



TTG 2023, 60 MA NON LI DIMOSTRA

Aprire alla fiera di Rimini la 60^a edizione del TTTG Travel Experience di Italian Exhibition Group, assieme a InOut, il nuovo format per il contract, che riunisce SIA Hospitality Design, SUN Beach&Outdoor Style, Superfaces e che comprende anche la novità Greenscape. Un doppio appuntamento per fornire una maggiore circolarità e completezza al marketplace: turismo organizzato e contract community. Un evento che include **2.700 brand espositori**, mille buyer esteri, il 58% dall'Europa e il 42% provenienti dal resto del mondo. In più oltre **200 eventi con più di 250 speaker**. Il quartiere fieristico di IEG presenterà al mercato il meglio del prodotto turistico Italia, con tutte le 20 Regioni e con oltre 55 destinazioni estere, confermandosi la manifestazione di riferimento per l'outgoing italiano (...continua a pag-2)

SOMMARIO

- 2-3 - ATTUALITÀ
- 4-5 - EVENTI IN FIERA E FUORI
- 6-9 - TOUR OPERATOR E AGENZIE VIAGGI
- 10-11 - HOSPITALITY
- 12 - TRASPORTI
- 13 - ASSICURAZIONI
- 14-16 - DESTINAZIONI ITALIANE ED ESTERE
- 17 - ASSOCIAZIONI E ISTITUZIONI
- 18 - STARTUP E TECNOLOGIA

UTOPIE E VENTI DI GUERRA SUL TURISMO

Negli ultimi giorni la preoccupazione per l'acuirsi delle tensioni in Israele si è aggiunta alla rassegnazione per una guerra tra Ucraina e Russia che non vede spiragli di soluzione. L'ennesima guerra che si aggiunge alle 59 già in corso in tutto il mondo e di cui spesso dimentichiamo perché non viene data copertura mediatica. Ma ci sono situazioni critiche in molti Paesi, dal Myanmar allo Yemen, dall'Afghanistan all'Etiopia, per citare le principali. Tutte con un unico denominatore: dove c'è la guerra non c'è turismo e ogni volta che un conflitto esplode, si sprecano i comunicati della Farnesina sul prestare attenzione e sullo sconsiglio della destinazione, mentre si ridisegnano le mappe delle destinazioni disponibili per viaggiare. Vorremmo un mondo in cui si viaggia per piacere e ce ne ritroviamo uno dove gli spostamenti più massicci sono per scappare da un conflitto. (... continua a pag. 3)



TTG 2023, 60 MA NON LI DIMOSTRA

continua da pag.1

I due saloni di IEG–Italian Exhibition Group saranno inaugurati ufficialmente alle ore 12. Alla cerimonia di apertura, moderata da Gianluca Semprini, giornalista e conduttore televisivo, interverranno Maurizio Renzo Ermeti, neo presidente di Italian Exhibition Group, Jamil Sadegholvaad, sindaco di Rimini, il senatore Gian Marco Centinaio, vicepresidente del Senato della Repubblica, Andrea Corsini, assessore Mobilità e Trasporti, Infrastrutture, Turismo, Commercio Regione Emilia-Romagna, Bernabò Bocca, presidente Federalberghi, Ivana Jelinic, presidente ENIT, Luigi Cabrini, chairman, Global Sustainable Tourism Council, Vittorio Sgarbi, sottosegretario di Stato al ministero della Cultura e Daniela Santanchè, ministro per il Turismo.

Utopia è il tema conduttore dei due format, per sviluppare e amplificare le istanze di rinnovamento che stanno attraversando il settore, in linea con i nuovi valori dei turisti, sempre più interessati alle ricadute etiche del viaggio. Gli oltre 200 eventi con più di 250 speaker che caratterizzeranno il TTG 2023 sono distribuiti in nove arene e per tre giorni spazieranno dalla nuova economia del turismo alla bioetica, dal cambiamento climatico, alla transizione sociale fino a temi di frontiera, come la machine learning e l'intelligenza generativa applicate all'industry del travel.

Focus sul segmento contract per InOut con vari eventi tra cui, nella Design Arena, il talk Rooms, ispirato ai progetti dell'omonima mostra-evento, il focus sul progetto espositivo Treeview sul computational design, i talk della Poolwide Arena, per integrare la piscina nel paesaggio; e il concerto di piante dell'avveniristica installazione ospitata nella Green Arena.

In anteprima l'Osservatorio Travel Innovation, curato dalla School of Management del Politecnico di Milano, con i dati più recenti riguardanti i comportamenti d'acquisto online dei viaggiatori travel e leisure. E ancora, l'inedita ricerca CNR-ISMed sull'influenza del food nella costruzione dell'immagine delle destinazioni dell'area mediterranea. I dati di Confcommercio che, in vista del 2024 Anno delle Radici Italiane, presenteranno la profilazione dei viaggiatori alla ricerca del luogo di origine dei propri avi. Un doppio appuntamento ricco di contenuti che, grazie alla contemporaneità tra TTG e InOut fortifica il ruolo di community catalyst, in un momento storico in cui per vincere la competizione internazionale sui flussi turistici è necessario saper evolvere e rinnovarsi.

UTOPIE E VENTI DI GUERRA SUL TURISMO

Un mondo senza guerra è forse un'utopia, ma dato che Utopia è proprio il tema di questa edizione 60 del TTTG, forse non è sbagliato pensare che dal turismo dovrebbe partire un appello di rifiuto della guerra che ci restituisca un pianeta sostenibile, sicuro e visitabile. Perché l'instabilità politica, prima ancora della guerra, allontana i turisti, non solo nei teatri bellici, ma anche nei paesi immediatamente vicini, magari proprio nel bel mezzo di una ripresa che durava da anni. E questo rifiuto della guerra lo si dovrebbe attuare escludendo dai circuiti turistici quei Paesi che hanno instabilità politica, anche se a parole sono bravi a dire di essere un posto sicuro. Perché poi, parlando ad esempio di sostenibilità, è sempre complicato celebrare obiettivi di breve periodo come raccolta dei rifiuti, risparmi energetici o recupero delle risorse mentre nel resto del mondo le industrie producono e trasportano armi, anche con i soldi che derivano dal turismo. E allora forse dovremmo iniziare a parlare di un turismo non solo sostenibile ma anche etico e responsabile, che non finanzia destinazioni dove non si rispettano le libertà fondamentali sia sul proprio territorio che nei confronti di altri popoli. E se non li potremo visitare per un po' pazienza, tanto andarci sarebbe sempre una roulette russa.

Domenico Palladino



AGCM: AVVIATA ISTRUTTORIA SU VUELING

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha avviato un'istruttoria nei confronti della società Vueling Airlines S.A., attiva nel mercato del trasporto aereo. Il procedimento riguarda le modalità di determinazione del prezzo dei servizi aggiuntivi a pagamento per il bagaglio a mano.

Vueling offre differenti modalità per l'imbarco del bagaglio; una di queste prevede di acquistare il servizio come aggiuntivo, dopo aver selezionato la tariffa base, nel momento in cui si compra il biglietto o anche in seguito. Tale sistema di tariffazione fa sì che non si possa determinare in anticipo il prezzo del servizio di bagaglio a mano in quanto varia sulla base di diversi fattori tra cui il canale di acquisto del servizio. In particolare, risulterebbe che il prezzo del bagaglio a mano cambi a seconda che il servizio sia acquistato dal sito web o tramite l'app Vueling.

Secondo l'Autorità, però, la società non fornirebbe alcuna chiara informazione di questa differenza. Infatti, il consumatore che intende scegliere questo servizio aggiuntivo e che accede al sito web di Vueling non trova alcuna informativa sulla differenziazione dei prezzi e visualizza in fondo alla pagina importi distinti solo tra il prezzo del servizio acquistato su web/app e in aeroporto.

