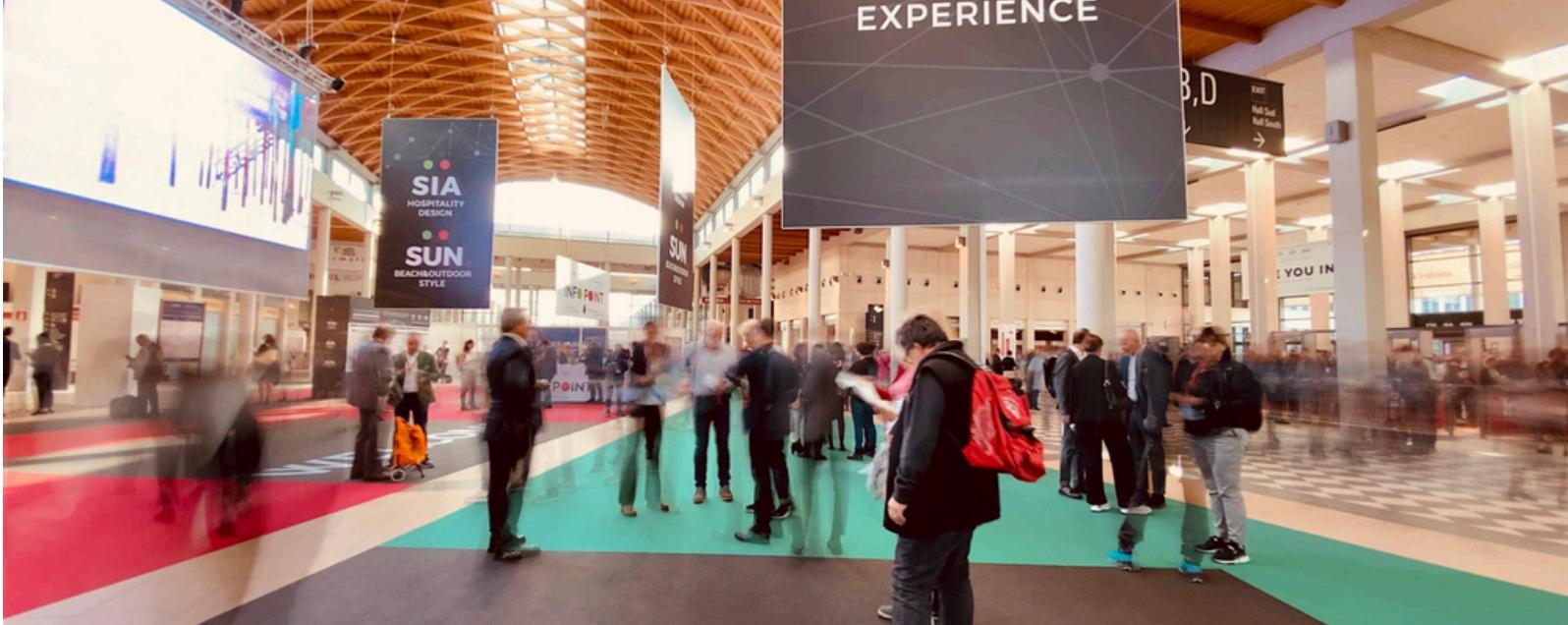

TTG 2025 EDITION



NUOVI TREND

SPECIALE ASSICURAZIONI

**DONNE DEL TURISMO: LE NOMINATION
DEL PREMIO WOMEN WHO WON**



IN QUESTO NUMERO

3

PLANIMETRIA

8-9

**DONNE DEL
TURISMO**

23

ASSOCIAZIONI

26-27

TOUR OPERATOR

4

EDITORIALE

10-18

**SPECIALE
ASSICURAZIONI**

24

TRASPORTI

28

TECH

6-7-

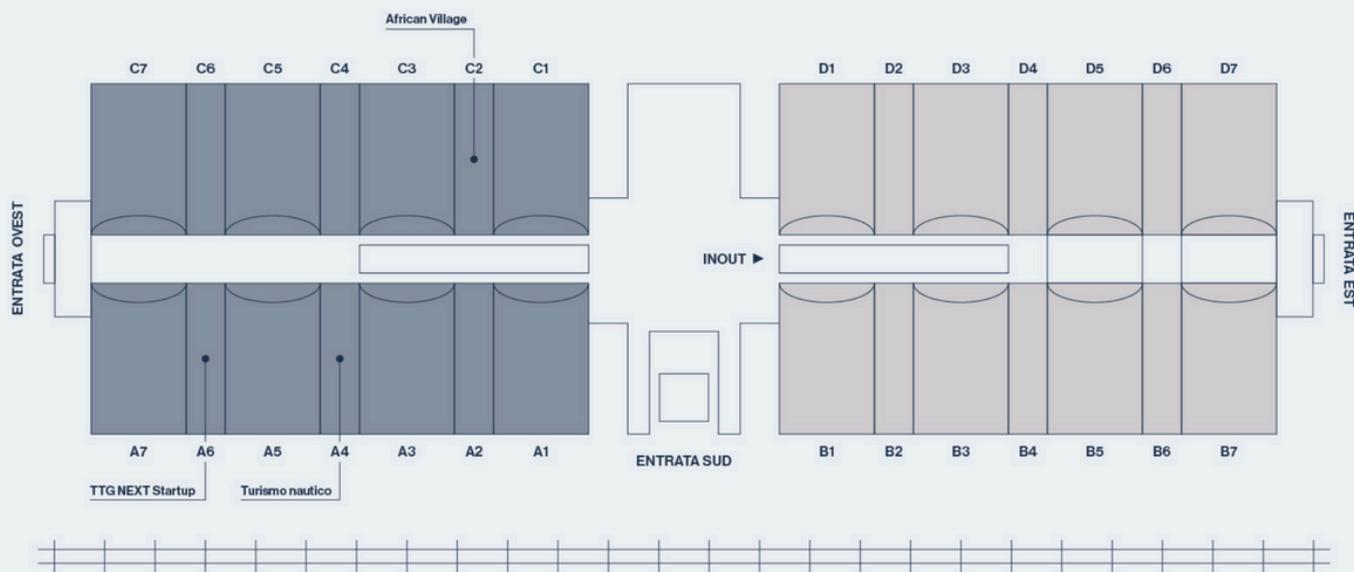
PROGRAMMA

19-22

DESTINAZIONI

25

HOSPITALITY



AREA ITALIA

A5 - A6 - A7 - C4 - C5 - C6 - C7

AREA GLOBAL VILLAGE

A1 - A2 - A3 - A4

AREA THE WORLD

C1 - C2 - C3



ORGANIZZATO DA
ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future



Scopri la Collezione
upper-upscale di BWH Hotels
per gli hotel indipendenti

sviluppo@bwh.it

Vieni a trovarci a TTTG Rimini PAD A1 | STAND 405

IL RISVEGLIO CHE IL TURISMO ATTENDE

Quest'anno TTG Travel Experience alza il volume sull'unico messaggio che il settore non può più permettersi di ignorare: AWAKE, SVEGLIA. Siamo stati tutti un po' sonnambuli, affezionati a numeri facili e trend da seguire a occhi chiusi. Ma "Awake" non chiede slogan, chiede un cortocircuito mentale e operativo che il turismo non può più rimandare.

