

[Dall'11 al 13 ottobre apre le porte il Ttg Travel Experience](#)

Dal turismo etico alle nuove mete, mille buyer arrivano in Fiera

Il Ttg fa 60 e si propone come punto di riferimento per l'industria del travel di tutto il bacino Mediterraneo. Da mercoledì prossimo fino a venerdì 13 ottobre, la sessantesima edizione del Ttg Travel Experience, il salone del turismo di Italian Exhibition Group, si presenterà come la più internazionale di sempre. Saranno ben 55 le destinazioni estere, con mille buyer da tutto il mondo, 2.700 espositori articolati su 26 padiglioni. Rimini diventerà il crocevia del turismo, un luogo dove i buyer stranieri potranno incontrare, oltre alle destinazioni turistiche

I NUMERI

Saranno 55 le destinazioni estere, con 2.700 espositori nei 26 padiglioni del quartiere fieristico

italiane, anche quelle estere. A partire da Slovenia, Croazia, Grecia, Marocco e Giordania, che per il secondo anno consecutivo, si conferma country partner.

La manifestazione porta le novità di un settore che si sta ripensando. Tant'è che cresce l'attenzione nei confronti di un'offerta attenta alla dimensione etica a 360 gradi: non solo ambiente ma anche questioni sociali, incoraggiando le relazioni tra le persone e tra queste e le altre specie viventi. Tutto questo si rispecchia nell'offerta della sezione 'The World', dove sono riunite le principali destinazioni internazionali, e che mostra la trasformazione del turismo e dell'hospitality. Il viaggio non è più semplice spazio di evasione, ma si modifica in funzione delle nuove sfide imposte dalla contemporaneità.

All'edizione 2023 di Ttg torna la



Alle porte la sessantesima edizione del Ttg Travel Experience, il salone del turismo di Italian Exhibition Group

Turchia, mentre Portogallo ed Egitto ampliano la presenza in fiera. Saranno ben mille i buyer provenienti da 62 Paesi, di cui 58% è europeo e il 42% è invece di origine extraeuropea. Tra le novità c'è la Cina, che ha deciso di tornare alla manifestazione riminese. Ttg Travel Experience anche quest'anno presenta una

dimensione espositiva a cui si aggiunge un ricco calendario di eventi e occasioni di incontro, in grado di promuovere sia la commercializzazione delle destinazioni turistiche, sia lo scambio di conoscenza, informazioni e delle cosiddette best practice per la crescita degli operatori della filiera.