Anche la sezione del sito in cui vengono descritte le tariffe dei servizi aggiuntivi del volo, secondo il Garante, non sembra fornire ai consumatori alcuna chiara distinzione tra i due percorsi. Infine, sembrerebbe che anche il device di cui si serve il consumatore sia utilizzato quale parametro per procedere ad una profilazione del cliente in modo tale da differenziare il prezzo di acquisto del biglietto. Questi comportamenti, ad avviso dell'Autorità, potrebbero dare un'informazione incompleta, poco trasparente e omissiva sulle modalità di definizione di prezzo legate all'acquisto del servizio di trasporto del bagaglio differenziate tra web e app nonché sulla base dell'uso di diversi device.



11 OTTOBRE, GLI EVENTI DA NON PERDERE

10:20 Italy Arena - Pad. A5

Food tourism d'avanguardia: dalla tradizione al destination management.

10:25 Global Village Arena - Pad. A2

The Turbulent Connection: l'incidenza del cambiamento climatico sulla domanda dei viaggiatori

11:00 Sala Cedro - Hall Ovest

L'Intelligenza Artificiale nel Turismo: tre applicazioni

12:00 - Main Arena

Open Ceremony TTG 2023

12:00 Italy Arena - Pad. A5

Modernità gassosa, una straordinaria opportunità per il turismo | L'intelligenza artificiale avanza, ma anche le sue allucinazioni.

12:00 - Speakers Corner - Pad. C1

La crescita del cicloturismo per il settore hospitality in Italia: i numeri dell'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (ISNART)

14.30 Stand Umbria - Pad. A7 C7

L'ANALISI DI IMPATTO ECONOMICO DEI GRANDI EVENTI TURISTICI: IL CASO "UMBRIA JAZZ"

15:30 Global Village Arena - Pad. A2

Smart Tourism vs Overtourism | Premio Italia Destinazione Digitale 2023

16:30 Main Arena - Hall Sud

Travel&Hospitality Vision +24 by TTG: Sovra Natural | Anteprima dei 5 Trend di consumo del prodotto turistico per il 2024-2027

16:45 Italy Arena - Pad. A5

Schermo delle mie breme | Il potere della narrazione filmica e cinematografica nel turismo contemporaneo

FESTE E APERITIVI

11 OTTOBRE

17.00 Aperitivo Visit Brussels (C1 - 527)

17.30 Happy Hour UNA Hotels (A3 - 302)

18.00 THE PARTY 60TH TTG
Ingresso Sud Fiera

20.00 Candle Night Party Fruit Viaggi (Pars, via Vespucci 12)

20.30 Gold Party Bluvacanze (Coconuts, Lungomare Tintori 5)

12 OTTOBRE

16.00 Viaggio sensoriale nel rum barbadiano (C3 - 515)

17.30 Brindisi 10 anni Garibaldi Hotels (C7 - 337)

19.30 IDEEMix PARTY EDITION (i-Suite. lungomare Murri 65)

20.30 10 anni di Startup Turismo (Villa Adriatica, via Vespucci 3)

20.45 Astoi Party (Rockisland - largo Boscovich 1)

23.00 Clikki Night (Embassy, via Vespucci 33)

TTG IN STREAMING

Per chi non è a Rimini è possibile seguire i principali eventi in streaming sulla pagina <https://www.ttgexpo.it/eventi/programma/streaming>

12 OTTOBRE, COSA SEGUIRE

10:30 Sala Noce - Hall A6

Gestire gli affitti brevi del futuro: la tecnologia per semplificare l'operatività

10:30 Main Arena - Hall Sud

Crescita, sostenibilità e innovazione: tra realtà e utopia | Presentazione in anteprima dei risultati della ricerca dell'Osservatorio Travel Innovation del Politecnico di Milano

11:30 TTG Next Room - Hall A6

Associazione Startup Turismo: dati, trend e opportunità

11:45 -Italy Arena - Pad. A5

L'intelligenza artificiale entra in agenzia.

12:00 Sala Ravezzi 1 - Hall Sud

Turismo Culturale in Europa | Progetti e proposte per il 2024

12:00 Sala Diotallevi 2 - Hall Sud

European Maritime Day in Italy 2023 | A cura di ENIT

12:30 Sala Noce - Hall A6

Viaggio Italiano – Scopri l'Italia che non Sapevi” - Piano di Promozione Nazionale 2022

12:45 Main Arena - Hall Sud

Alla ricerca del tempo futuro | Machine learning e analisi predittive per orientare le strategie di destinazioni e territori

14:00 Main Arena - Hall Sud

Cieli italiani, il futuro del turismo e del trasporto aereo in Italia

14:15 Design Arena - Pad. D3

Tempo di Web2.5. | Fra blockchain e tokenizzazione

14:30 - 15:30 Global Village Arena - Pad. A2

Business Travel | Quale creatività per disegnare un prodotto migliore?

14:30 Speakers Corner - Pad. C1

C'è un futuro per l'Agente di Viaggi?

15:15 Main Arena - Hall Sud

2024 ANNO DELLE RADICI ITALIANE | Come prepararsi?

15:30 Italy Arena - Pad. A5

Grandi eventi e sostenibilità | A cura di ENIT

17:00 - 18:00 Global Village Arena - Pad. A2

Premiazione Personaggio dell'Anno 2023

13 OTTOBRE, PER CHIUDERE IN BELLEZZA

10:25 Main Arena - Hall Sud

Pagamenti elettronici | Tra smaterializzazione della moneta e nuova normalità

10:30 Global Village Arena - A2

Oltre il digitale, dentro la mente | Scienze cognitive e neuromarketing per potenziare l'emotional journey online del viaggiatore

11:45 Main Arena - Hall Sud

Dagli occhi al cuore, dal virtuale al reale | Attivare i sensi del viaggiatore per generare meraviglia

11:45 Beach Arena - B7-D7

Zero Waste Heroes | La riduzione dello spreco alimentare come vantaggio competitivo per beach bar&restaurant

11:45 BeActive Arena - C4

Turismo senza barriere: le parole giuste per un turismo giusto per tutti

12:30 TTG Next Room - A6

La grande sfida dell'Internazionalizzazione per le Startup | Qual è ruolo delle Associazioni e delle Agenzie Governative?

13:00 Italy Arena - A5

I grandi eventi e gli eventi speciali come strumenti di marketing turistico

14:15 Global Village Arena - A2

Corporate Social Responsibility, Supply Chain ed Esperienze turistiche a zero emissioni.

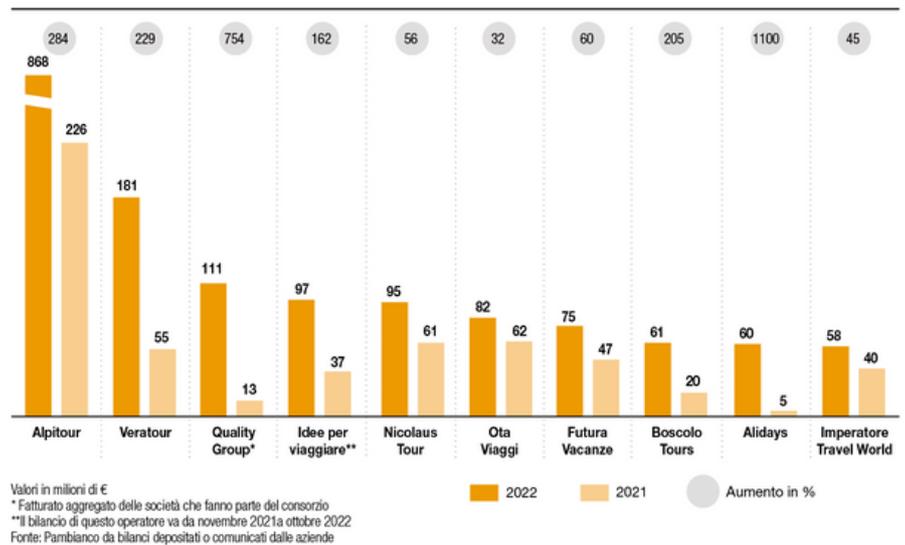
ASTOI AL TTG PER “CHIUDERE IL CERCHIO”

ASTOI Confindustria Viaggi è presente al TTG al Padiglione 3, rinnovando la formula vincente del “Villaggio ASTOI”, uno spazio collettivo che riunisce un’ampia rappresentanza dei soci, valorizza l’importanza dell’unione e facilita l’incontro con le Agenzie di Viaggio e il mercato.

