nota stampa conclusiva

TTG E INOUT 2026, IL TURISMO ACCORCIA LE DISTANZE: A RIMINI +11% DI ESPOSITORI ESTERI E +8% DI AREA ESPOSITIVA INTERNAZIONALE

- **Alla Fiera di Rimini 2.800 brand, oltre 1.000 buyer e 15mila incontri di business**
- **Destinazioni internazionali e Regioni italiane insieme nel principale marketplace italiano punto di riferimento per il turismo mondiale e l'ospitalità per il Mediterraneo**
- **Cinque ricerche e approfondimenti per leggere il turismo che cambia: dall'intelligenza artificiale ai nuovi comportamenti di viaggio**
- **Dalla formazione dei giovani all'inclusione lavorativa: TTG e InOut mettono le persone al centro dell'ospitalità**

ttgexpo.it | inoutexpo.it

Rimini, 16 ottobre 2026 – Il futuro del turismo passa dalla capacità di coniugare innovazione e valore delle relazioni. È quanto emerso dalla **63ª edizione di TTG Travel Experience e InOut | The Hospitality Community**, le manifestazioni di Italian Exhibition Group (IEG) concluse oggi alla Fiera di Rimini, che si confermano il principale marketplace del turismo mondiale e dell'hospitality, leader nel Mediterraneo. Una piattaforma capace di riunire destinazioni internazionali, italiane e l'intera filiera dell'accoglienza, dal viaggio alla ricettività, fino ai servizi e al design. Un ruolo sempre più riconosciuto anche dalle Regioni italiane, protagoniste a Rimini non solo della promozione delle destinazioni, ma del confronto istituzionale sulle strategie turistiche. Tre giornate all'insegna di *Exist*, il tema di questa edizione, realizzate con la collaborazione dei partner istituzionali **MAECI – Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane ed ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo**.

PIÙ ESTERO E 15.000 INCONTRI D'AFFARI

A crescere è soprattutto la dimensione internazionale della manifestazione: +8% per l'area espositiva estera e +11% per gli espositori. Numeri che rafforzano il ruolo di Rimini come punto d'incontro tra il mercato turistico italiano e quello mondiale. **Sul fronte del business, 2.800 brand espositori, oltre 1.000 buyer e 15mila incontri d'affari**, affiancati dai Meet&Match, gli speed date tra operatori.

IL TURISMO ALLA PROVA DEI DATI: LE PRINCIPALI RICERCHE PER ANTICIPARE IL MERCATO

Le fiere si confermano un osservatorio privilegiato sul turismo che cambia, con ricerche e analisi presentate in anteprima da **ISNART, Nexi e Politecnico di Milano**, accanto alla **survey dedicata alla Zero Click Economy**, l'**Osservatorio Confturismo-FWG** e il **Rapporto sul Turismo Italiano. A fotografare le scelte dei buyer è TTG Monitor**, l'indagine condotta tra gli operatori della manifestazione: il 46,6% degli intervistati prevede di utilizzare l'intelligenza artificiale per personalizzare le proposte di viaggio e il 43,4% per la vendita diretta, **ma la tecnologia non sostituisce il fattore umano: consulenza e fiducia restano decisive**, soprattutto nella gestione degli imprevisti. L'Italia guida le destinazioni più richieste (21,9%), seguita dalle capitali europee (12,8%) e dal Giappone (9,6%). Cresce l'interesse per il turismo esperienziale, il benessere, il lusso e lo slow travel, mentre il budget più frequentemente indicato per la vacanza principale è compreso tra 3.000 e 5.000 euro a persona (36,6%).

GIOVANI E INCLUSIONE: L'OSPITALITÀ INVESTE SULLE PERSONE

Non basta più offrire un posto di lavoro: le nuove generazioni chiedono percorsi chiari, formazione, autonomia e un equilibrio tra professione e vita privata. È uno dei messaggi emersi nel confronto tra studenti, imprese e responsabili delle risorse umane organizzato da **Confindustria Alberghi. Il valore delle persone ha**

trovato espressione anche nei TTG Star Award 2026, assegnati sulla base di oltre 6mila voti dei lettori di TTG Italia. Riconoscimenti a Gaetano Intrieri, Marcello Mangia, Kyriaki Boulasidou e Francesco Vitali, mentre **il premio speciale ad Alex Toselli, presidente di Albergo Etico, ha valorizzato un modello di ospitalità inclusiva che ha coinvolto finora 375 persone con disabilità in percorsi di inserimento lavorativo.**

