

**Le fiere italiane: modalità e strumenti per competere
nei valori fondamentali della nostra cultura**



TTG Incontri

Travel Industry & Travel Trade Gazette Internazionali da sempre

- TTG Global Network: 14 testate offline e online e 8 eventi
- **Leader in Italia**
- Primi per numero di espositori, di visitatori professionali, di ricavi, di margine
- **Leader sull'incoming**
- Primi per numero di tour operator esteri e per rappresentanza delle destinazioni turistiche italiane
- **Leader sull'outgoing**
- Primi per partecipazione di destinazioni estere e per presenza di tour operator, di compagnie aeree, di catene alberghiere e di società di servizi a terra



La storia

- TTG Italia, oggi business unit di Rimini Fiera spa, nasce nel 1973 come casa editrice per la pubblicazione dell'omonima testata specializzata, TTG Italia, considerata oggi la più affermata e autorevole nel campo dell'informazione turistica per il trade.
- Nel 1977 viene lanciato il Tourism Promotional Show, oggi TTG Incontri e nel 2001, TTI, workshop per la commercializzazione del Prodotto Turistico italiano in Italia e all'estero. Dal 1999 TTG Italia si è, inoltre, specializzata nell'organizzazione di eventi personalizzati e mirati a specifici target di clientela: i roadshow.
- Nel 2003 Rimini Fiera rileva la maggioranza della società e da quell'anno TTG Incontri si svolge nel quartiere fieristico di Rimini. Nel 2014 TTG Italia viene incorporata in Rimini Fiera.



I numeri

2014 TTG Incontri, Rimini

- 2.480 espositori
- 36.554 visitatori unici
- più di 1.000 buyer internazionali da 60 Paesi
- 700 giornalisti accreditati
- 300 travel, food, culture e fashion blogger
- 130 destinazioni rappresentate



Il concept

b2b only

Innovazione

tendenze

mercato

Chi espone, chi visita

È rappresentata tutta la filiera turistica

PRODOTTO



DISTRIBUZIONE

**PRODOTTO
SERVIZI**
Alberghi,
compagnie
aeree,
destinazioni...

**INTERMEDIARI
DI PRIMO
LIVELLO**
Tour operator,
wholesales,
inbound to

**INTERMEDIARI
DI SECONDO
LIVELLO**
Agenzie di
viaggi, OLTA

Le basi del successo

Non essere follower

Non fare la corsa sul leader

Cambiare gli schemi

Andare controcorrente

Essere leader e non follower



Un esempio: alla fine degli anni 90 l'allora fiera leader di mercato organizzava, all'interno dei padiglioni espositivi, il più importante workshop per la commercializzazione dell'Italia nel mondo.

Il format: la domanda (cioè i buyer internazionali) riceveva l'offerta e si faceva scegliere.

Nel 2001 lanciamo TTI e ribaltiamo il concetto: l'offerta espone, la domanda internazionale sceglie. Alla base dell'attività di networking, c'è inoltre, un'agenda appuntamenti online che permette la profilazione e la scelta dei contatti in modo mirato ed efficace.

RISULTATO: Oggi il workshop di TTG Incontri dedicato all'Italia è la più grande piazza di contrattazione del nostro Paese nel mondo.

Le basi del successo

Più contenuti che metri quadrati

Guidare il cambiamento

Generare i bisogni

Sollecitare il cambiamento

Anticipare le tendenze

Più contenuti che metri quadrati



TTG NEXT

Una vasta area nel cuore della fiera, dedicata alle startup del turismo e all'innovazione.



TBDI

Travel Blogger Destination Italy , l'evento che mette in contatto i blogger con l'Industria dei viaggi.



TTG LAB

Formazione pratica in fiera per gli operatori del turismo.

TTG FORUM

Convegni e tavole rotonde per aggiornarsi e confrontarsi.



Le basi del successo

Market and visitors FIRST

Ascoltare costantemente il mercato così da poter dare risposte innovative, efficaci e in grado di far crescere il business del cliente

Più attenzione alla domanda che all'offerta

EDITORIA B2B
ONLINE
E OFFLINE

EVENTI
SPECIALI
WORKSHOP
ON DEMAND
E TEMATICI

CONVEGNI
TAVOLE
ROTONDE
OSSERVATORI
FORMAZIONE

In Fiera e oltre la Fiera

Una relazione con il mercato che dura tutto l'anno

Paolo Audino
direttore business unit turismo
audino@ttgitalia.com