All’interno dell’area, di circa 900 mq, saranno presenti numerosi associati: Alidays Travel Experiences, Alpitour, Costa Crociere, Dimensione Turismo, Futura Vacanze, Guinness Travel, Idee per Viaggiare, Imperatore Travel World, Inter – studioviaggi/Cocktail, Isola Azzurra, Kel 12, Kiriacoulis Holiday, Meridiano Viaggi e Turismo, Naar, Ota Viaggi, Quality Group, Settemari/AmoilMondo, TH Group, Veratour, Viaggi del Mappamondo.

Nel primo pomeriggio di mercoledì 11 ottobre, presso il Villaggio ASTOI, è previsto un incontro riservato alla stampa - “Chiudiamo il Cerchio” - nel quale il Presidente Pier Ezhaya sarà a disposizione per un confronto su numerosi temi di scenario e di mercato: dal bilancio dell’estate 2023 alle prospettive 2024, dal viaggio diventato bisogno incompressibile al tema inflazione e caro prezzi, dalle relazioni tra filiera e viaggiatore finale all’evoluzione del ruolo degli operatori nel turismo organizzato.

Top 10 tour operator per fatturato 2022



I 10 MIGLIORI TO ITALIANI PER FATTURATO

Il tour operating italiano ha accelerato la sua ripresa anche se i valori di fatturato del 2022 non sono ancora totalmente in linea con quelli del 2019, ultimo anno pre-pandemia. La classifica elaborata da Pambianco sulle prime 10 aziende nazionali per fatturato del settore del tour operating mostra, infatti, che il 2022 si chiude con crescite dalle percentuali elevate, in alcuni casi elevatissime, che però non devono trarre in inganno.

Si tratta infatti certamente di indicatori di performance interessanti, ma non bisogna dimenticare che i due anni precedenti, 2020 e 2021, erano stati pesantemente condizionati dalle chiusure pandemiche e che quindi le perdite in percentuale del biennio erano state della stessa portata. Per capirlo basta un esempio: se prima della pandemia l’industria del turismo organizzato aveva raggiunto un giro d’affari pari a circa 13 miliardi di euro, l’emergenza sanitaria aveva poi fatto crollare i ricavi a circa 3 miliardi nel 2020 e intorno ai 2,5 nel 2021.

Secondo poi i dati emersi dalla recente edizione dell’Osservatorio Innovazione Digitale del Turismo della School of Management del Politecnico di Milano, se il 2022 è stato l’anno della ripresa per il mercato complessivo del turismo in Italia, il divario da colmare è ancora significativo. Anche se il turismo ha ripreso a correre e il mercato del tour operating nel 2022 ha avuto una ripresa evidente (+106%) nel giro d’affari, è anche vero che è arrivato a valere ancora solo il 70% di quanto fatturava nel 2019. Un motivo è sempre legato alla sosta pandemica: il 2022 infatti ha scontato ancora nei risultati la coda delle problematiche Covid e i primi tre mesi dell’anno infatti erano stati soggetti a diverse chiusure e impossibilità di partenze, soprattutto per quanto riguarda la parte outgoing.

Analizzando le performance del 2022, le percentuali di crescita più elevate anno su anno, sono dunque proprio quelle di due operatori, Quality Group e Alidays, che hanno una proposta di destinazioni quasi completamente outgoing. Questi erano stati tra i più penalizzati negli anni di stop e sono quelli in maggiore ‘rimbalzo’ sul 2021.

LAB TRAVEL AL TTG CON LA NUOVA PIATTAFORMA DI TICKETING

Novità dal sapore tecnologico per Lab Travel Euphemia che, dopo l'ottimo riscontro registrato lo scorso anno, coglie l'opportunità di TTG Travel Experience per lanciare il nuovo portale voli, destinato a rendere ancora più performante e competitiva l'attività dei Personal Voyager.

La piattaforma è basata sulla tecnologia realizzata ad hoc dalla software house Leonardo Travel e integra in un'unica interfaccia le migliori soluzioni tariffarie disponibili, fornite da Amadeus per i canali GDS e da Travelfusion per NDC e low cost. Questo permette ai Personal Voyager di accedere ad una panoramica completa dell'attuale offerta di mercato, senza intermediari e senza fee.

Michele Zucchi, AD Euphemia, dichiara: "La scorsa estate, le tariffe aeree si sono rivelate un anello debole e hanno eroso marginalità. Attraverso il nuovo portale, potremo centralizzare le emissioni sul nostro codice IATA e, di conseguenza, migliorare le relazioni con i vettori e ottenere condizioni più vantaggiose a favore dei Personal Voyager.

La piattaforma sarà presentata ai Personal Voyager nel corso di un incontro in programma venerdì 13 ottobre in Sala Noce



GATTINONI IN FIERA CON IL TOTEM

Il Gruppo Gattinoni conferma la partecipazione a TTG Travel Experience 2023 con uno stand nel Padiglione A3 - stand 330. Anche quest'anno, lo stand è certificato carbon neutral: le sue emissioni di Co2 vengono compensate grazie all'adesione a progetti green certificati, insieme con la startup Up2You che segue tutto il progetto di sostenibilità del Gruppo.

Presso lo stand saranno presenti i referenti di tutte le divisioni del Gruppo, ambassador della filosofia aziendale che vorrà un 2024 sempre più centrato su tre parole chiave: persone, innovazione (tecnologica) e prodotto.

Lo stand sarà, soprattutto, un luogo di accoglienza per i visitatori con un'area riservata ai meeting e coffee station annessa, oltre alla reception; inoltre, si caratterizzerà per la presenza di uno spazio tecnologico che invita i visitatori a varcare la soglia del mirror display per "entrare in una nuova era". Un Totem interattivo consentirà agli utenti di accedere al portale Gattinoni Travel e di scoprire le funzionalità dell'Intelligenza Artificiale applicate alla piattaforma, novità di prodotto e interessanti ispirazioni di viaggio. Uno strumento pensato per l'agenzia del futuro: sulla base di alcuni input, il motore di ricerca intelligente porterà a un output in linea con le caratteristiche dell'utente (ad esempio, il matching potrà avvenire in base al profilo del viaggiatore, alla tipologia di vacanza preferita, alle destinazioni, oppure rispetto ai periodi di viaggio o ad altre variabili).

"Questo totem - spiega Isabella Maggi, Marketing & Communication Director Gattinoni Group - è uno degli strumenti che stiamo studiando per l'agenzia del futuro. Un'agenzia dotata di un innovativo punto di incontro tra persone e prodotto, dove la tecnologia consentirà agli agenti di viaggio di ottimizzare il proprio lavoro di consulenza, esaudendo nel più breve tempo possibile le richieste di qualsiasi tipologia di cliente, oltre a rappresentare uno strumento ispirazionale per quanti sono in cerca di idee. Seguendo questa direzione, abbiamo studiato lo stand con un mirror display che offre un'illusione ottica di profondità e che idealmente invita a entrare in un gate futuristico."



NUOVO LOGO PER NAAR

NAAR ha intrapreso un importante progetto di rebranding e lo presenta al TTG. “Gli sforzi negli ultimi anni sono stati focalizzati sulla profondità di prodotto, la qualità del servizio, la formazione del personale e delle agenzie, ed al superamento della “stagione del Covid”. Seppur continuando a migliorare ciò che è relativo al prodotto, Naar Tour Operator ha sentito il bisogno di rinnovare la comunicazione e l’immagine, con un significativo investimento di risorse.” commenta la Responsabile Commerciale & Marketing, Mariagrazia Verna.

La scelta di un logo monocromatico bianco o nero e di un font lineare e preciso, riportano all’eleganza e alla tradizione, a quell’eredità culturale che Frederic Naar, il fondatore dell’azienda, ha acquisito dalla sua esperienza familiare nel settore dei viaggi.

