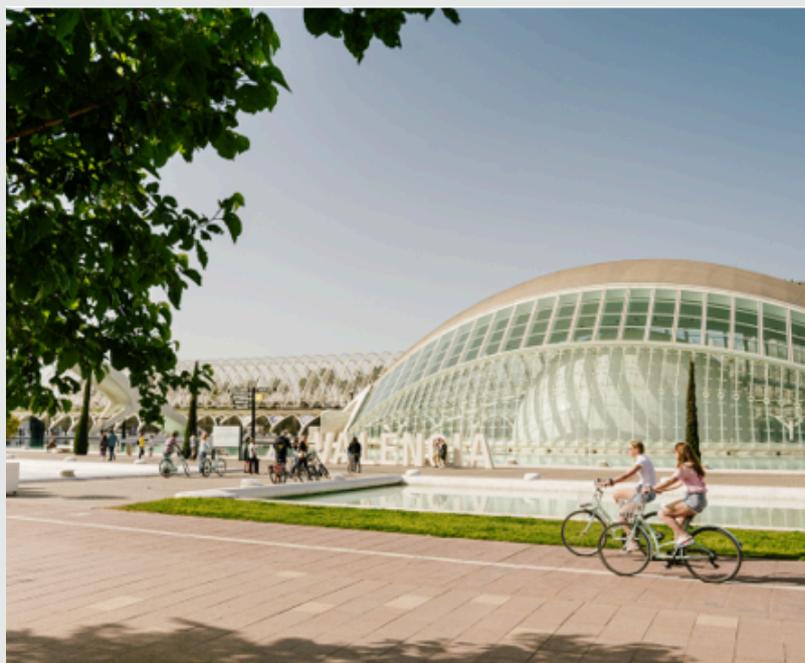
Presso lo stand 138-203 al Padiglione C1, **VisitDenmark, Visit Iceland, Visit Norway e Visit Finland**, si uniranno nuovamente per presentare le proprie proposte turistiche. Un'opportunità imperdibile per gli operatori del settore di scoprire le infinite possibilità offerte dai Paesi Nordici, che continuano a vedere un crescente interesse da parte dei viaggiatori italiani, attratti anche da destinazioni fresche e meno convenzionali.

Allo stand parteciperanno 25 partner provenienti da Danimarca, Finlandia, Islanda e Norvegia, tra cui destinazioni locali, DMC, compagnie aeree e fornitori di esperienze uniche. A questi si aggiungeranno 3 Tour Operator italiani, specializzati soprattutto sul Nord Europa: Easyweek, Giver Viaggi e Crociere, e Le Vie del Nord. Priorità dei Paesi Nordici evidenziare la ricca gamma di esperienze e stagionalità offerte: dalla cultura alla natura, dai viaggi off season alla gastronomia e al lifestyle nordico, tanto amato dai viaggiatori italiani. Le destinazioni sono inoltre sempre più accessibili grazie ai numerosi voli diretti dall'Italia, e si distinguono per l'ampia possibilità di fare scelte di turismo sostenibile in loco.

Visit València conferma la sua partecipazione presso lo stand 238-303 del Padiglione C1, rappresentato dall'Ente Spagnolo del Turismo. Durante l'evento, **Leticia Colomer**, responsabile del mercato italiano per Visit València, presenterà le ultime novità turistiche e culturali della città, sottolineando l'importanza del mercato italiano in crescita.

Il 2024 ha visto Valencia protagonista su vari fronti: è stata eletta Capitale Verde Europea grazie ai suoi sforzi per diventare climaticamente neutra entro il 2030 e ha riaperto il Palazzo della Musica, riconosciuto tra i principali centri musicali d'Europa.

Guardando al 2025, Valencia si prepara a un anno ricco di iniziative culturali, religiose e internazionali, mantenendo il focus sulla sostenibilità. Si prevedono importanti eventi come il Secondo Anno Giubilare del Santo Graal e l'inaugurazione dello Stadio Arena Roig. Inoltre, Valencia ospiterà i Gay Games 2026, promuovendo inclusione e diversità. La città vedrà anche nuove aperture alberghiere, tra cui il Novotel Valencia Lavant e l'hotel Axel Valencia, arricchendo l'offerta turistica con strutture moderne e panoramiche.



