

# Turismo. Paolo Audino (IEG): AL TTG di Rimini 150 eventi in tre giorni, focus primario su digitale e dati

scritto da Scenari Internazionali | 28 Settembre 2018



Photo credit © Italian Exhibition Group

Dal 10 al 12 ottobre prossimi, Rimini tornerà ad essere protagonista nel quadro del 55° TTG Travel Experience, evento dedicato a tutti gli operatori del settore turistico e ricettivo, occasione per incontri B2B e momenti formativi finalizzati all'aggiornamento aziendale. Per saperne di più abbiamo contattato Paolo Audino, Travel, Lifestyle & Innovation Exhibitions Director di Italian Exhibition Group, leader nel settore fieristico, responsabile dell'organizzazione della *kermesse* riminese.

*A cura della Redazione*

Direttore Audino, benvenuto su Scenari Internazionali. Il prossimo 10 ottobre si aprirà a Rimini la nuova edizione del TTG Travel Experience,

**tradizionale appuntamento fieristico dedicato al turismo e alla ricettività. Quale sarà il tema portante di questa 55ª edizione? Quali gli ospiti principali?**

Domanda ed offerta di vacanze stanno attraversando nel mondo un'autentica rivoluzione, che sta generando il progresso dei flussi e la scoperta di nuovi filoni commerciali, sia per la domanda che per l'offerta. TTG Travel Experience storicamente intercetta questi segnali, li elabora e li offre agli attori della filiera. Proporranno oltre 150 appuntamenti nelle tre giornate e direi che tutto ciò che attiene l'utilizzo del digitale e dei dati in ambito turistico avranno un focus primario.

Fra i protagonisti annunciati, personaggi del calibro di Fabio Galetto (Direttore Google Italia), Andrea Ghizzoni (Country manager Italia di WeChat), Gianluca Laterza (Senior Territory Manager South Europe di TripAdvisor), Walter Lo Faro (Market Management Southern Europe & Join Expedia Team Europe di Expedia), il sociologo Francesco Morace, Vincenzo Moretti (Nòva Il Sole 24 Ore), Giuliano Noci, prorettore del Polo territoriale cinese del Politecnico di Milano, Roberto Paura, presidente dell'Italian Institute for the Future, Gilbert Triganò, protagonista del fenomeno Club Med e promotore della formula Mama Shelter con l'archistar Philippe Stark, che ha incorporato il brand Accor, ed Alberto Yates (regional manager).

**Il settore turistico è uno fra i più floridi nel nostro Paese, globalmente riconosciuto per la sua enorme ricchezza storica, artistica, culturale e paesaggistica, oltre che per il lifestyle, la moda e l'enogastronomia, da sempre abbinati all'offerta ricettiva italiana. Cosa dicono i dati più aggiornati del settore?**

Dicono che cresciamo, ma non alla velocità di altri Paesi che hanno certamente patrimoni inferiori al nostro. È un discorso antico: in un certo senso viviamo di rendita, siamo nei sogni di ogni turista del mondo ma facciamo ancora troppo poco per stimolare il sogno a diventare realtà. C'entrano la strategia e la quantità di risorse destinate alla promozione, ma anche la capacità di connettere il patrimonio artistico e naturale per renderlo più facilmente fruibile. C'entra la difficoltà con la quale riusciamo a mettere a sistema le opportunità offerte dalla tecnologia. Insomma, ci sono tanti passi da fare, forse il primo e fondamentale è quello di riconoscere all'industria turistica di essere un *driver* economico primario per l'economia del nostro Paese.

Comunque, Industry Vision, lo studio che Italian Exhibition Group effettua ogni semestre per misurare la fiducia nel futuro delle imprese turistiche, mostra un buon ottimismo e a TTG Travel Experience mostreremo quali riflessioni e quali investimenti sia utile programmare per crescere ancora.

**Un fenomeno in forte crescita a livello globale è il turismo congressuale, spesso relativo ad eventi B2B, dunque strettamente legato al mondo degli affari e fortemente veicolato dal processo di internazionalizzazione delle imprese. Quali sono i numeri di questo**

### **fenomeno in Italia?**

Italian Exhibition Group presidia questo settore con una tradizione da leader, che si basa sulla disponibilità di strutture di profilo europeo, a Rimini e a Vicenza, con un *management* esperto e professionale, guidato da Stefania Agostini.

TTG Travel Experience avrà un accento anche su questi temi, in particolare all'interno dell'Osservatorio Digitale sul Turismo che proponiamo insieme al Politecnico di Milano. Anche per la meeting industry IEG è un punto di riferimento per qualità e capacità organizzativa. È un mercato dinamico che va riprendendosi dopo anni difficili e siamo felici di aver contribuito ai numeri positivi diffusi dall'Osservatorio Italiano dei Congressi prima dell'estate, con quasi eventi congressuali organizzati complessivamente in Italia nel 2017, in aumento del 2,9% rispetto all'anno precedente. Valori positivi anche per quanto riguarda i partecipanti, oltre 29 milioni, in crescita del 3,2%.

**Malgrado le molteplici eccellenze, il turismo nel nostro Paese non è sempre caratterizzato da successo e qualità. Se da un lato possiamo vantare tante realtà fortemente competitive, anche in termini di digitalizzazione dei servizi offerti, dall'altro ve ne sono ancora diverse poco attrattive e legate ad un modello d'impresa superato. Quali sono le regioni o le province italiane meno avanzate da questo punto di vista?**

Preferisco guardare le eccellenze, che diventano esempio per chi deve migliorare. A TTG Travel Experience ospitiamo un *contest* al riguardo, a cura di Travel Appeal. Quest'anno ci sarà la terza edizione e lo scorso anno l'Alto Adige si aggiudicò il primo posto in termini di reputazione digitale, mentre l'anno precedente vinse la Basilicata. Vediamo quest'anno quale sarà l'esito. In fiera sono presenti sostanzialmente tutte le Regioni italiane e il pubblico è esclusivamente formato da professionisti. Frequentare le proposte del programma sarà un buon modo per migliorare le proprie performance.

© **Riproduzione vietata**