Ai piedi del nuovo logo si legge “Bespoke Travel”, che significa “viaggi su misura” e cioè la specializzazione dell’operatore. L’inglese è per motivi di internazionalizzazione del marchio, che nel 2019 ha esportato il proprio modello di business in Francia e che, nel prossimo futuro, intravede ulteriori espansioni in Europa.

“La parola “bespoke”, in passato, si riferiva esclusivamente agli eleganti completi maschili confezionati dai sarti di Londra, ed essendo noi specialisti di viaggi su misura, ci è sembrata un’analogia perfetta.” – afferma Frederic Naar.

La costante grafica che dal 1994 contraddistingue Naar Tour Operator è l’utilizzo del colore arancione e le origini olandesi della famiglia Naar non sono le uniche ragioni: l’arancione, infatti, utilizzato in contrapposizione con il nero e il bianco, ha lo scopo di esprimere energia, intraprendenza ed audacia. Il connubio quindi, tra il bianco, il nero e l’arancione è ciò che caratterizza il gruppo Naar Tour Operator, un operatore tradizionale con spirito innovativo

Il re-branding, a detta di Corrado Locatelli, il direttore operativo di Naar Tour Operator, porterà dei cambiamenti anche interni: “Il modello organizzativo a cui tendiamo è quello agile, che supera la concezione tradizionale, lenta e ostile al cambiamento”.

Per approfondire i temi e per informazioni più tecniche, sul prodotto e la tecnologia Naar sarà al Global Village Astoi, settore A3 stand 019.

IL NUOVO SISTEMA DI ALIDAYS

Per Alidays, tour operator specializzato nella creazione di esperienze di viaggio “tagliate su misura”, il TTG è momento di proposta, ascolto, confronto e accoglienza. A Rimini sarà presente la Direzione aziendale e il Team commerciale presso lo stand OO6 al Villaggio ASTOI.

Tra le tante novità per la stagione 2023-2024 l’ultimo “nato” di Casa Alidays, connubio calibrato tra “ragione e sentimento”, tra avanguardia tecnologica e passione per il Viaggio: un nuovo e dinamico strumento, sempre pensato a supporto ed integrazione della consulenza. Verranno illustrate e raccontate le modalità, ma soprattutto il significato, con cui la nuova creazione supporta la progettazione di un viaggio; sia a Rimini e sia nei giorni successivi con formazioni in presenza e webinar.

Tale sistema di nuova generazione agevolerà l’ascolto del Cliente, abiliterà modalità di progettazione efficienti ed efficaci del viaggio, a misura di Persona: lo farà attraverso specifiche funzionalità che verranno raccontate allo stand Alidays.

Padiglione A3, Stand 006,
Villaggio ASTOI
Rimini, Quartiere fieristico, Via
Emilia, 155

VOLONCLICK PUNTA ALLE CROCIERE

Online il nuovo servizio dedicato alle crociere e firmato Volonclick, il self booking tool per le agenzie di viaggi del Gruppo Volonline, che sarà presentato, insieme a tutte le altre business unit del Gruppo, durante TTG Travel Experience (Pad. A3, stand 197/198).

Su una sezione dedicata del website Volonclick, le agenzie di viaggi potranno consultare e prenotare le proposte di MSC Crociere, Norwegian Cruise Line, Royal Caribbean Cruises e Carnival Cruise Line.

"Il servizio sarà presto completato con altri player del settore crociere che operano sul mercato italiano - precisa Luca Adami, brand manager di Volonclick -. Il vantaggio principale che vogliamo offrire con questo nuovo prodotto dedicato è la fruibilità del sistema stesso: Volonclick offre agli agenti di viaggi e ai loro clienti la possibilità di prenotare non soltanto la singola crociera, ma anche servizi combinati come volo + hotel e attività ed escursioni in loco. Si possono così soddisfare le esigenze di chi desidera abbinare un soggiorno o un'estensione mare prima o dopo una crociera grazie a Volonclick, costruendo un pacchetto su misura in pochi passaggi". I rapporti con il mondo delle crociere sono consolidati: in settembre, Volonline, in collaborazione con MSC Crociere, ha organizzato una serie di visite a bordo delle navi riservate alle agenzie di viaggi, a Napoli in collaborazione con Qatar Airways, a bordo della MSC Grandiosa, e a Genova e Civitavecchia, sulla MSC Magnifica.



NUOVI CLUB PER KAPPA VIAGGI

KappaViaggi torna al TTG al Padiglione A3, stand 513, con il nuovo catalogo 2023 / 2024: nuovi club per rispondere alle nuove tendenze di viaggio, per soddisfare al meglio le aspettative dei viaggiatori e rimanere al passo con le ultime tendenze.

KappaViaggi offre nuovi club in formula Tutto Incluso_

- Il nuovo Club Coralia, per un soggiorno accessibile, basato su piaceri semplici.
- Club Coralia Fihalhohi Island Resort Maldive 4*

Poi 2 nuovi Kappa Club, per vivere il turismo in modo ecosensibile, con un'esperienza diversa, basata sul viaggio, la scoperta e l'impegno:

- Kappa Club Preskil Island Resort 4*(Mauritius)
- Kappa Club Sifawy BouΘque Hotel 4* (Oman)

E anche 1 nuovo Club Eldorado, per gli amanti dello sport alla ricerca di perfezionamento o nuove attività, in un contesto di alta qualità dove il riposo e la gastronomia sono garantiti: Club Eldorado Kenzi Agadal Medina 5* (Marocco)

Nuovi tour

Vista la crescita dell'Egitto Kappa Tour ha ampliato l'offerta di tour e crociere sul Nilo per questa stagione invernale.

Inoltre, ci saranno nuove partenze che si aggiungono alle destinazioni già affermate: Giordania, Giappone, Vietnam, India e Oman.

E per chi fa fatica a rinnovare il passaporto c'è sempre la possibilità di partire lontano pur restando "a casa". KappaViaggi offre l'opportunità di viaggiare nei territori francesi d'oltremare di Martinica o Guadalupa con una semplice carta d'identità.

SPACE HOTELS TORNA A RIMINI

Anche il Gruppo Space Hotels, uno dei principali player dell'industria alberghiera italiana, sarà al TTG Travel Experience di Rimini (Pad.A5 Stand 530) dal 10 al 13 ottobre 2023. Con più di 49 anni d'esperienza, Space Hotels ha un portfolio di 50 strutture indipendenti in 30 destinazioni business e leisure italiane. Space Hotels ha vissuto un anno positivo nel periodo gennaio-agosto 2023, con un notevole aumento del 40% sul fatturato complessivo.

Durante l'anno, numerose città italiane hanno sperimentato un notevole incremento nelle prenotazioni presso le strutture di Space Hotels. Catania si è distinta con un significativo aumento del 111%, seguita da Verona al 104% e Milano all'88%. Dati positivi che dimostrano quanto siano sempre attraenti le destinazioni italiane e quanto sia alta la capacità di Space Hotels di offrire un servizio impeccabile nelle strutture affiliate distribuite lungo tutto il Paese.

Oltre al successo nazionale, Space Hotels sta attirando un pubblico internazionale sempre più ampio: gli Stati Uniti hanno registrato un aumento del 61% tra gli arrivi internazionali, seguiti dal Regno Unito con un incremento del 29%.

Durante il 2023 si sono registrati inoltre anche due nuovi ingressi nel gruppo: il Borghese Contemporary Hotel a Roma e il Relais Chiaramonte a Ragusa.



BLUSERENA PROMUOVE IL SANSICARIO MAJESTIC

Bluserena Hotels & Resorts rinnova la sua partecipazione a TTG Travel Experience al Padiglione A3, Stand 439-502. Forte dei risultati registrati nell'estate 2023 e di un fatturato in crescita, Bluserena Hotels & Resorts presenterà importanti novità di prodotto. In primo luogo, il rinnovato Hotel Sansicario Majestic, l'unico del gruppo situato in montagna, che offrirà una nuova esperienza di soggiorno unica a tutti gli amanti della montagna.