STARTUP DEL TURISMO: 20 CONVEGNI SU INNOVAZIONE E UN ESCLUSIVO PARTY A VILLA ADRIATICA

L'Associazione Startup Turismo si conferma uno dei protagonisti dell'edizione 2024 del **TTG Travel Experience portando** in scena, nella TTG Next Startup Arena, all'interno del padiglione A6 dedicato alle startup, il più importante palinsesto di incontri e convegni focalizzato sull'innovazione nel settore turistico, che si aggiunge ai 1000 metri quadri di esposizione e 55 startup presenti.

Con ben **20 convegni** distribuiti su tre giorni, l'Arena di Startup Turismo si posiziona come il fulcro delle discussioni su temi cruciali per il futuro del travel. Tra i temi in programma figurano Hospitality Tech, Revenue Management, Big Data, i trend emergenti in ambito tour & activities e la sharing mobility, argomenti di grande interesse sia per gli addetti ai lavori, sia per le giovani startup che puntano a rivoluzionare l'approccio tradizionale all'accoglienza e ai servizi turistici.

Tra gli eventi a cui non mancare, segnaliamo l'**inaugurazione dell'area TTG Next Startup**, il 9 ottobre alle 10.30 con la presentazione delle 55 startup italiane dell'Associazione Startup Turismo e delle 8 startup francesi portate da Business France.

Sempre il 9 ottobre, alle 15:25 si discute di "**Innovazione e tradizione nel Turismo: il ruolo delle associazioni di categoria, imprenditori di successo e startup**" con Giulia Trombin, Frédéric Challeaux di Business France, il guru del digitale Claudio Bellinzona e l'esperto di finanza Sergio Scalzi. Sarà un momento di grande valore informativo per chi desidera anticipare le prossime evoluzioni del mercato e intercettare opportunità di business.

Il 10 ottobre alle 11:30 invece da non perdere **Travel Trends & Startup Pitching Session**, durante il quale Giulia Trombin e Roberta Anelli condivideranno gli ultimi dati e insight del mondo startup e soluzioni innovative per il futuro dell'industria turistica.

Gli appuntamenti dell'Associazione Startup Turismo a Rimini si completano fuori fiera con un altro appuntamento imperdibile per il networking e lo scambio di idee in un contesto più informale: il party esclusivo "**Startup (your) Night**", organizzato il 10 ottobre 2024 presso la suggestiva Villa Adriatica (Viale Amerigo Vespucci 3, Rimini - RN). L'evento, che si terrà dalle 20:30 alle 01:00, sarà l'occasione ideale per favorire incontri tra startupper e potenziali investitori, oltre che tra professionisti del settore turistico. I partecipanti potranno approfittare di un'atmosfera conviviale e rilassata per stringere nuove relazioni e discutere di possibili collaborazioni. Tra le aziende che si potranno incontrare in questo contesto ci sono incubatori di impresa come 2i3T, acceleratori di business come PWC Italia e MyCia for business, startup affermate come Better Bookings, Hotiday, Regiondo e Takyon. L'accesso all'evento è a numero chiuso: per informazioni su come partecipare e per acquistare un ingresso si può visitare il sito dell'Associazione Startup Turismo all'indirizzo: <https://www.startup-turismo.it/festa-startup-your-night/>



Destination Italia partecipa al TTT di Rimini (Padiglione A5 | Stand 339), per continuare ad affermare la sua missione: trasformare il locale in globale.

Allo stand si potrà testare come strumento digitale per inserire esperienze a catalogo, Hubcore.AI, la piattaforma all-in-one pensata per gli operatori turistici, in particolare le destination management company (tra cui la stessa Destination Italia) e le agenzie inbound. Hubcore.AI sfrutta l'intelligenza artificiale per valorizzare le esperienze turistiche e i servizi in modo integrato e propositivo. Presso lo Stand sarà possibile vedere in anteprima anche il Trip Builder, il nuovo modulo che permetterà agli operatori di booking di costruire pacchetti turistici complessi, includendo sia servizi standard sia quotazioni rapide per servizi non presenti a catalogo, rendendolo uno strumento ideale per chi offre viaggi tailor-made.