Siamo immersi in tempi VUCA: volatilità, incertezza, complessità, ambiguità sono la regola e non più l'eccezione. La geopolitica ci ricorda, con una puntualità quasi matematica, che le sicurezze sono effimere: quello che si può prevedere, ormai, è solo l'alternarsi di instabilità cicliche, dalle crisi energetiche ai conflitti, dai disastri climatici ai mutamenti dei mercati. Nel turismo bisogna smettere di attendersi una normalità di ritorno: serve allenare flessibilità e rapidità di risposta, smettere di inseguire una stabilità che non tornerà.

La nuova era che ci attende non ha nulla di rassicurante né di comodo: vuol dire mettere in discussione modelli vecchi perché ormai inadeguati di fronte a crisi globali e flussi instabili. Ci servono scelte radicali e spesso impopolari. Contingentare gli arrivi nelle destinazioni più fragili anche se fa arrabbiare qualcuno, distribuire i flussi sulle "province" del turismo anche se non garantiscono sold out immediati, investire davvero nell'accessibilità e nella sostenibilità - non a colpi di hashtag, ma spendendo, innovando, cambiando la narrazione.

Il TTG resta (e sarà sempre più) il laboratorio dove scelte di questo tipo si mettono alla prova: qui vediamo chi si sporca le mani, chi vuole esserci e confrontarsi, chi preferisce l'impatto reale agli spot istituzionali. Per questo qui parliamo dei presenti e non degli assenti, nolenti o volenti che siamo: concentriamoci sull'ecosistema di imprese, professionisti e amministratori che capisce che la ripartenza passa dalla capacità di rischiare, abbracciare l'incertezza e la flessibilità richiesta dal turista di oggi.



Domenico Palladino

DIRETTORE EDITORIALE



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

**“In Toscana è tutto
stupendo. Anche il modo
in cui mi sento.”**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



EVENTI TOP 8 OTTOBRE

COSA FARE AL TTG

10:30 - TTG Next Startup Arena

L'energia delle startup per un turismo che cambia

11:00 - Global Village Arena

Quello che l'AI non sa fare, due visioni a confronto sul turismo organizzato

11:30 - Sala Ravezzi 2

Il turismo è morto, viva il turismo

11:55 - TTG Next Startup Arena

Diversificare, semplificare, crescere: strategie digitali per ampliare l'offerta in hotel

12:00 - Main Arena

Awake to a New Era. Opening Ceremony

12:10 - Global Village Arena

Business Travel. Dentro il cambiamento: per i viaggi aziendali meno routine e più risultati

14:30 - Global Village arena

Turismo come Atto Artistico: risvegliare territori e coscienze.

15:40 - Italy Arena

No-click Era - Dai click alle conversazioni: come l'IA sta trasformando le destinazioni e il turismo

16:30 - Sala Diotallevi 2

Numeri, esperienze, futuro: il turismo che nasce dai parchi

16:30 - Main Arena

Travel&Hospitality Vision +26 by TTG






Invito Stampa

apéritif À LA BRUXELLOISE

Ti aspettiamo per brindare alle novità della stagione 2024/2025 insieme ai nostri Partner:

Atomium, Belgian Beer World, Accueil & Tradition, Toot Bus, Bouillon Bruxelles, Belgium and More to Explore DMC

MERCOLEDÌ 9 OTTOBRE ALLE 17:00
PAD C1 STAND 401

rsvp: ufficiostampa@marketingcom.it



EVENTI TOP 9 OTTOBRE

COSA FARE AL TTG

11:00 - Global Village Arena

Alberghi e agenzie vs Expedia, Booking.com e Airbnb: Davide contro Golia?

11:00 - Main Arena

Viaggi e Viaggiatori nell'era degli Agenti. Risultati della Ricerca 2025 dell'Osservatorio Travel Innovation del Politecnico di Milano

12:00 - TTG Next Startup Arena

Innovare è collaborare: come Alpitour World costruisce il futuro del travel con le startup

12:10 - Global Village Arena

Direttiva pacchetti: l'inizio di una nuova era? La parola agli operatori e i nodi da sciogliere

13:10 - Main arena

Il tempo nuovo della vacanza: modalità di fruizione, decisioni e modalità di spesa, BNPL e soluzioni di investimento

13:20 - TTG Next Startup Arena

MICE e viaggi di gruppo: soluzioni smart per eventi ed esperienze su misura

14:15 - TTG Next Startup Arena

Travel Trends & Startup Pitching Session: scopri dati, insight e soluzioni innovative per il futuro del settore

14:20 - Main Arena

Da competitor ad alleati in nome del turismo della nuova era. Come aerei, treni e viabilità possono collaborare per consentire al turismo di crescere in Italia

16:50 - Global Village Arena

TTG Star 2025, premiazione personaggio dell'anno

ON THE ROAD
PATROCINATO DA
ENIT
CONFERENZA ITINERANTE

IL TURISMO CHE ISPIRA: CREATORS E DESTINAZIONI TRA ITALIA E INTERNAZIONALIZZAZIONE

Dove: **TTG Rimini**

Data: **09 Ottobre 2025, 14:15 - 15:15**

14:15 - Conferenza
15:15

- Svetlana Trushnikova - Founder Italy Ambassador Awards e IAW ON THE ROAD
- Francesco Tapinassi - Direttore Toscana Promozione Turistica
- Anna Bussinello - Communication & Social Media Manager Aquandari Terme Verona
- Przemyslaw Cichowas - content creator polacco @zakrecony_wloski
- Elisabetta Durante - content creator @dolcegiuridica

Moderatore: Domenico Palladino, direttore editoriale Qualitytravel.it

#VisitCzechia

Happy hour

Degustazione di birra ceca

8-9 ottobre 2025
16.30-17.30

Fiera di Rimini
Pad. C1, Stand 101

23/26 OTTOBRE 2025
PALAZZO DELLA GRAN GUARDIA_VERONA
RELAZIONEXPO
DOVE LE STORIE CREANO VALORE

Venerdì 24-10-2025

Autitorium_14:30/17:00

Il turismo delle Relazioni

Introduce

Daniela Ballarini,
Head of Communications & External Relations RelazioneXpo

Coordina

Paola Olivari, giornalista, redattrice di Guida Viaggi

A seguire (ore 16.30)

*Seconda edizione del Premio "Femminile e Vincente:
le donne del turismo si raccontano"
Premio di Qualitytravel dedicato alle storie di imprenditrici,
professioniste e innovatrici che stanno contribuendo
a trasformare il volto del turismo in Italia*

Intervengono

Gian Marco Centinaio, vice presidente del Senato della Repubblica

Alessandra Priante, presidente di Enit

Carmen Bizzarri, professoressa Associata in Geografia
economica all'Università Europea di Roma

Nicola Romanelli, fondatore di Travel Hashtag networking event nell'industria del
turismo (in collegamento da New York)

Carlotta Ferrari, presidente Convention Bureau Italia

Simona Quirini, chef e fondatrice del Canto del Maggio, albergo diffuso in Toscana

