il Resto del Carlino
edizione Rimini

CONFINDUSTRIA ROMAGNA

Data 15/10/2022
Pagina 9
Foglio 1

Chiusura col botto, Ttg fa il pieno di visitatori

La maxi esposizione ha collezionato 260 milioni di contatti tra media e web e un numero di presenze superiore al 2021 del 25%

Alla vacanza non si rinuncia perché viene vissuta come arricchimento culturale, benessere fisico, senza vincoli, ma in libertà. E' questo il concetto di vacanza emerso dalla 59esima edizione del TTG in fiera che quest'anno è coinciso con il 71esimo Sia e la quarantesima edizione del Sun. I numeri di questa edizione del TTG sono di tutto rispetto segnando un 25% di presenze di visitatori professionali provenienti dall'estero rispetto a un anno fa. Bene le presenze, ma è alla voce visibilità mediatica che la manifestazione ha registrato un boom di contatti. Siamo nell'ordine dei 260 milioni tra radio, tv, media on line e off line. Tornando tra i padiglioni, sono stati un migliaio di buyer stranieri provenienti da 50 Paesi. In modo particolare sono giunti dagli stati Uniti, dal Regno Unito, dalla Germania, Paesi Basi, Spagna, Sud America e Canada. Ma cosa cercano i turisti oggi?

A dare una risposta sono stati gli stessi presenti alla fiera, indirizzando il prodotto in una direzione chiara. C'è un forte interesse per le città d'arte, tra quelle che più hanno subito le restrizioni dovute alla pandemia con la chiusura delle frontiere. E' dunque la cultura uno degli elementi cardine della vacanza, assieme all'enogastronomia. Le persone vogliono un turismo attivo, fatto di esperienze da vivere, ed anche il segmento del lusso sta diventando sempre più importante. Gli agenti di viaggio e i tour operator tra gli stand delle 60 destinazioni estere ritrovano sul mercato italiano la spinta per la prossima stagione invernale a medio e lungo raggio soprattutto verso i climi caldi, così come verso la montagna italiana. Ci sono altre tendenze che emergono dal TTG. Una di queste è la forte attenzione per le destinazioni nel Sud d'Italia, sempre più apprezzate dai buyer stranieri. Piacciono anche i soggiorni brevi nelle città europee e le esperienze basate su cibo, itinerari inediti e incontri con culture nuove.

Per questo appuntamento IEG ha messo a disposizione oltre 200 eventi con più di 250 speaker ospitati nelle sette Arene. Vi è stato un ampio utilizzo di tecnologie digitali e del metaverso fino ai viaggi spaziali, la Vision +23, evento clou per conoscere i nuovi linguaggi del mercato dei consumatori. Erano presenti le più rappresentative associazioni di categoria, da Federalberghi e a tutti i settori rappresentati da Confturismo, ad Astoi, Fto, sino a Faita Federcamping, Sib, Fiavet, Assoviaggi, Cna e tutte le Regioni.

a.ol.

Rispetto all'edizione del 2021 quest'anno il Ttg ha portato in Fiera il 25% dei visitatori in più

LE TENDENZE

Le persone cercano esperienze più attive tra cibo, cultura e soggiorni lussuosi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.