"TTG Travel Experience è per noi di Bluserena un appuntamento immancabile: è un momento importante per incontrare i nostri partner commerciali e presentare le novità per la prossima stagione", afferma Marcello Cicalò, CEO di Bluserena Hotels & Resorts, che prosegue: "L'estate di Bluserena si è chiusa registrando una significativa crescita del fatturato, al di sopra delle stime di inizio anno sia nel segmento leisure che in quello MICE. Un grazie di cuore va a tutto il team Bluserena, una squadra di persone entusiaste, competenti, innamorate del proprio lavoro".

L'Hotel Sansicario Majestic, situato tra le vette del Piemonte, nel comprensorio sciistico della Vialattea, si prepara infatti ad accogliere gli ospiti dal 21 dicembre con uno stile tutto nuovo, grazie a un importante restyling che porterà l'hotel a rispecchiare la nuova brand identity di Bluserena. Continua quindi il lavoro di rinnovamento del gruppo, iniziato già quest'anno con il restyling di 5 resort estivi. Nuove camere ancora più confortevoli, tra cui le new entry Romantic Suite per soddisfare anche il segmento coppie; spazi comuni luminosi; food outlet dal design essenziale e moderno, ma con raffinati tocchi in perfetto stile alpino, e i consueti servizi per le famiglie e i piccoli ospiti.

L'impegno di Bluserena nell'offrire ai propri ospiti un prodotto di qualità in tutti i resort proseguirà anche nella prossima stagione con un significativo piano di ristrutturazione che sarà esteso anche ad altri resort.



PLACE OF CHARME, AL 1° POSTO L'AUTENTICITÀ

Place of Charme, brand di hospitality creato dal Gruppo So.Ges nel 2018, che rappresenta 7 delle strutture in gestione, svela il nuovo volto del proprio brand, percorrendo le tappe della sua creazione con un intervento nell'area Speakers Corner del padiglione C1 di TTG Travel Experience, dalle 15.00 alle 16.00 dell'11 ottobre, mentre la presenza sarà fissa allo stand 307, Hall A5 della manifestazione. Le novità non riguarderanno solo l'elemento visual, ma andranno a comunicare in modo ancora più incisivo l'offerta valoriale pensata per il viaggiatore che ad oggi sceglie la Toscana come destinazione.

“Abbiamo fortemente voluto rafforzare l'identità del brand, per permettere ai viaggiatori e al mercato di comprendere ancora meglio la nostra idea di ospitalità”, afferma Andrea Galardi, founder e CEO della catena Place of Charme, appartenente al Gruppo So.Ges. “Le esigenze degli ospiti, ma anche le aspettative, sono cambiate rapidamente negli ultimi anni. Un'offerta in grado di distinguersi, come quella che proponiamo, deve essere riconoscibile in tutti gli aspetti. In particolare, vogliamo mettere in risalto il valore al quale teniamo di più, l'autenticità”. Autenticità al primo posto

Curato da The Branding Crew, il rebranding punta proprio su questo concetto. Un fil rouge che unisce l'attenzione per le strutture Place of Charme, che con la loro identità sono portavoce della bellezza dei luoghi in cui si trovano, e l'importanza di coltivare costantemente il legame con il territorio. Una caratteristica, questa, che sarà ulteriormente sottolineata nella veste grafica dei loghi delle singole strutture, che oltre al nome indicheranno le diverse località: Firenze, Siena, Tuscan countryside.

SUN SIYAM RESORTS PRESENTA LE SUE 5 STRUTTURE ALLE MALDIVE

Sun Siyam Resorts sarà presente a TTG Travel Experience con uno spazio nello stand di Visit Maldives (Pad. C3 stand 238-303). La catena alberghiera, di proprietà al 100% maldiviana, sarà rappresentata da Mohammed Shihab, Group Director of Sales & Marketing, da Ahmed Naufal, Cluster Director of Sales & Marketing di Sun Siyam Iru Veli e Sun Siyam Olhuveli, e da Patrizia di Patrizio, titolare di The Luxury Lab che rappresenta la catena per il mercato italiano.

Attualmente il Gruppo conta cinque resort in differenti atolli maldiviani, Sun Siyam Vilu Reef, Sun Siyam Iru Veli, Sun Siyam Olhuveli, Sun Siyam Iru Fushi e l'ultimo nato Siyam World, oltre a una proprietà in Sri Lanka, il Sun Siyam Pasdukah, sulla costa orientale del paese, in riapertura a novembre.

Il posizionamento del gruppo, "affordable luxury", lo fa apprezzare particolarmente alla clientela europea.

"Di recente abbiamo partecipato a convention di tour operator presentando i resort mentre sono in corso fam trip sia per la forza commerciale di alcuni TO sia per agenti viaggi. Il 17 ottobre ci sarà il nostro evento a Milano, alla presenza del CEO del Gruppo, Deepak Booneady, con annuncio di importanti novità" commenta Patrizia Di Patrizio.



CATHAY AMPLIA LA RISTORAZIONE A BORDO

Cathay Pacific ha ampliato le proprie proposte culinarie a bordo nelle diverse classi di viaggio, grazie a collaborazioni con alcuni dei migliori ristoranti di Hong Kong.

Dal mese di settembre, Cathay Pacific amplia il proprio menù a bordo con una nuova selezione di proposte vegetariane firmate da VEDA by Ovolo, il principale ristorante vegetariano di Hong Kong. Una partnership che vuole elevare ulteriormente la in-flight experience di coloro che viaggeranno con Cathay Pacific, in Premium Economy e in Economy, su voli di lungo raggio selezionati in partenza da Hong Kong fino a giugno 2024: i clienti, infatti, potranno scegliere tra un'ampia varietà di piatti vegetariani, disponibili a rotazione durante tutto l'anno.

Cathay Pacific farà assaggiare anche piatti italiani in collaborazione con Pirata, bar e ristorante italiano a Hong Kong e parte del Pirata Group. Fino a luglio 2024, tutti coloro che viaggeranno in Premium Economy sui voli di lungo e lunghissimo raggio in partenza da Hong Kong – e da settembre anche in quelli di medio raggio – potranno gustare piatti tipici della cucina italiana, come la pasta alla genovese e la caponata.

Inoltre, in Economy e in Premium Economy, ha scelto di servire una miscela di caffè creata in collaborazione con The Coffee Academics, una pluripremiata torrefazione di Hong Kong.

"Siamo sempre alla ricerca di brand che promuovano il concetto di esperienze locali con impatto globale. Con la sua forte attenzione ai mercati asiatici, The Coffee Academics incarna esattamente questa filosofia" ha dichiarato Vassilios Georgakopoulos, Head of Dining and Hospitality di Cathay Pacific.

La miscela Cathay, realizzata ad hoc per rendere unica l'esperienza di bere il caffè in volo, dove gusto e olfatto sono offuscati, è composta al 100% da chicchi di arabica appena tostati provenienti dal Vietnam e dal Brasile e certificati Sucafina, azienda da sempre attenta alla qualità, alla sostenibilità e alla responsabilità sociale. I chicchi poi vengono tostati in piccoli lotti per garantirne la freschezza.

LA COMPAGNIE RILANCIAM I MENU'

La Compagnie rinnova anche quest'anno la propria partecipazione, insieme all'associazione Visit USA ed i suoi partner, presso il padiglione C3 – stand 537.

L'appuntamento annuale a Rimini sarà occasione per La Compagnie 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 verso l'ampio pubblico di operatori e agenti di viaggio che sarà in visita alla fiera.

"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, facendo leva proprio su uno dei plus più apprezzati del nostro servizio: i nostri menu gourmet. Inoltre, siamo felici di guardare al futuro con diversi progetti previsti per la crescita e lo sviluppo della compagnia aerea nel corso dei prossimi anni".

I4T A RIMINI CON LE POLIZZE PARAMETRICHE

I4T partecipa alla nuova edizione di TTG Travel Experience lanciando una sfida a tutti gli operatori del settore turistico: entrare a far parte della rivoluzione del mondo delle polizze assicurative! In che modo? Adottando le polizze parametriche, una novità assoluta in Italia per il ramo travel: si tratta di coperture assicurative che intervengono automaticamente al verificarsi di determinati eventi, o “parametri”, senza la necessità per l'assicurato e la sua agenzia di aprire un sinistro e di dimostrare il danno subito.