Giulio Contini, direttore generale Scuola Italiana di Ospitalità

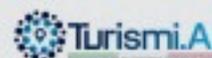
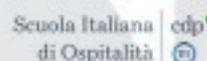
Antonio Barreca, direttore generale di Federturismo Confindustria

Luca Caputo, general manager di Destination Verona & Garda Foundation

Domenico Palladino, giornalista, direttore editoriale Qualitytravel.it, 0presidente
della giuria del Premio "Femminile e vincente: le donne del turismo si raccontano"

Edoardo Colombo, presidente di Turismi.AI

Paolo Verri, direttore generale Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori



Ingresso gratuito: **REGISTRAZIONE OBBLIGATORIA** sul sito www.relationexpo.com

»» L'evento richiede la registrazione nella sezione **PROGRAMMA** ««

Premio Women Who Won - 2nd Edition

Le nomination nelle 6 categorie

Il 24 ottobre a Verona assegneremo i premi dedicati alle donne del turismo, votati da un'apposita giuria, scelti tra le nomination proposte dalla redazione di uQualitytravel:

01

Mice e Business Travel

Alessandra Albarelli, Riva del Garda Fierecongressi
Mary Roberta Rossi, event manager BTM Italia
Elena Carlino, Corporate Travel Director Gattinoni

02

Turismo Organizzato

Corinne Clementi, CEO de I Grandi Viaggi
Deborah Rainis, fondatrice Travel Angels
Sara Prontera, direttrice marketing Nicolaus

03

Hospitality

Carmela Lerede, imprenditrice extralberghiera
Sara Digiesi, CEO BWH Italy & South East Europe
Simona Quirini - Albergo Diffuso il Canto del Maggio

04

Trasporti

Federica Santini, presidente Trenord
Gabriella Galantis, senior director sales Lufthansa
Barbara Poli, CTO GNV

05

Tech e AI

Cristina Zucchetti, presidente Zucchetti Holding
Paola De Filippo, CEO Sabre Italia
Francesca Benati, CEO Amadeus Italia

06

Destinazioni

Ester Tamasi, direttrice Visit Malta
Carlotta Ferrari, presidente Convention Bureau Italia
Dina Ravera, presidente Destination Italia

SPECIALE ASSICURAZIONI

LE SCELTE DEGLI ITALIANI NELL'ESTATE 2025

Hai/avevi stipulato un'assicurazione per il tuo ultimo viaggio estivo?



L'indagine condotta da Metrica Ricerche by TradeLab S.p.A. su un campione di 500 consumatori italiani (settembre 2025) restituisce un quadro aggiornato relativo alla sottoscrizione (e utilizzo) delle assicurazioni di viaggio durante l'estate 2025.

Nonostante l'ampia percezione di utilità, solo il 20% degli intervistati ha sottoscritto una polizza per l'ultima vacanza estiva, mentre la restante parte si è fermata davanti a barriere legate a percezione di scarsa necessità, costi o semplicemente la polizza non è stata proposta in fase di acquisto.

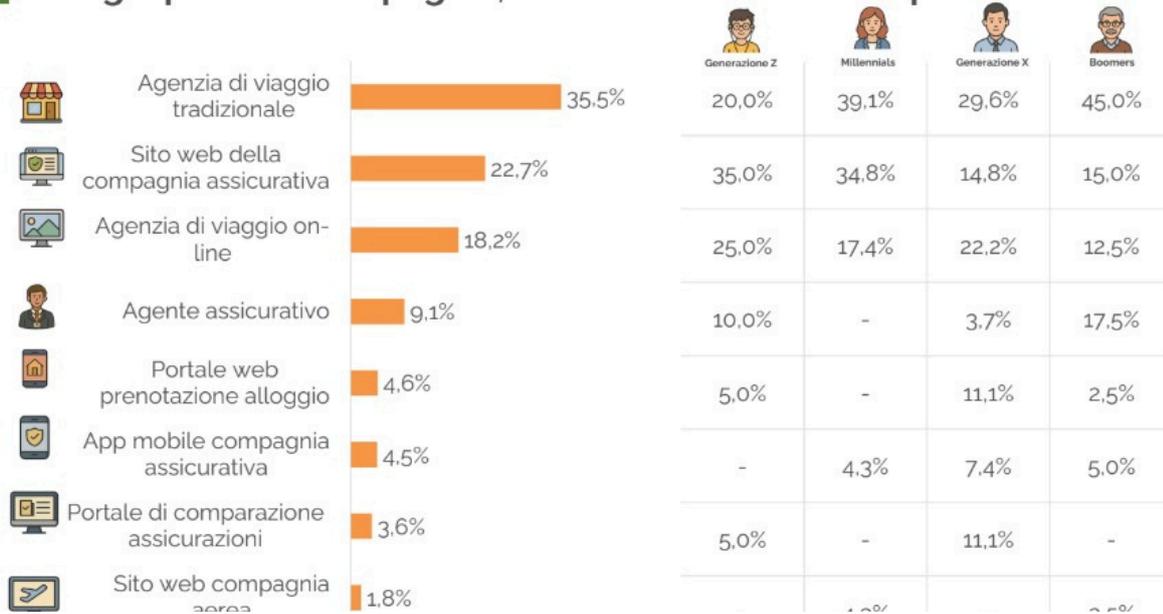
I dati mettono in evidenza come l'offerta non riesca quindi sempre a tradursi in domanda effettiva.

Proprio in questo contesto l'analisi ha approfondito come i canali di acquisto, in particolare quelli del Retail tradizionale, si rivelano determinanti non solo nel momento della sottoscrizione ma anche nella capacità di intercettare e orientare il consumatore. Le agenzie di viaggio sono rimaste un punto di riferimento importante: il 35,5% delle polizze per l'estate 2025 sono state sottoscritte attraverso questo canale. A scegliere l'intermediazione fisica sono in particolare le generazioni più mature – Generazione X e Boomers – che privilegiano il contatto diretto con l'agente, sia per fiducia sia per la possibilità di ricevere consulenza personalizzata.

SPECIALE ASSICURAZIONI

LE SCELTE DEGLI ITALIANI NELL'ESTATE 2025

Per ogni polizza/compagnia, dove hai sottoscritto la polizza?



