nota stampa

TTG TRAVEL EXPERIENCE, LA CENTRALITÀ DELL'ITALIA NELLO SCENARIO TURISTICO INTERNAZIONALE: IL NOSTRO PAESE PREVISTO PRIMO IN EUROPA PER CRESCITA DEI VOLI ESTIVI (+8,9%)

- *Le analisi TTG Italia su dati OAG. I numeri della European Travel Commission registrano nei primi mesi dell'anno un aumento del 14% degli arrivi turistici internazionali in Italia*

- *Lo scenario conferma l'attrattività turistica del Paese, che dal 14 al 16 ottobre prossimi alla Fiera di Rimini sarà al centro della 63esima edizione di TTG Travel Experience e InOut | The Hospitality Community di Italian Exhibition Group*

Rimini, 3 giugno 2026 - Secondo le ultime analisi raccolte da **TTG Italia** su dati OAG, tra i principali provider mondiali di dati per l'aviazione, **l'Italia sarà il mercato europeo con la maggiore crescita percentuale della capacità aerea nell'estate 2026.** I posti in offerta verso il nostro Paese **aumenteranno infatti dell'8,9%,** davanti a Spagna (+7,6%) e Grecia (+5,9%), in un contesto in cui il bacino europeo crescerà complessivamente del 3,6%, pari a 18,5 milioni di posti aggiuntivi. A trainare la crescita italiana sarà soprattutto l'espansione delle low cost.

IL RUOLO CENTRALE DI TTG TRAVEL EXPERIENCE E INOUT

Uno scenario che conferma il ruolo centrale dell'Italia nel turismo internazionale e che sarà tra i temi al centro della 63esima edizione di **TTG Travel Experience e di InOut | The Hospitality Community**, le manifestazioni di riferimento per il turismo e l'hospitality organizzate da Italian Exhibition Group e in programma alla Fiera di Rimini dal**14 al 16 ottobre 2026**. Un format sempre più importante che **nell'edizione 2025** ha raccolto **2.700 brand espositori**, **1.000 buyer da 75 Paesi**, **60 startup** e **400 relatori** tra istituzioni, aziende ed accademie.
Il tema trasversale scelto per **TTG e InOut 2026 sarà 'Exist'**, un invito a rallentare il ritmo e a ritrovare il valore dell'esperienza autentica in una fase storica segnata da instabilità e saturazione cognitiva. *«In un momento in cui l'instabilità è ormai vissuta come normalità* - spiega **Gloria Armiri, group exhibition manager Tourism & Hospitality Division di IEG** - *il messaggio 'Exist' significa riprendere coscienza del momento, ritrovare il significato delle cose e una loro prova di esistenza reale, vissuta. Un invito a smettere di attraversare il tempo distrattamente e a trovare valore in ciò che facciamo».* Tra le principali novità dell'edizione, il ritorno dell'Innovation District dedicato alle imprese all'avanguardia nel settore turismo e ospitalità e il rafforzamento del matching internazionale con My Agenda by TTG. In contemporanea, InOut | The Hospitality Community punterà invece su progettazione, benessere, tecnologia e sport come driver strategici della ricettività e dedicherà nuovi spazi alle forme alternative di hospitality. TTG e InOut rappresentano quindi un format unico, un marketplace trasversale, dalla produzione alla distribuzione del prodotto turistico.

PRIMO SEMESTRE, IN AUMENTO GLI ARRIVI TURISTICI INTERNAZIONALI

Tornando ai dati, i segnali positivi arrivano anche dall'andamento dei primi mesi dell'anno. Secondo gli ultimi dati ETC - European Travel Commission raccolti da TTG, **l'Italia ha registrato un incremento del 14% degli arrivi turistici internazionali** grazie anche alla spinta delle Olimpiadi invernali di Milano Cortina. Parallelamente, le ultime rilevazioni del WTTC stimano per il turismo italiano una crescita del 3,8% nel 2026, superiore all'andamento complessivo dell'economia europea.
Ma il mercato sta cambiando rapidamente. **Dalle dichiarazioni raccolte da TTG Italia** tra i principali tour operator emerge un viaggiatore sempre più attento al rapporto qualità-prezzo, alla flessibilità e alla sicurezza, ma allo stesso tempo interessato a esperienze autentiche e personalizzate. **Ota Viaggi, Atelier Vacanze, Gruppo Nicolaus, Futura Vacanze e Isola Azzurra** evidenziano infatti una domanda meno standardizzata e più orientata all'esperienza, mentre operatori come Fruit InViaggi stanno investendo nell'ampliamento dei servizi e delle attività sportive per aumentare il valore percepito della vacanza.
Indicazioni simili emergono anche da una recente survey **di Alpitour World realizzata su oltre 5.700 agenzie di viaggio**: accanto alla sensibilità al prezzo, acquistano sempre più peso elementi come la tutela economica, la flessibilità delle prenotazioni e la sicurezza della destinazione, mentre il 28% degli operatori prevede un miglioramento del mercato nei prossimi mesi. In questo contesto, la forte crescita della capacità aerea verso l'Italia rappresenta un segnale di fiducia importante per il comparto e per l'attrattività del Paese sui mercati internazionali.

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; Benedetto Colli: benedetto@mindthepop.it, mob. 380 371 2272; Stefano Chiossi: stefano@mindthepop.it, mob. + 39 388 739 4358.

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