La prima copertura parametrica presentata da I4T, cui ne seguiranno altre nei prossimi mesi, garantisce all'assicurato un indennizzo automatico di 150 euro nel caso in cui il suo volo registri un ritardo all'atterraggio pari o superiore a 3 ore. Il prodotto è stato sviluppato in collaborazione con Revo Insurance, compagnia specializzata nell'offerta di soluzioni assicurative all'avanguardia, basate sulla tecnologia e sull'analisi dei dati, attiva nei rami danni, con focus sul comparto delle PMI. La copertura è già disponibile per le agenzie sul portale agenti di I4T come estensione rispetto alle classiche polizze Medico, Bagaglio e Annullamento.

Le polizze parametriche saranno approfondite nell'ambito del convegno “L'Agenzia in Viaggio con l'Oracolo” a cura della Dr.ssa Giusy Fiscella, Legal Affairs Manager I4T e S4T, con il supporto di Revo Insurance e di noti professionisti provenienti dal mondo accademico. Il convegno trae il titolo dalla figura dell'Oracolo, che nelle polizze parametriche indica la fonte di riferimento della compagnia per la valutazione del sinistro, ed è in programma giovedì 12 ottobre dalle 16:30 alle 18 in Sala Diotallevis 2: durante l'incontro saranno dibattuti dal punto di vista assicurativo e legale anche alcuni dei temi caldi del momento, come i disagi del trasporto aereo, il danno da vacanza rovinata, il diritto d'autore sulle immagini e le insidie legate all'impiego di algoritmi basati sull'intelligenza artificiale.

Giovanni Giussani, direttore commerciale I4T, dichiara: “Il denominatore comune del nostro lavoro è l'analisi dei rischi, unita alla costante ricerca di soluzioni innovative per migliorare la competitività degli agenti di viaggio. Nei primi 3 trimestri del 2023, la fiducia dimostrata dal trade è andata ben oltre le nostre migliori aspettative: registriamo incrementi a doppia cifra sia in termini di fatturato, sia di nuove agenzie che hanno scelto di collaborare con noi, producendo da subito volumi importanti. L'aspetto più significativo, tuttavia, è il miglioramento delle performance delle agenzie che da più tempo si affidano a noi, a dimostrazione di una stima che continua a crescere negli anni”.

SPENCER&CARTER PROTAGONISTA IN FIERA E FUORI

Prosegue a gonfie vele il piano di sviluppo di Spencer&Carter con la presenza in fiera della forza vendita al completo: un importante momento di incontro con Agenzie di Viaggi e Operatori per consolidare i rapporti e presentare le novità della stagione alle porte.

“TTG Travel Experience si è dimostrato un evento molto costruttivo per la nostra Compagnia – commenta il Direttore Commerciale, Massimiliano Masaracchia –. Nonostante la lieve flessione di mercato nel mese di luglio arriviamo a Rimini con un pre-consuntivo che registra un incremento del 50% rispetto al preventivo di budget e siamo fiduciosi che, anche quest'anno, la kermesse riminese possa essere un'opportunità importante per creare nuovi rapporti con il trade, oltre a rafforzare quelli già esistenti”

Anche quest'anno giovedì 12 ottobre presso l'Embassy ristorante e bar di Rimini, le attività di incontro e networking proseguiranno con la CLIKKI® NIGHT Dj Set e Cocktail bar, una serata speciale organizzata da Spencer&Carter che prevede una cena su invito e, dalle ore 23.00, ingresso open per tutti gli amici della Travel Industry.

Per partecipare al Party basterà passare allo stand 210-130 ubicato nel Pad A3 per ritirare l'invito da mostrare all'ingresso.

L'IRLANDA PROSEGUE SULLA SOSTENIBILITA'

Il TTG si conferma un importante appuntamento trade per Turismo Irlandese, che sarà a Rimini con un proprio stand insieme a numerosi partner provenienti dall'isola d'Irlanda.

Fondamentale per l'assetto strategico, il percorso che l'Irlanda sta facendo per diventare uno dei paesi leader nel turismo sostenibile, con piani a lungo termine focalizzati sulle tre dimensioni - ambientale, economica e sociale - attraverso il coinvolgimento partecipato di tutta la filiera turistica nel territorio, per far sì che i benefici e le opportunità del turismo riguardino anche le zone rurali e urbane di piccole dimensioni, per uno sviluppo diversificato nelle quattro stagioni.

Questo approccio consente di distribuire e ripartire le presenze turistiche su tutto il territorio, sostenendone comunità e aziende locali, sviluppare nuove opportunità economiche, di occupazione e di indotto legato al turismo, stimolando e preservando produzioni agricole e artigianali sostenibili.

Marcella Ercolini, Direttrice di Turismo Irlandese, commenta: "Il TTG è un evento di rilievo nell'agenda di Turismo Irlandese che ci vede sempre presenti con l'industria turistica e tante novità dall'isola di Irlanda, favorendo incontri con gli operatori italiani al fine di sviluppare insieme idee e opportunità per il futuro",



LA GIORDANIA ANCORA PARTNER COUNTRY AL TTG

La Giordania sarà la protagonista a TTG Travel Experience nella veste di partner country per il secondo anno consecutivo. L'imponente stand della Giordania, con i suoi 440 mq (n. 231-411 nel padiglione C1), ospiterà 37 espositori, compresi numerosi DMC giordani e la compagnia aerea di bandiera Royal Jordanian. Il team che rappresenterà l'ente del turismo giordano sarà composto da Luma al Kathib, già area manager Italia fino al 2014 e attualmente vicedirettrice marketing della sede centrale del Jordan Tourism Board, Marco Biazzetti, country manager Italia, e Nadia Pasqual, media relations & PR per il mercato italiano.

La partecipazione della Giordania alla più importante fiera b2b del turismo italiano non sarà solo un evento, bensì un'opportunità per interagire con gli operatori del settore e la stampa, e fornire anticipazioni sulle strategie di marketing e promozione per il 2024. La Giordania ha registrato un successo senza precedenti nel nostro mercato, con l'Italia primo Paese europeo per arrivi turistici, che a settembre hanno superato quota 107.738, triplicando ampiamente i numeri del 2022. I numerosi collegamenti aerei, tra i fattori di successo della destinazione, sono stati ulteriormente potenziati per l'inverno 2023/24 con voli diretti per Amman da cinque aeroporti e per Aqaba da tre scali nazionali.

Dichiara Marco Biazzetti: "Contiamo di rimanere il mercato europeo numero uno per tutto il 2023, con ottime prospettive anche per il 2024. L'Italia è un mercato cruciale per la Giordania, un Paese nel quale il turismo vale il 25% del Pil. La Giordania piace a segmenti diversi di visitatori, nel 2024 intendiamo puntare su target specifici. Il Regno del Tempo, come recita il nostro slogan, è molto più di Petra, e offre una varietà di motivazioni di viaggio."



FINLANDIA FA RIMA CON FELICITA'

Paesaggi unici, aria pulita e connessione con la natura sono alcune tra le tante esperienze offerte dalla Finlandia. Visit Finland racconta tutte le attività e le attrazioni al TTG Travel Experience di Rimini, dove traccia uno spaccato sull'andamento del mercato italiano e sulle preferenze dei viaggiatori italiani e guarda al futuro puntando sulle più recenti novità e sull'ampia offerta della destinazione. Collegata a ben 8 aeroporti italiani - con voli diretti da Milano Malpensa, Milano Linate e Bergamo Orio al Serio, Roma, Napoli, Venezia, Verona e Bologna - la Finlandia è sempre più apprezzata dal pubblico di viaggiatori italiani, sia nel periodo estivo che in quello invernale. Una destinazione da scoprire 365 giorni l'anno, grazie a un'offerta sempre variegata e adatta ad ogni tipo di esigenza. Se durante l'inverno (ottobre-aprile) gli italiani preferiscono visitare i paesaggi innevati delle regioni del nord, in particolare la Lapponia e la zona di Rovaniemi, in estate riscoprono le città - anche con city break più brevi - e le attività nella natura: dai tour in bicicletta ai trekking fino al foraging, in particolare nella Regione dei Laghi.