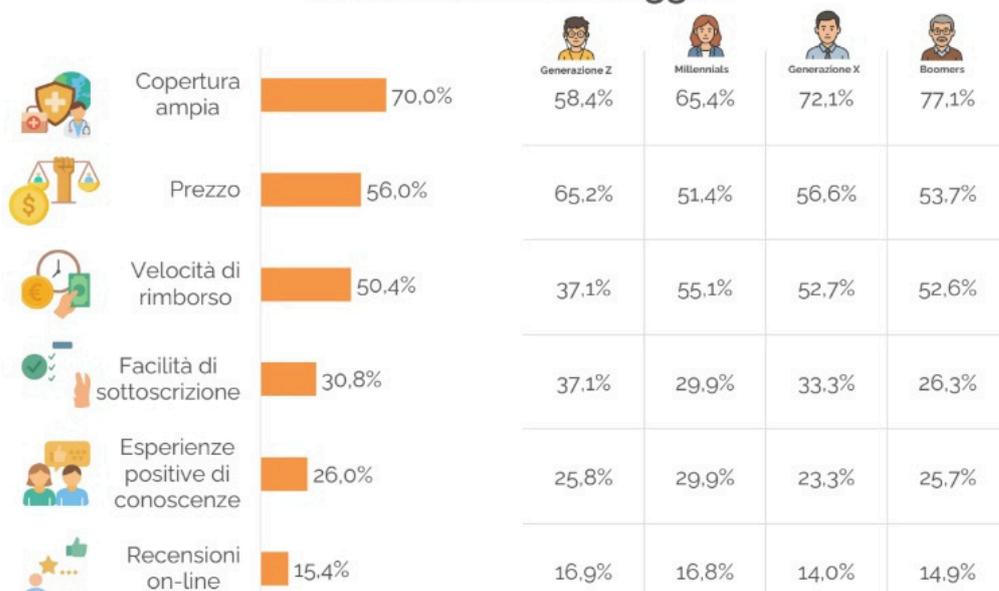
Il canale di acquisto digitale è stato scelto dal 32,7% dei consumatori: con riferimento all'online gli intervistati hanno dichiarato che l'assicurazione non viene percepita come parte integrante e necessaria dell'esperienza di viaggio, ma come un'opzione aggiuntiva, da valutare rapidamente al pari di altri extra. Questa collocazione marginale contribuisce a ridurre la percezione di utilità dello strumento, che appare più come un costo accessorio che come una tutela concreta. Di conseguenza, l'attenzione e la propensione alla sottoscrizione risultano limitate, rafforzando l'idea di un prodotto secondario piuttosto che di un supporto essenziale.

L'utilizzo delle app mobile per sottoscrivere polizze, invece, è risultato ancora marginale (4,5%). Questo dato rivela una criticità: l'esperienza mobile non è percepita come intuitiva o realmente utile dai viaggiatori. Un altro dato interessante nel processo di acquisto riguarda la frattura generazionale che risulta evidente: i più giovani si muovono con disinvoltura tra comparatori, siti e app, mentre le fasce più adulte preferiscono affidarsi a un professionista. Tuttavia, la digital customer experience non è priva di criticità da parte delle fasce di età più giovani: il 17% degli utenti digitali ha assegnato un voto basso all'esperienza di acquisto, contro il 12% di chi ha scelto di acquistare offline.

SPECIALE ASSICURAZIONI

LE SCELTE DEGLI ITALIANI NELL'ESTATE 2025

Quali elementi ritieni più importanti nella scelta di un'assicurazione viaggio?



I prodotti assicurativi rivolti al turismo sono dunque chiamati a un duplice sforzo: rafforzare l'esperienza online con strumenti più user-friendly e servizi post-acquisto rapidi, e al tempo stesso, valorizzare la consulenza tradizionale, mantenendo alta la percezione di fiducia che resta un fattore chiave nelle scelte degli italiani.

L'analisi mette in luce un nodo cruciale: i viaggiatori non cercano solo un prezzo competitivo, ma pretendono coperture ampie, facilità di sottoscrizione e garanzia di supporto.

Con riferimento all'estate 2025 i dati parlano chiaro: la domanda potenziale c'è, ma rimane in gran parte inespressa.

Per trasformarla in adesione reale serve uno sforzo congiunto: il settore assicurativo e quello del turismo devono agire in stretta collaborazione, unendo competenze e canali. Da un lato, innovare l'esperienza digitale, rendendola intuitiva, trasparente e integrata nei percorsi di viaggio; dall'altro, valorizzare la consulenza tradizionale, che resta decisiva per le generazioni più adulte e per chi cerca rassicurazione personale.

I dati e le considerazioni presentati in questo articolo nascono da un'intervista con Giacomo Bollati, Senior Consultant - TradeLab S.p.A e Andrea Parachini, Director of Market Insights & Growth Metrica Ricerche.

I4T: ACCORDO CON WELCOME TRAVEL PER LE POLIZZE CORPORATE E PASSEGGERI

Dichiarazioni

Sandro Palumbo, Responsabile Business travel e accordi quadro Welcome Travel Group: "Le assicurazioni assumono un ruolo sempre più strategico e in I4T abbiamo da tempo riconosciuto un partner affidabile. Da oggi le nostre agenzie dispongono di strumenti ulteriormente potenziati, in grado di garantire la serenità dei clienti e, al contempo, tutelare l'attività professionale, con la continuità di qualità e servizio che già conoscono e apprezzano".

Christian Garrone, Responsabile Intermediazione Assicurativa I4T, aggiunge: "Per noi questa partnership è un passaggio di grande valore strategico. Lavorare con Welcome Travel Group significa condividere una visione di crescita che mette al centro professionalità, innovazione, tecnologia in grado di supportare grandi numeri".

I4T - Insurance Travel annuncia un accordo quadro con Welcome Travel Group per la fornitura delle coperture assicurative alle agenzie di viaggio delle reti Welcome Travel Network e Geo Travel Network, per un totale di oltre 2600 punti vendita.

La partnership, già operativa, rafforza una collaborazione consolidata sulle polizze medico/bagaglio e annullamento, estendendola ad altri prodotti travel e alle coperture corporate.

Sul fronte corporate, l'accordo comprende la polizza RC Professionale per tutti i punti vendita, la tutela legale, sempre più strategica a causa dell'elevato numero di contenziosi legati ai trasporti e alla gestione dei rapporti con i clienti, e le coperture incendio, uffici e infortuni.

Per quanto riguarda il travel, oltre alla conferma del portale Globy di Allianz Partners, da sempre riferimento per le agenzie Geo e Welcome, gli agenti possono accedere all'intera gamma di prodotti I4T attraverso il Portale Network: dalle coperture ancillari sui trasporti alle polizze dedicate a specifici segmenti come business travel, gite scolastiche, incoming e coperture "estero su estero".

Heymondo lancia in Italia Heymondo Business, canale B2B per i professionisti del turismo

Heymondo, l'insurtech leader nelle assicurazioni di viaggio digitali, amplia i propri servizi in Italia con il lancio di Heymondo Business, il nuovo canale B2B che arricchisce l'offerta sul mercato italiano. Con questa iniziativa, l'azienda consolida la propria presenza in uno dei suoi mercati di punta, inaugurando una nuova linea di business pensata per i professionisti del turismo.

Il canale B2B di Heymondo si rivolge ad agenzie di viaggio, tour operator e piattaforme digitali. L'iniziativa mira a proporre soluzioni assicurative trasparenti e adattabili alle diverse esigenze dei viaggiatori. "L'Italia si è dimostrata particolarmente ricettiva alle nostre soluzioni personalizzate: con Heymondo Business vogliamo rispondere a una domanda crescente di strumenti agili e affidabili per i professionisti del turismo", spiega David Pérez, co-CEO e cofondatore di Heymondo.

L'Italia, che rappresenta oltre il 35% del volume globale della compagnia, è al centro della crescita: con il lancio del canale B2B, Heymondo rafforza il proprio impegno nel Paese, introducendo una leva strategica per accelerare lo sviluppo e diversificare l'attività.

