**IL TURISMO OUTDOOR: UN’ESPERIENZA SOSTENIBILE**

“Il 56% degli italiani si è concesso una vacanza quest’estate, un quinto di questi sono amanti dell’outdoor, che piace soprattutto per la sua capacità di conferire un senso di libertà, contatto con la natura e varietà di esperienze al periodo di vacanza” commenta **Roberta Garibaldi, Amministratore delegato di ENIT**, durante l’incontro “Turismo outdoor, un’esperienza sostenibile” nella seconda giornata di TTG Travel Experience di Italian Exhibition Group, il salone del turismo presso il quartiere fieristico di Rimini e che si concluderà domani 14 ottobre. Continua, dunque, a crescere il turismo all’aria aperta. Un trend che, secondo quanto emerso dallo Studio sul Turismo Outdoor commissionato a **Istituto Piepoli** da ENIT Agenzia Nazionale del Turismo e Human Company, sarà al centro del viaggio anche per le festività di novembre e dicembre. Un terzo degli italiani, infatti, partirà per una vacanza autunnale, ma questa quota cresce significativamente tra i turisti open air che si dimostrano sempre più fedeli al “prodotto vacanza” e disposti a pagare in media 300 euro in più rispetto alle altre tipologie di vacanze.

**IL DIGITAL E LA RIMONTA DEL TURISMO**

Nel post pandemia il digitale ha aiutato a far crescere il turismo. Il trend è rilevato dall’**Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo** della school of management del **Politecnico di Milano**, che è stato presentato oggi durante la seconda giornata del TTG Travel Experience di Italian Exhibition Group nel quartiere fieristico di Rimini e che prosegue sino a domani venerdì 14 ottobre. In particolare, secondo la ricerca, la componente digitale nel mercato dei trasporti cresce in valore assoluto del +84% rispetto al 2021, toccando quota 11,2 miliardi di euro e attestandosi a -6% sul 2019. Per quanto riguarda il mercato ricettivo, gli acquisti online **crescono del +32% per un totale di 14,9 miliardi e registrando un aumento del 2% sul dato pre-pandemia.** “La voglia di tornare a viaggiare sta portando i turisti a superare anche la reticenza per la crescita delle tariffe, pur ricercando sempre maggior sicurezza e fiducia; in questo senso, il digitale si conferma un asset fondamentale per recuperare la competitività dell’intero settore e supportare gli operatori nel proporre nuovi modelli di business sempre più customer-centric e in cui la sostenibilità sta acquisendo un ruolo da protagonista” conclude **Eleonora Lorenzini, Direttrice dell’Osservatorio del Politecnico di Milano**.

**PREMIO ITALIA DESTINAZIONE DIGITALE: VINCE LA SOSTENIBILITÀ, INCLUSIVITÀ E IDENTITÀ**

Sostenibilità, inclusività e identità: sono le parole chiave del **Premio Italia Destinazione Digitale** che quest’anno guarda al turismo del futuro. Giunto alla settima edizione, l’Oscar del turismo, ideato da **The Data Appeal Company**, è stato assegnato nella giornata inaugurale del TTG Travel Experience, la manifestazione internazionale dedicata al turismo di Italian Exhibition Group in fiera a Rimini sino a venerdì 14. L’analisi ha coinvolto 770 mila points of interest e 33 milioni di italiani e ha evidenziato come l’Italia sia una destinazione in ripartenza, registrando rispetto all’estate 2020 un incremento del 42% negli indici di reputazione online, dell’andamento di flussi e prenotazioni, dei valori di prezzo e saturazione OTA, di tipologie e le tendenze di domanda e offerta turistica, e di fiducia. Le classifiche sono, infatti, state stilate per ciascun premio in base ai dati, ai commenti e alle recensioni raccolti sul web e analizzati dagli algoritmi e dall’IA. Quattro le categorie: strutture ricettive, locali e ristorazione, attrazioni e affitti brevi. Tra le destinazioni turistiche premiate: il **Parco Nazionale del Cilento**, **Vallo di Diano** e **Alburni** in Campania con il Premio Sustainability Index; alla città di **Milano** è stato assegnato il Premio Inclusivity Index; la **Grecia - Isole Egee** è la destinazione europea più apprezzata dagli italiani; la **Puglia** con il Premio Speciale Almawave Digital Innovation Index; l’area del **Mercure Alto Sinni Valsarmento** in Basilicata con il premio destinazione aree interne; **San Gimignano** in Toscana è la destinazione italiana più apprezzata dagli stranieri; mentre la destinazione con la migliore offerta enogastronomica è **San Daniele** del Friuli. Infine, la destinazione con la migliore reputazione è la **Val di Sole in Trentino**.

 **NUOVO LOGO UNITARIO PER IL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA- MODENA**

Le città di Bologna e Modena come un unico territorio turistico. Il logo unitario è stato svelato mercoledì 12, nella giornata di apertura del TTG Travel Experience di Italian Exhibition Group la manifestazione internazionale che si tiene nel quartiere fieristico di Rimini, e che prosegue sino a venerdì 14 ottobre. Una scelta di sviluppo strategico dei due territori per dare un volto unico e riconoscibile a Bologna e Modena, comunicando in modo semplice e immediato le loro caratteristiche comuni di innovatività, apertura, rappresentatività del Made in Italy. Progettato dallo studio FM Milano, il logo prende spunto dal concetto di mappa, intesa non solo come rappresentazione dello spazio ma come l’inizio di un viaggio. I due cerchi neri, in mezzo ai quali campeggia la scritta “Territori Bologna Modena”, simboleggiano le due città, unite dalla Via Emilia che corre di 26° inclinata lungo i primi rilievi degli appennini. “Se per caratteri identitari – sottolinea l’**Assessore regionale al Turismo Andrea Corsini** – il territorio turistico Bologna-Modena ha tutte le carte in regola per farsi strada nel panorama internazionale del turismo, grazie alla Motor Valley, all’offerta di arte, cultura ed intrattenimento, alla vacanza slow e alla cucina unica, passando per la qualità della vita che si respira in questi territori, mancava un segno grafico a rappresentare tutto questo. Un logo che rappresenta anche il dinamismo e la completa maturità della Destinazione, che da oggi sarà immediatamente riconoscibile dai turisti di tutto il mondo”.