Un'esperienza di viaggio unica, che viene completata da attività culturali alla scoperta del design e dell'architettura finlandesi e della cultura del cibo. Il tutto combinato con alloggi e servizi di alta qualità e una attenzione sempre più concreta alla sostenibilità.

TTG è infatti l'occasione per raccontare nel dettaglio Sustainable Travel Finland, Il programma nazionale che fa della sostenibilità e dei viaggi responsabili la nuova norma del turismo in Finlandia.

La Finlandia è un piccolo Paese su scala globale, eppure è tra i primi 10 Paesi più sostenibili al mondo (Environmental Perform Index), il più felice del mondo secondo il World Happiness Report degli ultimi 6 anni (2018, 2019, 2020, 2021, 2022 e 2023), il migliore rispetto al benessere umano (Sustainable Society Index nel 2016) e si è anche impegnata a diventare il primo stato sociale a neutralizzare le emissioni di carbonio entro il 2035.

Visit Finland partecipa a TTG Travel Experience 2023 insieme ai Paesi Nordici (VisitDenmark, Visit Iceland, Visit Norway e altri partner finlandesi come: Finnair, Scandic Hotels, Go Saimaa, Visit Turku, Visit Tampere, Safartica), presso lo STAND C1/139-203

UMBRIA, RICCO PALINSESTO DI EVENTI IN FIERA

È l'Umbria a dare il benvenuto ai visitatori che entrano a TTG Travel Experience 2023 - 11-13 ottobre - dalla porta Ovest della Fiera di Rimini: a cavallo tra i padiglioni A7 e C7 lo spazio espositivo della Regione Umbria presenta la sua articolata offerta turistica all'insegna dell'autenticità.

Un ricco palinsesto di eventi, incontri e presentazioni anima lo stand della Regione Umbria per l'intera durata della fiera, valorizzando appuntamenti e località note o ancora da scoprire.

Ogni territorio della Regione presenta peculiarità e novità per l'autunno e per il 2024: U-Flow Experience, alla scoperta del Lago Trasimeno, della Valle Umbra e dei dintorni del capoluogo e dell'area a nord del Tevere, il Viaggio multisensoriale della Media Valle del Tevere, le Strade della Ceramica di Deruta, Città di Castello, Gualdo Tadino, Gubbio, Orvieto, Umbertide, i grandi eventi di Foligno, l'analisi di Umbria Jazz a cura della Camera di Commercio, gli appuntamenti di Enjoy Spoleto (Festival dei Due Mondi, SpoletoNorcia in MTB, Dolci d'Italia, EAT Enogastronomia a Teatro), Il viaggio lento nelle Terre dei Borghi Verdi della Bassa Umbria, il Tartufo bianco di Gubbio e Città di Castello, l'app Orvieto Experience per itinerari esperienziali, e molto altro.

I BORGHİ SICANI DEBUTTANO UFFICIALMENTE

Quale momento migliore se non la manifestazione italiana di riferimento per la promozione del turismo mondiale per presentare un nuovo progetto turistico? È proprio con TTG Travel Experience che parte ufficialmente Sicani Villages, ovvero la rete dei Borghi Sicani, un nuovo network di attori dell'accoglienza locale nato con l'obiettivo di unire e raccontare luoghi e persone di una Sicilia ancora inesplorata.

Un territorio che dalla costa sud si estende fino ai boschi dell'entroterra, abbracciando un comprensorio di 29 comuni riuniti sotto il Distretto Rurale di Qualità dei Sicani, vasta area geografica tra le province di Agrigento e Palermo.

I "Sicani" sono una delle prime popolazioni che, in arrivo dalla penisola iberica, ma di origine africana, si insediarono in Sicilia circa 4.000 anni fa. Dal popolo prese il nome il territorio, vario nella morfologia, con rilievi che raggiungono quasi i 1000 metri di altitudine, ma che si presta a coltivazioni e allevamenti. Tantissime quindi le aree naturalistiche da visitare, ma costellato anche di castelli e musei che racchiudono la storia e l'artigianato locali. I piccoli borghi sono sospesi nel tempo, ricchi di tradizioni storiche, legati ad antichi riti folcloristici e popolati da persone genuine, proprio come i prodotti che realizzano e che crescono in quelle terre.



LA SLOVENIA MOSTRA IL SUO LATO ACCESSIBILE

L'Italia si riconferma ancora una volta mercato cardine delle strategie dell'Ente Sloveno per il Turismo: lo dimostrano, oltre alla rinnovata partecipazione al TTG Travel Experience di Rimini, dove la Slovenia è protagonista con uno stand di ben 192 mq, i dati diffusi da Lubiana sull'afflusso turistico nel paese nel corso dei primi otto mesi dell'anno.

Nel 2023 un turista straniero su 10 in Slovenia è italiano: tra gennaio e agosto 2023, gli arrivi dallo Stivale ammontano a 360.826, pari al 10,4% dei 3.474.167 degli arrivi complessivi internazionali. Meglio di noi, soltanto i tedeschi: dalla Germania, infatti, gli arrivi nel 2023 sono stati il 15,53% del totale. Seguono l'Austria (7,81%) e la Cechia (5,62%).

Lieve calo in agosto su arrivi e pernottamenti globali, ma nel complesso la tendenza è di segno nettamente positivo. Rispetto al 2022, si riscontra una leggera flessione, nel mese di agosto, sia per quanto riguarda gli arrivi (-4,95%) che i pernottamenti (-5,65%) totali.

Positivo, invece, l'andamento complessivo nei primi otto mesi del 2023, che hanno visto un incremento del 4% degli arrivi e del 2,6% dei pernottamenti, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Bene l'Italia, cresciuta complessivamente tra gennaio ed agosto 2023, di un ottimo 27% sia per arrivi che pernottamenti.

Aljoša Ota, direttore dell'Ente Sloveno per il Turismo, commenta con evidente soddisfazione i dati diramati da Lubiana: "nei primi 8 mesi del 2023 sono stati registrati 360.826 arrivi dall'Italia, dato che rappresenta il 10,4% del totale estero per 780.337 pernottamenti. Il trend emerso dalle statistiche appena rilasciate da Lubiana rispetto al passato agosto e, complessivamente, a questa prima parte dell'anno – sottolinea Ota – è quello di una reale destagionalizzazione dell'offerta turistica slovena, in particolare in riferimento agli arrivi dall'Italia. Ci aspettiamo, in quest'ottica, grandi risultati anche dal prossimo autunno-inverno".

CONFCOMMERCIO GUARDA AL TURISMO DELLE RADICI

Confcommercio partecipa, dall'11 al 13 ottobre, alla 60* edizione del TTG Travel Experience di Rimini, mettendo insieme tutti gli operatori dell'offerta turistica nel mondo. Nella Hall Sud Confcommercio sarà presente con un suo stand (003) di 90 metri che ospiterà una serie di seminari e incontri nelle giornate dell'11 e 12 ottobre.

Il clou della partecipazione di Confcommercio sarà il convegno "2024 anno delle radici italiane: come prepararsi?", in programma giovedì 12 ottobre alle 15.15 che sarà aperto dal presidente Carlo Sangalli e vedrà la partecipazione di Ivana Jelenic, presidente f.f. e amministratore delegato dell'Enit.

Il 2024 è stato ufficialmente dichiarato "anno delle radici italiane": sempre più persone di origine italiana ormai residenti all'estero decidono di tornare nel luogo dove la loro vita o quella della loro famiglia ha avuto inizio, spinti da nostalgia, curiosità o dalla necessità di affermazione di un'identità e un'appartenenza.

Il PNRR ha già previsto il turismo delle radici tra le proprie voci d'investimento, creando quindi un'occasione irripetibile per il settore.

