nota stampa n. 7

TTG TRAVEL EXPERIENCE 2026, HOTEL E CATENE ALLA PROVA DEL FUTURO: NUOVE GENERAZIONI, BRAND E MODELLI DI OSPITALITÀ

- **Hotel Chains riunisce a TTG Travel Experience i principali gruppi alberghieri nazionali e internazionali: brand, strategie di sviluppo e nuovi modelli di ospitalità al centro degli Hotel Talks**

- **Novità 2026, i responsabili acquisti delle catene presenti a TTG potranno entrare nel contingente buyer di InOut, rafforzando il collegamento tra domanda alberghiera, fornitori e industria dell'ospitalità**

- **Dal ricambio generazionale all'inclusione, il lavoro in hotel entra nel vivo del programma: imprese, studenti e manager a confronto sui nuovi equilibri professionali del settore**

ttgexpo.it | inoutexpo.it

Rimini, 9 ottobre 2026 – L'hotellerie si evolve nel modo di fare impresa, costruire i brand e soprattutto attrarre nuove professionalità. **TTG Travel Experience 2026**, in programma dal **14 al 16 ottobre** alla **Fiera di Rimini**, dedica alle trasformazioni dell'ospitalità un percorso che mette insieme grandi catene alberghiere, manager, buyer, studenti e professionisti del settore.

Al centro c'è **Hotel Chains**, il format di TTG dedicato ai principali gruppi alberghieri italiani e internazionali. Un luogo di incontro costruito intorno a **strategie di sviluppo, trasformazione dei brand e nuovi modelli di ospitalità**, con occasioni di relazione diretta tra catene, operatori e buyer.

HOTEL TALKS: TRENTA MINUTI PER RACCONTARE STRATEGIE E PROGETTI

Il cuore del format sono gli **Hotel Talks**: ogni catena alberghiera dispone di **30 minuti** per raccontare il proprio posizionamento e presentare nuovi progetti a un pubblico professionale. Una formula agile, pensata per portare sul palco le strategie dei gruppi e trasformare la presentazione del brand in un'occasione di confronto con il mercato.

Il format 2026 rafforza, inoltre, il collegamento tra TTG e InOut: **i responsabili acquisti delle catene presenti a TTG potranno accedere al contingente buyer di InOut | The Hospitality Community**, entrando in contatto diretto con aziende dell'arredo, del design, del wellness, delle tecnologie e dei servizi per l'hotellerie.

IL NODO DEL LAVORO: GIOVANI E IMPRESE SI PARLANO SENZA FILTRI

Uno dei temi più urgenti riguarda il capitale umano. **Mercoledì 14 ottobre alle 14.10, nella Main Arena**, l'incontro ***"Esistere senza filtri: giovani e imprese dell'Ospitalità a confronto oltre i Blind Spots del (mis)Match"*** mette direttamente a confronto studenti e responsabili delle risorse umane sulle distanze ancora presenti tra aspettative dei giovani e necessità delle imprese.

Il panel, con la partecipazione di **Confindustria Alberghi**, affronta il tema del nuovo patto generazionale nell'hospitality. Tra gli interventi quelli di **Elisabetta Fabri**, presidente di Confindustria Alberghi, **Graziano Debellini**, presidente TH Resorts, **Marco Gilardi**, Senior Vice President Operations Italy di Minor Hotels e **Mariangela Pecora**, HR Director Italy & Maldives di The Palace Company, insieme a studenti chiamati a portare sul palco il punto di vista delle nuove generazioni.

OSPITALITÀ INCLUSIVA, DAL LAVORO AL VALORE PER I TERRITORI

Il confronto sul futuro dell'hospitality passa anche dall'inclusione. **Mercoledì 14 ottobre alle 15.40, nella Global Village Arena**, il panel ***"Esiste un turismo davvero per tutti? L'ospitalità inclusiva come spazio di relazione autentica"*** affronta il tema dell'accessibilità professionale e dei modelli di accoglienza capaci di creare valore per ospiti, collaboratori e territori. Tra le testimonianze, quella di **Alex Toselli**, direttore di **Albergo Etico**, con i progetti dedicati all'inserimento professionale delle persone con disabilità. Il filo comune è lo stesso: **rendere l'hospitality più attrattiva, inclusiva e competitiva**, lavorando non soltanto su prodotto e tecnologia ma anche sulle persone, sulle competenze e sulla qualità dell'esperienza professionale.

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.