Un'offerta pensata per agenzie di viaggio e tour operator

Heymondo Business si rivolge ad agenzie di viaggio, tour operator e altri operatori del settore turistico, offrendo una piattaforma professionale che semplifica la gestione delle assicurazioni di viaggio e mette a disposizione dei partner uno strumento agile e personalizzabile. Per agenzie e tour operator, Heymondo Business rappresenta un vantaggio competitivo, grazie a prodotti su misura per ogni tipo di viaggio e viaggiatore e a una piattaforma pensata per ridurre il carico amministrativo e ottimizzare i processi: dalla reportistica al monitoraggio, dalla gestione delle criticità alla comunicazione dei sinistri.

Al tempo stesso, i viaggiatori che attivano una polizza tramite le agenzie partner beneficiano, grazie a Heymondo Business, di un'offerta assicurativa completa: coperture personalizzate, assistenza sanitaria senza anticipo di spesa, supporto 24/7 nella propria lingua e gestione rapida delle criticità. Un valore aggiunto che migliora l'esperienza di viaggio e rafforza la fidelizzazione verso le agenzie.

NOMINE

Assicurazioni

Nobis Assicurazioni: Claudia Gilardoni nuova Responsabile Direzione Tecnica (P&C)

Milanese di origine ma romana d'adozione, Claudia Gilardoni, laureata in Economia e Commercio all'Università La Sapienza di Roma con il massimo dei voti, da maggio è alla guida della nuova Direzione Tecnica Property & Casualty (P&C) di Nobis Assicurazioni.

Manager di consolidata esperienza nel settore assicurativo, inizia la carriera nel 1998 in MPS, dove acquisisce competenze nei rami assicurativi Danni e Vita, per passare nel 2007 alla neocostituita joint venture AXA MPS in cui ricopre ruoli di crescente responsabilità.

Dal 2016 entra in AXA Italia incaricata del ruolo di Responsabile Assunzione Motor e Famiglia seguendo le linee di business Auto retail/commercial/partnership, Automotive Renault e Famiglia, oltre alla Gestione Portafoglio di AXA MPS.



In Nobis Assicurazioni la Direzione P&C vive un clima positivo e stimolante. Il nostro obiettivo è di lavorare in continuità e quindi rafforzeremo la nostra struttura per essere al fianco dei canali di vendita: la rete agenti, broker e banche nelle linee di business danni Motor e Non Motor e i due mercati verticali dell'Automotive e del Travel - cercando di cogliere ogni possibile opportunità di crescita profittevole, in grado di creare valore.

Claudia Gilardoni

Allianz Partners al TTG Travel Experience 2025 con la nuova release di Allyz Travel

Allianz Partners presenta al TTG Travel Experience 2025 la nuova release di Allyz Travel, l'ecosistema digitale sviluppato per accompagnare i viaggiatori prima, durante e dopo il viaggio. Non solo un supporto in caso di imprevisti, ma una piattaforma capace di offrire strumenti e servizi pensati per rendere l'esperienza di viaggio più sicura e smart.

Tra le novità più rilevanti, l'integrazione di un servizio di prenotazione di visite mediche — virtuali o in presenza — disponibile in oltre 90 Paesi. Attraverso l'app, l'utente può ora gestire in modo ancora più semplice e intuitivo le proprie polizze, monitorare eventuali sinistri, contattare in tempo reale gli esperti Allianz Partners disponibili 24 ore su 24, e ricevere alert di sicurezza sulla destinazione. L'app consente inoltre di localizzare le strutture sanitarie più vicine e tradurre i termini medici più comuni, un aiuto concreto nei momenti di necessità.

«Il TTG Travel Experience è per noi un appuntamento fondamentale, un'occasione preziosa per confrontarci con il mercato e interpretarne le esigenze», spiega Massimiliano Sibilio, Chief Commercial Officer di Allianz Partners Italia. «Negli ultimi anni abbiamo scelto questo palcoscenico per condividere le nostre principali innovazioni: dal Portale dedicato alle Agenzie e Tour Operator alla nuova Linea Globy. Quest'anno, con Allyz Travel, vogliamo mostrare un passo ulteriore verso un'assistenza sempre più digitale e personalizzata».

Il TTG 2025 segna anche il primo anniversario del rilancio della linea Globy, presentata proprio lo scorso anno a Rimini. La gamma ha ricevuto ottimi riscontri dagli operatori, soprattutto nella versione Globy Essential, pensata per chi cerca coperture essenziali a costi contenuti, senza rinunciare alla qualità dei servizi Allianz Partners.

Successo anche per le rinnovate Globy Rosso, Globy Verde e Globy Giallo, potenziate rispetto alle versioni precedenti: tra le novità, l'estensione delle garanzie ai grandi rischi e alle calamità naturali, una maggiore durata delle coperture e la nuova garanzia "servizi cancellati", che tutela il viaggiatore anche in caso di voli annullati dal vettore.

Allianz Partners accoglierà i professionisti del turismo al Padiglione A1 – Stand 437, dove presenterà tutte le nuove soluzioni dedicate ai viaggiatori moderni, unendo innovazione tecnologica e tradizionale affidabilità del marchio.

BORGHINI E COSSA: CONFRONTO SULLE TENDENZE DEL TURISMO

Innovazione, sicurezza e confronto sulle nuove tendenze del turismo sono al centro della partecipazione di Borghini e Cossa al TTG Travel Experience 2025, dove il broker specializzato in soluzioni assicurative per le PMI rinnova il dialogo con tour operator e imprese del comparto, posizionandosi come partner strategico per la filiera turistica: in primo piano una polizza cyber risk pensata per il turismo organizzato, che si distingue per accessibilità, versatilità e rapidità di sottoscrizione. “

La digitalizzazione nel settore è un fenomeno ormai pervasivo e, di conseguenza, i rischi informatici sono in costante crescita: nel 2024 oltre un incidente su dieci registrati a livello globale è avvenuto in Italia. Attacchi cyber, guasti e errori umani possono compromettere non solo i dati ma anche la continuità del business”, sottolinea Michele Cossa, socio e amministratore delegato di Borghini e Cossa. La polizza offre livelli differenziati di copertura e servizi sia in prevenzione sia nella gestione dell'emergenza, adattandosi a realtà di tutte le dimensioni. Punto di forza, il processo di analisi e sottoscrizione basato sul monitoraggio esterno degli asset digitali, che semplifica l'iter escludendo la necessità di coinvolgere il personale IT.

L'attenzione si concentra anche sulle coperture catastrofali, di stretta attualità alla luce dell'imminente obbligo assicurativo per piccole e microimprese (anche con immobili in locazione). “Abbiamo già attivato oltre 100 polizze e suggeriamo di non arrivare alla scadenza, così da sfruttare al meglio l'attuale disponibilità del mercato prima della probabile congestione di fine anno”, aggiunge Cossa.

Focus anche sull'andamento del ramo travel: i volumi delle polizze viaggio risultano in linea con il 2024, pur in presenza di un rallentamento sulle destinazioni strategiche come gli Stati Uniti. Tour operator e aziende affrontano un contesto incerto, segnato da tensioni geopolitiche, cambiamenti climatici e pressione della disintermediazione. La risposta del settore? Da un lato, una maggiore attenzione verso mete percepite come sicure; dall'altro, la costruzione di esperienze di viaggio più ricercate, personalizzate e, talvolta, con livelli di rischio superiori.