Durante il convegno verranno presentati in anteprima i risultati degli approfondimenti condotti da Confcommercio insieme alle società di ricerca TRA Consulting ed SWG.



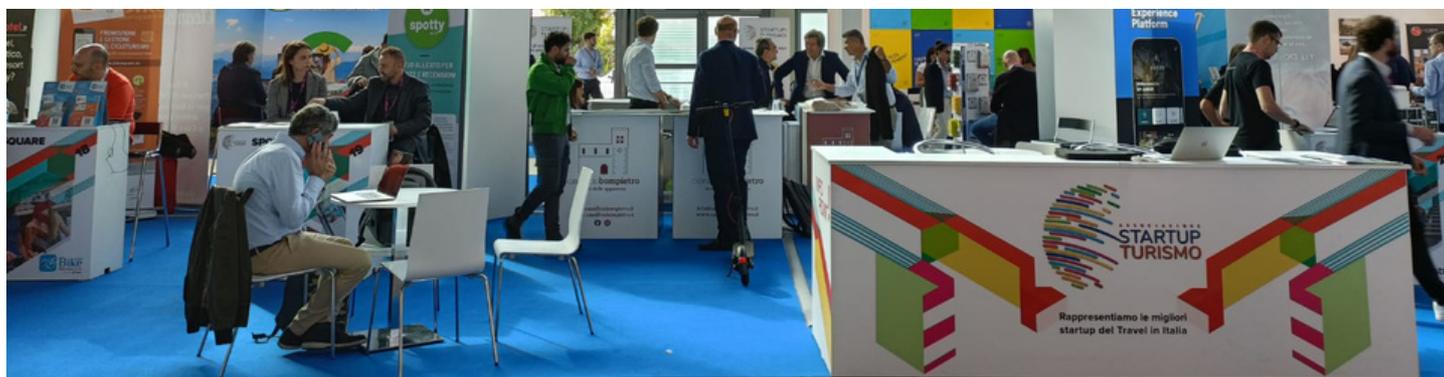
ENIT IN FIERA CON EVENTI A TEMA E DATI DI SETTORE

Innovation network, trend e dati per orientare l'offerta turistica nazionale e internazionale italiana. L'Italia con Enit presenta le tendenze del comparto turistico al Ttg di Rimini dall'11 al 13 ottobre 2023, la manifestazione italiana di riferimento per la promozione del turismo mondiale in Italia e per la commercializzazione dell'offerta turistica italiana nel mondo. Al marketplace del turismo di Ieg Group e con il patrocinio del Ministero del Turismo, l'Agenzia Nazionale del Turismo incontra gli operatori e i media in 12 conferenze dedicate.

Una tre giorni di dibattiti, seminari e incontri per confrontarsi sulle strategie turistiche. Attraverso il Ttg Enit vuole ampliare l'accesso alla vasta gamma di risorse messe a disposizione degli operatori del settore, dai big data alla tecnologia all'ospitalità sostenibile, dalle nuove destinazioni turistiche alle strategie di marketing più efficaci. Un'opportunità straordinaria per migliorare il posizionamento dell'Italia sui mercati. Tra le novità partnership istituzionali per sostenere le imprese, servizi business dedicati, finanziamenti europei per la transizione sostenibile e la digitalizzazione.

Inoltre l'Agenzia Nazionale del Turismo sta coinvolgendo le pmi del turismo, gli innovatori e le startup, studenti, giovani imprenditori, professionisti del turismo nel pubblico e nel privato, destinazioni e amministrazioni territoriali in progetti europei legati all'economia blu e verde per aiutare le pmi nel processo di conversione ad una filiera turistica più eco-sostenibile attraverso corsi di formazione e training, innovazione e assegnazione di microfinanziamenti (voucher) per la transizione ad un turismo più green.

"Nel turismo occorrono sempre nuove sfide e appuntamenti come questo sono particolarmente importanti perché consentono di ampliare l'orizzonte con il confronto e con visioni differenti. Inoltre, offrono l'opportunità di connettersi con altri professionisti del settore, di condividere conoscenze e idee e orientare le direttive che influenzeranno il modo di viaggiare, creando sinergie interistituzionali e tra pubblico e privato" dichiara Ivana Jelenic Presidente e Ceo Enit.



LE 51 STARTUP DEL TURISMO DI TTG

L'Associazione Startup Turismo sarà presente all'area TTG Next dell'edizione 2023 del TTG Travel Experience con la partecipazione di 51 startup innovative in uno spazio espositivo di 700 metri quadri, una delle aree più grandi mai occupate in tutti i 10 anni dell'Associazione. Fondata nel 2013, l'Associazione celebra il suo anniversario in occasione della 60esima edizione del TTG con un rebranding. Inoltre, l'area TTG Next si aprirà a livello internazionale, ospitando un angolo dedicato all'internazionalizzazione in collaborazione con Business France e quattro startup francesi.

Le startup presenti nell'area espositiva coprono una vasta gamma di settori, tra cui esperienze, ospitalità, servizi, tour operator, marketing e tecnologia. Tra le nuove startup che partecipano per la prima volta alla fiera con l'Associazione, vi sono **Aeffective**, specializzata in software di analisi del sentiment per le destinazioni; **Agriexperience**, che mette in contatto le aziende agricole con esperienze locali; **ALOE**, una soluzione di mobilità elettrica per l'industria alberghiera; **Auting**, la prima piattaforma italiana di car sharing tra privati; **Cocooners**, che offre servizi di viaggio personalizzati per la comunità over 55; **Cookeatsquare**, un marketplace che promuove esperienze culinarie; **Drypecocktails**, che propone cocktail pronti da mescolare in acqua in chiave sostenibile; **E-ssence**, che offre il servizio di boat sharing elettrico; **Evodeaf**, con un software di traduzione automatica della lingua dei segni; **Expirit**, specializzata in consulenza strategica per il turismo e lo sviluppo territoriale sostenibile; **Garden Sharing**, un marketplace per soluzioni di vacanze all'aperto; **InsightUp**, che fornisce strumenti di analisi dati per le strutture ricettive; **ITALYLUNCH**, la prima catena italiana fast-food in Europa con un approccio innovativo food&travel; **Justfortails**, che supporta le strutture ricettive nel diventare pet-friendly; **Ruralis.com**, che aiuta i proprietari di case vacanze nei borghi italiani a incrementare i loro guadagni dagli affitti brevi; **Sibylla**, una piattaforma di applicazioni aziendali per l'industria alberghiera; **Threebot**, che crea app e software utilizzando l'intelligenza artificiale e i Big Data; **Unicorn Mobility**, che offre un servizio di mobilità a due ruote completamente automatizzato ed ecologico; **WEL**, specializzata in soluzioni basate su B-IoT e wearable per generare risparmio, ottimizzazione e nuovi modelli di ricavo e customer journey innovativi.

Le startup francesi in collaborazione con Business France includono **mTrip**, leader nel settore dei viaggi mobile, **MyBeezBox**, tecnologia di supporto per il turismo, **Optionizr**, sviluppatore di tecnologie per aumentare i tassi di conversione nelle strutture ricettive, e **Quicktext**, che offre soluzioni di intelligenza artificiale e big data al settore alberghiero.

Oltre a queste nuove startup, saranno presenti anche altre startup che hanno ottenuto successo nel corso dell'ultimo anno grazie a operazioni finanziarie positive o a un buon andamento commerciale presso il loro pubblico di riferimento: **BikeSquare**, **Brainy RMS**, **Businessence**, **Cicero Experience**, **CleanBnB**, **Cora (ex CleanApp)**, **DayBreakHotels**, **E-Dway**, **Food for Dogs**, **Fredome**, **Guestnet**, **Hotiday**, **Immodrone**, **Inusuale/My Pet Hotel**, **Italia FastRent**, **Its4Kids**, **MyWoWo**, **Nice Hospitality**, **OkHome**, **Pemcards by Emotions**, **RedoMap**, **Spottywify**, **Up2You**, **Traveleco**, **Tuscany Cloud**, **Viaggitalia**, **Vudoo**, **Yookye**.