TribYou - Your Places, startup e società benefit attiva come tour operator nella pianificazione di soggiorni esperienziali, annuncia il suo debutto ufficiale al **TTG Travel Experience 2024** di Rimini. Frutto dell'esperienza accumulata con la precedente esperienza della startup HQVillage, TribYou - Your Places si presenta come un tour operator proprietario di una piattaforma digitale avanzata, pensata per rispondere alle esigenze di chi cerca soluzioni di viaggio flessibili e dinamiche, basati sul concetto di tribù, gruppi di viaggiatori accomunati da esigenze e interessi simili per i quali vengono ideati soggiorni su misura.

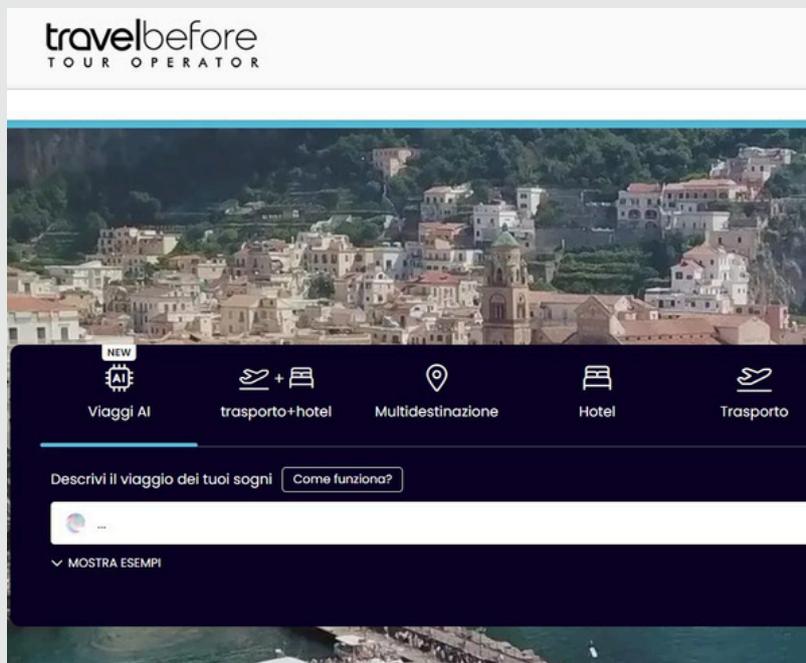
“TribYou grazie alla sua piattaforma avanzata - dichiara Luca Piras, CEO & Founder TribYou - Your Places - rivoluziona la user experience di nomadi digitali, viaggiatori e aziende con un unico strumento di pianificazione di soggiorno, esperienze e servizi. Abbiamo pianificato con attenzione ogni fase del customer journey e selezionato delle destinazioni uniche per storia, bellezza, tradizioni ed enogastronomia”.

Tra le destinazioni già prenotabili online ci sono ad esempio l'antica città etrusca di Sutri (VT), famosa per la sua necropoli, ma anche tante altre destinazioni del nord e del sud Italia.



Il tour operator salernitano **Travel Before** punta con decisione sull'innovazione tecnologica per rafforzare la propria offerta e il supporto alle agenzie di viaggio. Al TTT Travel Experience 2024, dove l'azienda espone per il 5° anno consecutivo (Pad. C7, stand 208), verrà presentata e si potrà testare una **nuova piattaforma digitale, basata sull'intelligenza artificiale**, progettata per semplificare la creazione di itinerari su misura: qui l'agente di viaggi, utilizzando il linguaggio naturale, può richiedere la realizzazione di un itinerario che l'AI provvederà a comporre sulla base delle offerte disponibili, proponendo piani di viaggio, voli, hotel e collegamenti. Lo strumento rappresenta un'importante risorsa per gli agenti di viaggio, consentendo loro di generare pacchetti completi, dai voli agli alloggi, fino alle attività in loco, in pochi passaggi e con un livello di personalizzazione mai visto prima.

Questa piattaforma B2B2C permetterà agli operatori di migliorare l'efficienza e la qualità delle proprie offerte. La tecnologia AI integrata offre la possibilità di creare itinerari multi-destinazione ottimizzati, adattabili alle esigenze specifiche di ciascun cliente, contribuendo così a rendere il lavoro delle agenzie più agile e competitivo.