Allo stand condiviso con I4T – Insurance Travel (Pad. A1 – Stand 431), oltre ai momenti di approfondimento e networking, spazio anche a iniziative di engagement: un contest social permetterà di scattare foto a tema e vincere gadget ispirati alla mission aziendale.

LE NOVITA' DI SPENCER & CARTER

APPUNTAMENTO ANCHE FUORI FIERA

Non solo business, ma anche networking: Spencer & Carter conferma la tradizione della CLIKKI® NIGHT, in programma giovedì 9 ottobre presso l'Embassy Ristorante e American Bar di Rimini. Dopo la cena su invito, la serata proseguirà dalle 23:00 con DJ set e cocktail bar, aperta a tutti i professionisti del settore.

Gli inviti, da esibire all'ingresso, possono essere ritirati direttamente allo stand Spencer & Carter (Pad. A1, Stand 130 - 211).

In occasione del TTG Travel Experience di Rimini, dall'8 al 10 ottobre 2025, Spencer & Carter introduce una significativa novità nel panorama assicurativo italiano, rivoluzionando l'esperienza dei viaggiatori business e leisure.

Al centro delle innovazioni presentate, la piattaforma digitale My Klikki, che si arricchisce di una funzione avanzata per la gestione dei sinistri: "Da oggi sarà possibile aprire una pratica direttamente online sia per i clienti che per le agenzie viaggi che operano per conto dei clienti stessi. Nella sezione riservata alle adv, sarà attivo un sistema di monitoraggio in tempo reale dello stato della pratica, con aggiornamenti costanti sull'evoluzione del sinistro".

Poi la novità Klikki Protect 100K, la prima polizza annullamento all risk in Italia in grado di coprire viaggi fino a 100.000 euro di valore assicurato.

Pensata per il segmento luxury travel, Klikki Protect 100K ridefinisce gli standard di protezione nel turismo ad alto valore aggiunto, offrendo una copertura su misura per viaggi di fascia alta. Parliamo di esperienze con budget importanti – come viaggi luxury, il noleggio di yacht, ville esclusive o crociere tailor-made – che fino ad oggi non potevano contare su una vera assicurazione annullamento all'altezza del loro valore.



GIAPPONE

THE BEAUTY OF JAPAN

L'Ente Nazionale del Turismo Giapponese (JNTO) rinnova la sua presenza al TTG Travel Experience di Rimini, (Padiglione C3, stand 131-210), consolidando il legame con il mercato italiano in un anno scandito dal grande evento mondiale Expo Osaka 2025, che si concluderà proprio il 13 ottobre.

Il tema portante dell'attività promozionale per il periodo 2025-2026 è "Beauty of Japan", un invito a scoprire le molteplici sfaccettature della bellezza nipponica: dalla natura alle stagioni, dalla cultura alle tradizioni. JNTO punta i riflettori su itinerari meno battuti, aprendo le porte a un Giappone inedito, ricco di paesaggi incontaminati, spiritualità profonda e stili di vita locali. Grande attenzione sarà riservata alle aree rurali, con percorsi che valorizzano l'autenticità di destinazioni fuori dai circuiti di massa, ma senza dimenticare la celebre Golden Route, che collega le principali città iconiche del Sol Levante.

In risposta alle nuove tendenze di viaggio, JNTO investe anche su turismo di avventura, luxury travel e slow tourism, settori sempre più richiesti da un pubblico alla ricerca di esperienze esclusive e genuine.

I dati del 2025 raccontano la forza attrattiva del Giappone: tra gennaio e agosto sono stati registrati 28,4 milioni di visitatori internazionali, con un aumento del +18,2% rispetto al 2024, trainato soprattutto dai flussi asiatici. Brilla, in particolare, il mercato italiano: nel periodo considerato sono stati 198.900 i viaggiatori provenienti dall'Italia, in crescita del +33,4%. Agosto ha segnato il record con 41.100 visitatori italiani, pari a un incremento del +18,6% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

Tunisia Portami via

L'Ente Nazionale Tunisino per il Turismo (ONTT) rinnova la sua presenza al TTG Travel Experience 2025 di Rimini, proponendo uno stand emozionale ispirato alla nuova campagna istituzionale (Padiglione C2, Stand 126-208). L'appuntamento si conferma centrale per il dialogo con tour operator, agenzie, operatori incoming e media specializzati, con l'obiettivo di promuovere la Tunisia tra le mete di riferimento nel Mediterraneo.

Il semestre iniziale del 2025 segna dati particolarmente positivi: la Tunisia ha registrato una crescita dell'11% negli arrivi internazionali, superando i 4,3 milioni di visitatori, mentre gli incassi turistici sono aumentati di oltre l'8%. Nel primo trimestre, le entrate hanno toccato circa 1,21 miliardi di dinari (365 milioni di euro), confermando un trend di crescita sostenuta.

La nuova strategia di sviluppo turistico punta a diversificare l'offerta, focalizzandosi su segmenti come turismo senior, benessere, rurale, ecologico e lusso, oltre alle locazioni turistiche. L'intento è rafforzare la resilienza del comparto e stimolare flussi anche in bassa stagione.

Significativo l'impulso sul mercato italiano, dove sono in corso campagne promozionali mirate in risposta alla crescita degli arrivi. Tra le azioni, il potenziamento dei collegamenti aerei e la valorizzazione di rotte dirette facilitano l'accesso per i turisti italiani.

L'ONTT ribadisce il proprio ruolo di promotore istituzionale della destinazione, impegnandosi attivamente nella valorizzazione delle bellezze naturali, culturali e storiche e nel sostegno alla crescita sostenibile del settore. L'ente coordina campagne di marketing e collaborazioni internazionali, investendo in turismo culturale, enogastronomico, wellness e sportivo per raggiungere un pubblico sempre più ampio e diversificato.

La Tunisia si conferma così una destinazione capace di unire autenticità, tradizione e modernità, contribuendo allo sviluppo economico e sociale del Paese.



MALTA PUNTA SUL TURISMO DI QUALITA'

Malta Tourism Authority racconta una destinazione in continua evoluzione che continua a conquistare i viaggiatori italiani. L'ente invita a visitare lo stand nel padiglione C1, postazione 436, dove presenta strategie e novità per consolidare l'immagine di un arcipelago sempre più votato alla qualità e alla sostenibilità.

«I numeri confermano la crescita costante del mercato italiano» spiega Ester Tamasi, direttrice di Malta Tourism Authority. «Ad agosto l'Italia è risultata il primo Paese per arrivi, con 93.101 visitatori. Nei primi otto mesi del 2025 abbiamo registrato 416.761 arrivi dall'Italia, che resta il nostro secondo mercato di riferimento».

Le ridotte dimensioni territoriali e i collegamenti aerei capillari rendono Malta e Gozo una meta accessibile tutto l'anno. Due isole, due anime: Malta, dinamica e cosmopolita; Gozo, più autentica e rilassata, ideale per chi cerca contatto con natura e tradizione. Il visitatore scopre così un territorio dove il patrimonio barocco convive con l'architettura contemporanea, dove i siti UNESCO e i villaggi tradizionali si alternano a boutique hotel di charme, locali creativi e nuove strutture firmate da brand internazionali.

