



2025  
2025

# ANTIPODES

**TTG**  
TRAVEL  
EXPERIENCE

**in  
out**  
THE HOSPITALITY  
COMMUNITY.

ORGANIZED BY  
**ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP**  
Providing the future

**TRAVEL &  
HOSPITALITY**  
vision +25 by TTG

# TRAVEL & HOSPITALITY VISION +25 BY TTG

## Shorts-Challenge

Il tema del 2025-2026 è ANTIPODES, con un chiaro riferimento a ciò che sta agli antipodi, nell'altro emisfero, dove - nell'antichità - si pensava essere tutto all'incontrario. Antipodes, dunque, ci apre le porte a un mondo bipolare, ma non necessariamente antitetico. Piuttosto ci dice che la realtà si presenta come doppia, due varianti entrambe potenzialmente vere, in contemporanea e quindi coesistenti. Di qui emerge la complessità di quanto sta intorno e dentro di noi, il rifugiarsi nei radicalismi, il ribaltamento della norma, fino alla lucida follia.

### I DEEP TREND™1 2025 DI ANTIPODES SONO:

1. DEEP ME
2. DISCOVER THE COMPLEXITY
3. LUCID MADNESS
4. LOCAL RADICALISM
5. GIFT LABORATORY

1 Deep Trend™ è di titolarità esclusiva di Blue Eggs, che conserva altresì la piena proprietà sulla metodologia di analisi e sui risultati della stessa.



# 01 DEEP ME

La dimensione interiore prevale su quella esteriore.

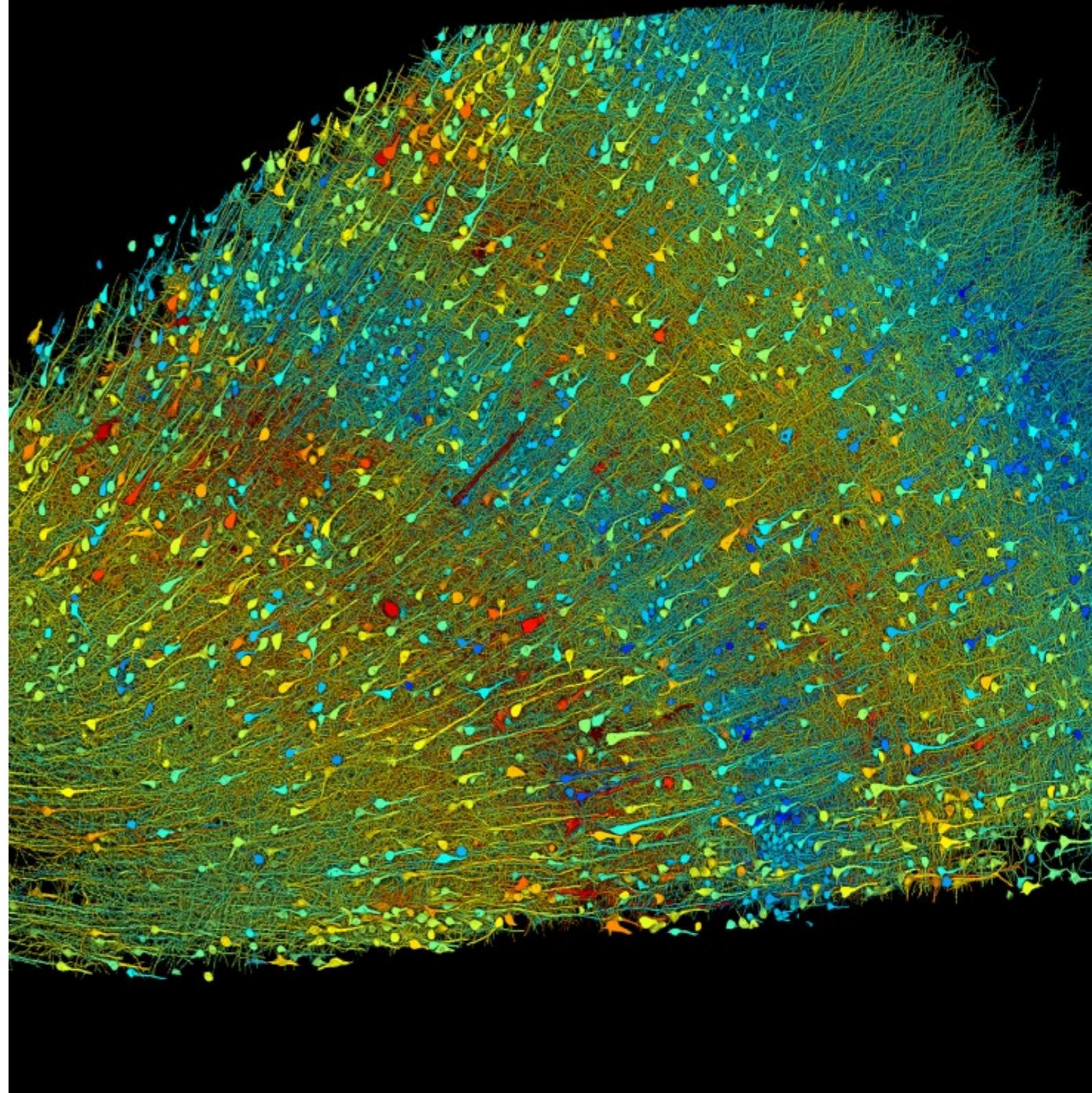
L'io diventa contemporaneamente oggetto di riflessione filosofica, analisi scientifica e percorso di fede. In un mondo di intelligenze artificiali, la ricerca dell'Umano (DT+24 *Only Human?*) passa per strade differenti e si spinge fino alla coscienza. Si riscopre il piacere di stare con sé stessi e il benessere diventa spirituale, in armonia con mente e corpo. La sfida è non ricadere in vecchi cliché new age, ricordando che siamo nell'anno di *Antipodes*.