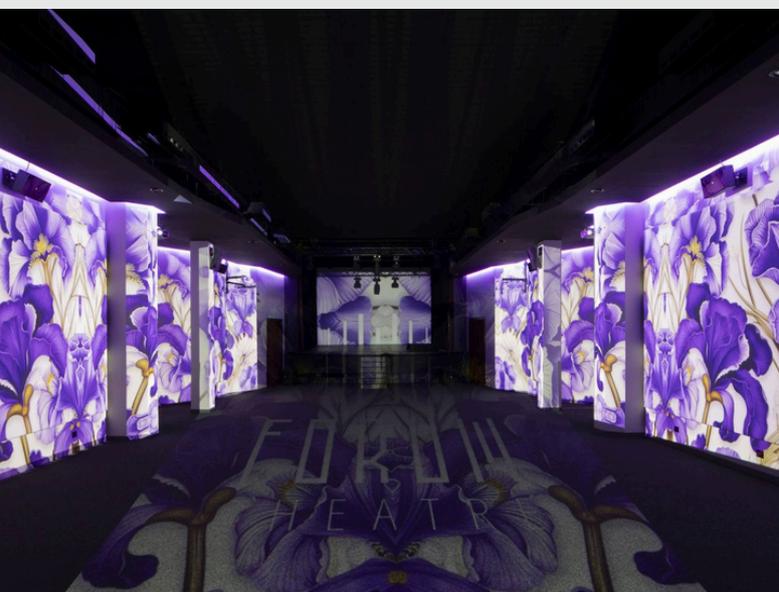
Il Ministero del Turismo ha annunciato a Firenze la “**Settimana del Turismo**”: come noto Firenze è già previsto come palcoscenico del G7 Turismo dal 13 al 15 novembre: a questo appuntamento il Ministero ha deciso di aggiungere anche la seconda edizione del Forum internazionale del turismo, che l’anno scorso si è tenuto a Baveno.

Il **Forum Internazionale del Turismo** è in programma l’8 e il 9 novembre sempre a Firenze e offrirà un’importante occasione di confronto tra istituzioni, associazioni e imprese del settore, per portare al tavolo della riunione ministeriale le istanze di chi lavora nel turismo. Sarà un “Fuori G7”, un modo per aprire il G7 al mondo del turismo e arrivare all’appuntamento del 13-15 novembre, con il contributo dell’industria del turismo.



Va in scena la prima edizione dell’**Event Management Festival**, il 15 e 16 Ottobre 2024, un nuovo appuntamento organizzato da **MadsForEvents**, podcast dedicato agli Event Manager e Professional, in collaborazione con MSC Crociere. E anche agli Event manager è dedicato questo festival che per il debutto verterà sul tema “Eventi nel Futuro”, con un format inedito: la prima giornata si svolgerà martedì 15 Ottobre 2024 al Forum Theatre a Piazza Euclide, quartiere Parioli, a Roma, mentre la seconda giornata, mercoledì 16 Ottobre 2024, verrà ospitata dalla nave MSC Seaview, ormeggiata al Porto di Civitavecchia.

“Sogno da qualche anno un evento che sia un vero e proprio riferimento culturale, formativo e informativo, momento di crescita, confronto e networking per tutti i professionisti dell’Event Management. Una vera e propria ‘kermesse relazionale’ che unisca le varie generazioni di Event Manager, Venue Manager e tutte le figure professionali della filiera - spiega **Manuel Olivero**, ideatore della manifestazione.



Belstay Hotels cavalca l’onda lunga del Mice market italiano. Con un +25% di volume rilevato a settembre 2024 rispetto all’annata precedente, il brand si avvia alla chiusura di un’altra annata estremamente positiva, nonché in linea con l’ottimo andamento generale della destinazione **Italia** nel business travel.

La parte del leone nell’offerta Belstay Hotels spetta alle strutture di **Milano Assago** e **Roma Aurelia**, in quanto maggiormente vocate al business per l’alto numero di sale meeting a disposizione: con più di 530 eventi confermati e oltre 1700 camere a contingenza (dato rilevato a settembre 2024), gli hotel delle due principali città italiane sono diventati un punto di riferimento sia per il mercato interno, primo per numero di presenze, che internazionale (circa il 70% del totale nel 2023). Bene anche l’andamento di **Milano Linate**, con un tasso d’occupazione complessivo di 30 sale, ma ancor più **Venezia Mestre**, che mette a segno quest’anno l’organizzazione di ben 130 eventi in sede. In generale, **l’attività meeting** di Belstay Hotels incide ora per il **40% sul fatturato F&B banqueting**.