Il segmento premium è in espansione, con un'offerta che privilegia esperienze di alto livello più che ostentazione: dimore storiche, wellness resort, escursioni soft adventure e itinerari su misura per viaggiatori sofisticati. Il clima mite tutto l'anno rende inoltre l'arcipelago ideale anche fuori stagione, quando si possono vivere esperienze autentiche in chiave sostenibile.

Tra i progetti simbolo di questa transizione figura la tutela della Blue Lagoon di Comino. L'iniziativa, incentrata su un sistema di prenotazione per la gestione dei flussi, il potenziamento della pulizia, la sicurezza e il rispetto delle regole ambientali, si propone come best practice nel Mediterraneo. L'Authority sarà affiancata da partner strategici del settore, tra cui AX Hotels, Best Western Premier Malta, Cavalieri Art Hotel, Event Solutions Malta, InterContinental Malta, Rigo Malta DMC, Robert Arrigo & Sons LTD, Special Interest Travel LTD, Gozo Association e KM Malta Airlines.



IL 1° OSSERVATORIO PERMANENTE SUI PARCHI

AssoParchi, l'associazione che riunisce i parchi tematici, acquatici, faunistici, avventura e le attrazioni esperienziali italiane, partecipa per la prima volta a TTG Travel Experience di Rimini con un convegno dedicato al rapporto tra intrattenimento e turismo. L'appuntamento, dal titolo "Numeri, esperienze, futuro: il turismo che nasce dai parchi", è in programma mercoledì 8 ottobre alle 16.30 nella sala Diotallevi 2, e segna l'avvio di una nuova fase per il comparto con la presentazione del primo Osservatorio permanente AssoParchi, realizzato in collaborazione con GRS Research & Strategy.

L'iniziativa intende monitorare in modo continuativo l'andamento del settore, analizzando valore economico, impatto sociale e capitale relazionale generato dai parchi italiani. Ogni anno l'Osservatorio fornirà dati e tendenze per sostenere un comparto che, tra il 2025 e il 2027, prevede oltre 500 milioni di euro di investimenti in nuove attrazioni, aree tematiche, tecnologie immersive e soluzioni sostenibili.

Secondo i dati SIAE, nel 2024 i parchi italiani hanno registrato un incremento del 7,4% nei biglietti emessi, pari a oltre 21 milioni di ingressi, e un fatturato superiore ai 300 milioni di euro. Pareschi sottolinea però come il valore reale sia ben più ampio: «La biglietteria rappresenta solo una parte del contributo economico. Ogni parco alimenta un ecosistema di servizi e occupazione. Stimiamo un moltiplicatore dell'indotto pari a 8-10 volte il fatturato del singolo parco, in linea con le principali attrazioni turistiche italiane».





NOMINE

Associazioni

AIAV nomina Daniele Fiorini nuovo direttore generale

L'Associazione Italiana Agenti di Viaggio (AIAV), parte di CNA Turismo e Commercio, annuncia in occasione di TTG Travel Experience la nomina di Daniele Fiorini come nuovo direttore generale. Una figura di grande esperienza nel mondo associativo e turistico, chiamata a guidare il processo di consolidamento e crescita dell'organizzazione.

Fiorini, che ha già assunto l'incarico operativo presso la sede romana, avrà il compito di coordinare le diverse aree dell'associazione in sinergia con la sede centrale di Torino, rafforzando il ruolo di AIAV nel panorama nazionale. Oggi l'associazione rappresenta oltre 2.500 agenzie di viaggio, risultando la più numerosa del settore.

«Con l'arrivo di Daniele Fiorini – spiega Fulvio Avataneo, presidente AIAV – la nostra squadra si arricchisce di competenze strategiche in un momento complesso per il turismo. La sua esperienza e la sua visione ci permetteranno di essere ancora più efficaci nel sostenere gli agenti di viaggio, offrendo strumenti concreti per affrontare le sfide di mercato».



Accolgo questo incarico con entusiasmo. Conosco da vicino le dinamiche delle agenzie e credo che il lavoro di squadra con AIAV potrà portare a risultati concreti e innovativi. L'obiettivo è offrire più strumenti, formazione e rappresentanza a una categoria che continua a dimostrare resilienza e professionalità».

Daniele Fiorini



AIR TRANSAT

Programma voli 2026 rafforzato

Air Transat, rappresentata in Italia da Rephouse GSA, partecipa al TTG Travel Experience di Rimini (Pad. C3 – stand 526) per presentare le novità della stagione estiva 2026, che vedrà un potenziamento dei collegamenti diretti tra Italia e Canada.

A partire da aprile 2026 la compagnia offrirà 19 voli settimanali complessivi da Roma Fiumicino, Venezia e Lamezia Terme verso Montréal e Toronto, due destinazioni chiave sulla costa orientale canadese. L'offerta risponde alla crescente domanda di viaggi leisure e business tra i due Paesi, confermando Air Transat come uno dei principali vettori sul mercato transatlantico.

Dal 18 aprile 2026 partiranno cinque voli settimanali Roma-Montréal, che diventeranno giornalieri dal 19 giugno. Dal 4 maggio si aggiungeranno i voli Venezia-Montréal, inizialmente uno a settimana e poi due dal 19 giugno. Entrambe le città offriranno anche comode connessioni per Québec City via Montréal o Toronto.

Sulla rotta verso Toronto, i collegamenti da Roma inizieranno il 17 aprile con sei frequenze settimanali, che diventeranno giornaliere dal 23 luglio. Da Venezia si volerà una volta a settimana (sabato) a partire dal 2 maggio e due volte dal 19 giugno. Dal 25 giugno al 1° ottobre, inoltre, Lamezia Terme offrirà l'unico volo diretto dalla Calabria verso Toronto, operativo ogni giovedì.

La programmazione 2026 introdurrà anche voli in connessione verso Messico e Perù: da Roma per Lima e Cancún (con stopover a Toronto a carico del passeggero) e da Venezia per Cancún via Montréal o Toronto. Da Montréal e Toronto partiranno inoltre collegamenti per i Caraibi e il Sud America, con destinazioni come Punta Cana, Cuba, Martinica, Fort Lauderdale e Rio de Janeiro, operate con i nuovi A321neo narrow-body.

Leonardo Hotels si conferma tra i principali protagonisti dell'ospitalità europea, con oltre 300 strutture e 50.000 camere in 17 Paesi. Il gruppo, con sede a Berlino, punta su innovazione e design per offrire esperienze personalizzate ai viaggiatori business e leisure.

Nel 2025 inaugurerà due nuove strutture a Roma: il NYX Hotel Rome, frutto di un investimento da 20 milioni di euro nel quartiere Prati, con 300 camere, ristorante, bar e spazi per meeting, e il Leonardo Boutique Hotel Rome Monti, 80 camere e un'area benessere nel cuore dello storico quartiere Monti. Il gruppo ha chiuso il 2023 con 50 milioni di euro di fatturato in Italia, in crescita di 10 milioni sull'anno precedente, e prevede un'ulteriore espansione nel 2024.