02

# DISCOVER THE COMPLEXITY

Le cose non sono mai come sembrano.  
Non è questione di finzione, ma di apparenza.  
Nell'anno di *Antipodes* la separazione netta tra vero e falso lascia il posto al "probabile":  
la realtà si presenta con diverse sfaccettature,  
talvolta anche contrarie, che tuttavia coesistono  
e si manifestano alternativamente.  
La semplicità nasconde sempre una  
complessità interna. Scoprire cosa sta dietro  
ai brand, ai prodotti, alle persone diventa un  
nuovo viaggio.

La sfida sarà rendere il processo più intrigante  
del risultato.





03

# LUCID MADNESS

La follia ci salverà? Un tempo si riteneva che formassero le due facce della stessa medaglia; un binomio necessario per il produrre creativo. Un sottrarsi al pensiero razionale, per percorrere strade alternative, impreviste e talvolta assurde. Mondi grotteschi, di macabra allegria o giocosi ambienti ricreati, situazioni paradossali o ribaltamenti temporali, la sfida per i brand sarà creare esperienze solo apparentemente normali, ma capaci di farci guardare la realtà con uno sguardo obliquo.

04

# LOCAL RADICALISM

Nel food & beverage, nei giochi, nel retail come anche nel turismo, emergono nuovi radicalismi che si caratterizzano per essere circoscritti a determinati Paesi, specifici settori o addirittura tematiche, come - ad esempio - l'ecologia e l'attivismo ambientale, il cibo locale, etc..

In un mondo in cui tutto è possibile, ma nulla è certo, la sfida per i brand sarà prendere posizioni nette, affermando in modo chiaro le proprie convinzioni.





05

# GIFT LABORATORY

Sperimentazioni di comunità basate su dono: nuovi modelli di business, alleanze che vanno oltre il co-marketing, brevetti e innovazioni che si basano sulla condivisione di know how. L'accesso gratuito e il dono si affiancano alle logiche di mercato tradizionali, convivono e si contaminano.

La sfida sarà superare l'omaggio e la raccolta punti, per costruire una fidelizzazione B2B e B2C basata su comunità di credenza, condivisione di obiettivi e progetti, sia nella vita privata sia in quella professionale.

**Se interessati alla versione  
completa della Vision +25 by TTG  
e/o al percorso di coaching abbinato  
ti invitiamo a scrivere a:  
salesttg@iegexpo.it**

[www.ttgexpo.it](http://www.ttgexpo.it)  
[www.inoutexpo.it](http://www.inoutexpo.it)

**TTG**  
TRAVEL  
EXPERIENCE

**in  
out**  
THE HOSPITALITY  
COMMUNITY.

ORGANIZED BY  
**ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP**  
Providing the future