INOUT, TRA DESIGN, FORMAZIONE E NUOVE IDEE DI ACCOGLIENZA

InOut | The Hospitality Community ha portato al centro del dibattito un'ospitalità sempre più attenta alla progettazione, alla sostenibilità e all'accessibilità. Tra le iniziative, Thinking Box è uscito dal suo spazio tradizionale per entrare direttamente nei padiglioni con architetti e progettisti in visita agli stand delle aziende, mostra *Sustainable & Inclusive Hospitality Design* ha presentato soluzioni per spazi capaci di accogliere esigenze differenti. Spazio anche alle sfide dell'ospitalità all'aria aperta con FAITA Agorà e al confronto sul turismo balneare, che ha registrato nell'estate 2026 una crescita delle presenze del 2% e dei turisti stranieri del 6%, secondo i dati presentati dal Sindacato Italiano Balneari. Il progetto degli spazi e la qualità dell'accoglienza sono stati protagonisti anche dei riconoscimenti di InOut. La terza edizione degli **ADI InOut Hospitality Design Award**, realizzata con ADI – Associazione per il Disegno Industriale, ha valorizzato prodotti e progetti capaci di innovare il settore dell'ospitalità. Premiati Culligan Italy per il sistema di purificazione dell'acqua Purity, NodoItalia per il divano outdoor ZIP 2026 reinterpretato da Antonio Marras e Jacuzzi per la minipiscina Lodge+ S. Menzione speciale a Ponzi porte scorrevoli per TOS T.T. Sul fronte balneare, il concorso **Best Beach 2026** di Mondo Balneare ha incoronato Aloha Beach di Follonica vincitore assoluto e Best Italian Beach. A Sangita Apulia di Bisceglie il premio Best Beach Design, mentre Lido Pantarei di Torre Mileto si è aggiudicato il Best Beach Bar.

PROSSIMI APPUNTAMENTI

L'attenzione dell'industria turistica si sposta ora su Firenze, dove dal **27 al 29 ottobre 2026** debutterà **Aura – The Luxury Travel Event**, il nuovo appuntamento IEG dedicato al turismo d'alta gamma.

TTG Travel Experience e InOut | The Hospitality Community danno appuntamento agli operatori alla Fiera di Rimini dal 13 al 15 ottobre 2027.

ABOUT TTG TRAVEL EXPERIENCE – INOUT | The Hospitality Community

Evento: fiera internazionale; **organizzatore**: Italian Exhibition Group SpA; **frequenza**: annuale; **edizione**: 63ª; **accesso**: riservato esclusivamente agli operatori professionali; **website**: www.ttgexpo.it - #ttgexpo

PRESS CONTACT IEG, TTG TRAVEL EXPERIENCE

Elisabetta Vitali head of corporate communication & media relation; Marco Forcellini Pier Francesco Bellini press office manager media@iegexpo.it

MEDIA AGENCY TTG TRAVEL EXPERIENCE

Martina Vacca: martina@mindthepop.it mob. +39 339 748 5994; Fabrizio Raimondi: fabrizio@mindthepop.it mob. +39 335 389 848; Stefano Chiossi: stefano@mindthepop.it mob. + 39 388 739 4358; Maria Laura Piazza: marialaura@mindthepop.it mob: +39 393 564 1179

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

FOCUS ON

Italian Exhibition Group S.p.A., società con azioni quotate su Euronext Milan, mercato regolamentato organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., ha maturato negli anni, con le strutture di Rimini e Vicenza, una leadership domestica nell'organizzazione di eventi fieristici e congressuali e ha sviluppato attività estere - anche attraverso joint-ventures con organizzatori globali o locali, come ad esempio negli Stati Uniti, Emirati Arabi Uniti, Arabia Saudita, Cina, Messico, Germania, Singapore, Brasile - che l'hanno posizionata tra i principali operatori europei del settore.

Il presente comunicato stampa contiene elementi previsionali e stime che riflettono le attuali opinioni del management ("forward- looking statements") specie per quanto riguarda performance gestionali future realizzazione di investimenti andamento dei flussi di cassa ed

evoluzione della struttura finanziaria. I forward-looking statements hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi futuri. I risultati effettivi potranno differire anche in misura significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una pluralità di fattori tra cui a solo titolo esemplificativo: andamento del mercato della ristorazione fuori casa e dei flussi turistici in Italia andamento del mercato orafo - gioielliero andamento del mercato della green economy; evoluzione del prezzo delle materie prime; condizioni macroeconomiche generali; fattori geopolitici ed evoluzioni del quadro normativo. Le informazioni contenute nel presente comunicato inoltre non pretendono di essere complete né sono state verificate da terze parti indipendenti. Le proiezioni le stime e gli obiettivi qui presentati si basano sulle informazioni a disposizione della Società alla data del presente comunicato.