Gruppo UNA amplia la propria presenza in Sicilia con il Maniace Boutique Hotel Ortigia | UNA Esperienze, nuovo boutique hotel 4 stelle situato nel cuore dell'isola di Ortigia a Siracusa. La struttura, ospitata in una dimora storica affacciata sulla spiaggetta di Calarossa, unisce eleganza, autenticità e accoglienza siciliana.

L'ingresso dell'hotel porta a 20 il numero delle strutture del brand UNA Esperienze, rafforzando il posizionamento del gruppo nell'ospitalità di alto livello sull'isola, dove è già presente con altre cinque proprietà.

Le 21 camere e suite, moderne e luminose, sono ispirate ai simboli e alle tradizioni locali — dai pupi siciliani all'Etna — per offrire un'esperienza immersiva nel patrimonio culturale dell'isola.

LVG Hotel Collection, brand di eccellenza nel settore dell'ospitalità di LVG Management, annuncia l'ingresso a partire dal 1° novembre 2025 dell'Hotel Gardenia di Verona nel proprio portfolio di strutture in gestione diretta. Con questa nuova acquisizione, LVG consolida la sua presenza in Veneto, una regione ad alto potenziale turistico sia per il segmento leisure sia per il business, portando a 13 il numero complessivo delle strutture in gestione diretta.

L'Hotel Gardenia è un punto di riferimento storico per l'ospitalità veronese: le sue origini risalgono infatti a prima del 1956. La gestione è sempre stata affidata alla famiglia Tranfuga-Mazzali, che ha trasformato l'albergo da piccola pensione con ristorante a struttura moderna, capace di attrarre sia la clientela leisure sia quella business, grazie alla vicinanza al centro di Verona e a Veronafiere. Negli anni l'hotel è cresciuto arrivando alla terza generazione sotto la gestione di Pier Luigi Tranfuga con i cugini Davide e Nicola Mazzali. Pier Luigi Tranfuga, attuale direttore e nipote dei fondatori, accompagnerà questa nuova fase entrando a far parte del team LVG con il ruolo di Direttore della struttura, per garantire continuità nella gestione e nel rapporto di fiducia con la clientela.

VALTUR, NUOVE STRUTTURE E CATALOGO

Per Nicolaus Valtur la novità di prodotto, nonché prossima apertura dell'estate 2025 è il Valtur Gallipoli Beach Resort & SPA, nuovissimo resort che andrà ad arricchire la proposta della linea Valtur Lifestyle, questa volta 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.

L'estate 2025 vedrà all'orizzonte altre tantissime novità di prodotto in Italia, medio e lungo raggio che andremo a svelare nei prossimi mesi. Mentre per l'inverno 2024/25 saremo protagonisti in montagna, con il Valtur Lifestyle a Cervinia, sul Mar Rosso - dove abbiamo triplicato la nostra presenza con il nuovissimo Valtur Marsa Alam Reef Oasis Suakin Resort - e sul lungo raggio con i Valtur Escape a Zanzibar e Maldive.

Altra novità riguarda il nuovo catalogo Valtur winter 2024/25 che presenteremo al trade in occasione del TTG: uno strumento sempre più editoriale, ricco di contenuti extra, che di anno in anno si pone l'obiettivo di avvicinarsi di più all'anima del viaggiatore, sia nella forma che nei contenuti.



ENJOY DESTINATIONS PUNTA AI TRAVEL MAKER

Enjoy Destinations, tour operator del gruppo milanese KKM Group, porta al TTG Travel Experience una programmazione rinnovata e nuove opportunità di collaborazione per il trade. Specializzato in viaggi su misura e di alto livello, il brand conferma la propria crescita nel turismo esperienziale e nel segmento honeymoon, ampliando il catalogo con nuove destinazioni in Medio Oriente: Oman, Giordania, Arabia Saudita, Egitto, Qatar ed Emirati Arabi si aggiungono a un portfolio pensato per viaggiatori alla ricerca di esperienze autentiche, culturali e sofisticate.

Ogni itinerario è realizzato dai Travel Makers del brand, professionisti del tailor made che combinano precisione operativa, creatività e conoscenza diretta delle destinazioni, costruendo viaggi originali e personalizzati.

Sul fronte trade, Enjoy Destinations consolida la propria community di agenzie partner con Enjoy Travel Network, piattaforma che mette a disposizione oltre 50 tour operator selezionati, tariffe nette e un sistema di booking centralizzato. Le agenzie aderenti possono contare su commissioni competitive, strumenti digitali avanzati e supporto formativo continuo, trasformando il network in un alleato strategico per lo sviluppo commerciale.

«Vogliamo costruire un modello di tour operating moderno, basato su fiducia, innovazione e collaborazione» spiega Claudio Rizzi, direttore dello sviluppo di Enjoy Destinations. «Ogni nuovo prodotto nasce dal dialogo con le agenzie, perché solo insieme possiamo offrire esperienze che superano le aspettative dei viaggiatori. TTG è l'occasione per condividere la nostra visione e presentare le nuove rotte che guideranno la crescita del 2026».

Sekurest e Worldpay lanciano le carte virtuali MWP: il futuro dei pagamenti B2B nel turismo

Al TTG Travel Experience debutta una novità destinata a cambiare il modo in cui il settore turistico gestisce i flussi finanziari. Sekurest e Worldpay presentano ufficialmente le carte virtuali MWP, sviluppate con il supporto del programma Mastercard Wholesale Program, per offrire a tour operator, agenzie e travel management companies una soluzione digitale sicura, trasparente e immediata per i pagamenti B2B.

Le carte MWP, emesse da Worldpay e distribuite attraverso la piattaforma Sekurest Pay, permettono di effettuare transazioni singole per voli, hotel, crociere, autonoleggi e altri servizi, garantendo protezione antifrode, tracciabilità dei pagamenti, compatibilità con i principali fornitori, cashback competitivo e oltre 13 tipologie di carte disponibili. Tutto con attivazione digitale.



Efficienza e guest experience al centro per Booking Designer

Al TTG Travel Experience di Rimini, Booking Designer presenta una piattaforma gestionale che punta a rivoluzionare la gestione operativa delle grandi strutture leisure, come villaggi turistici e resort.

Con il payoff “Less Jungle, More Hospitality”, Booking Designer si propone come risposta concreta all’eccessiva frammentazione digitale che spesso caratterizza il settore dell’ospitalità, dove software e strumenti diversi generano inefficienze, duplicazioni e margini di errore, sottraendo tempo e qualità all’esperienza degli ospiti.

La soluzione di Booking Designer si basa su un unico gestionale all-in-one capace di orchestrare ogni reparto: dal PMS per la gestione di soggiorni e pagamenti, al CRM e booking automation, passando per channel manager, booking engine, POS per ristoranti e servizi accessori, fino alla gestione multistruttura per gruppi alberghieri e tour operator. L’obiettivo dichiarato è garantire dati sempre coerenti e processi semplificati, eliminando riconciliazioni manuali e offrendo una dashboard centralizzata per monitorare in tempo reale tutte le performance