**UMBRIA CUORE D’ITALIA: IL NUOVO BRAND SYSTEM CON ARMANDO TESTA**

Un cuore che sta nella “m” di Umbria. Presentato il nuovo logotipo durante la seconda giornata del TTG Travel Experience, il salone internazionale del turismo di Italian Exhibition Group, in fiera a Rimini sino a venerdì 14 ottobre. Creato dall’agenzia Armando Testa, questo brand system nasce con l’obiettivo di promuovere le eccellenze del territorio e di rappresentarne le diverse anime: turismo, musica, agricoltura, cultura, artigianato, trasporti e attività̀ produttive. “Con il nuovo logo – afferma **l’assessore regionale al Turismo Paola Agabiti** – vogliamo caratterizzare e rappresentare l’immagine e la promozione futura della Regione Umbria. Crediamo che i valori, la storia, le tradizioni ed i costumi della nostra regione abbiano la necessità di trovare un’immagine che li identifichi e li veicoli, esaltandone il loro significato e la loro forza intrinseca. L’idea emersa vuole rappresentare ciò che di più autentico e genuino la nostra regione sa manifestare quale territorio posizionato al centro della nostra penisola. Il logotipo si connota come un segno grafico pregno di significato: la tradizione, valorizzata dal colore verde acceso dei prati che abbraccia il colore delle olive mature: il territorio, con le linee morbide ed ondulate delle sue colline; il calore dell’abbraccio caloroso ed accogliente dei suoi abitanti; l’arte, espressa attraverso le citazioni di elementi architettonici dei rosoni di alcune basiliche, ma soprattutto il calore umano della regione: la “m” si trasforma in un cuore, epicentro di emozioni, che rimanda al celebre e storico pay-off “Cuore verde d’Italia”, per ribadire la centralità geografica dell’Umbria, rendendola definizione unica e riconosciuta su tutto il territorio italiano.

Tra i numerosi eventi di domani, giornata conclusiva di TTG, SIA e SUN, segnaliamo:

**CNA Turismo e Commercio – CNA Balneari**

Intervengono: Marco Misischia Presidente Nazionale CNA Turismo e Commercio, Roberto Masi Vice-presidente Nazionale CNA Turismo e Commercio, Cristiano Tomei Coordinatore nazionale CNA Turismo e Commercio e Sabina Cardinali Presidente nazionale CNA Balneari

(Dalle 10:00 alle 13:00 Sala Diotallevi 1 - Hall Sud)

**PNRR, l'Europa per le Imprese: Sfide e finanziamenti europei per la competitività internazionale delle aziende turistiche e culturali**

Con: Peppino de Rose, Economista Esperto in Politiche e Programmi UE, Docente d'Impresa Turistica-Mercati Int.li UNICAL

(Dalle 10:25 alle 11:30 Italy Arena - Pad. A5)

**Blockchain e turismo, gli NFT come strumento di promozione territoriale ed esperienziale: il progetto I Feel Slovenia NFT**

Intervengono:   Aljoša Ota Direttore Ente Sloveno per il Turismo in Italia e presidente Adutei, Edoardo Dal Negro CEO di Blinkup, Lecturer & Speaker, Digital Marketing Strategist e Sara Noggler Consulente del mondo Blockchain, Nft e Metaverso

(Dalle 10:30 alle 11:30 Global Village Arena - Pad. C3)

**Sostenibilità e Accessibilità nell'Ospitalità all'Aria Aperta: una vision per il futuro**

Intervengono: Alberto Granzotto Presidente FAITA, Sebastiano Venneri Responsabile nazionale Territorio e Innovazione – Legambiente, Roberto Vitali CEO di Village for all V4A® e Best Practice Iniziative e progetti realizzati dalle imprese del comparto

(Dalle 11:45 alle 12:45 Outdoor Arena - Pad. A7)

**Guida turistica per la Generazione Z scritta dalla Generazione Z**

Intervengono: Federico Arengi Bentivoglio Studente e viaggiatore e Laurentia Arengi Bentivoglio Studentessa e viaggiatrice

(Dalle 12:00 alle 12:45 BeActive Arena - Pad. A4)

**Lentamente Viaggiare. Abitanti e viaggiatori del futuro nel progetto con le comunità e gli ecosistemi locali**

Intervengono: Giacomo Miola Vice-presidente Slow Food Italia, Luca Caputo Destination Manager Slow Food Travel Italia e Enrico Maria Miliic Responsabile Comunicazione Slow Food Travel Italia

(Dalle 13:15 alle 14:15 Main Arena - Hall Sud)

**In rotta verso la Gioia. Quando il turismo fa davvero bene**

Con: Alberto Cancian Scrittore, viaggiatore e destination manager

(Dalle 15:00 alle 16:00 BeActive Arena - Pad. A4)

Il programma completo è disponibile a questa pagina:

[https://www.ttgexpo.it/eventi/programma/seminari-e-convegni?date=2022-10-14](https://urlsand.esvalabs.com/?u=https%3A%2F%2Fwww.ttgexpo.it%2Feventi%2Fprogramma%2Fseminari-e-convegni%3Fdate%3D2022-10-14&e=c4e25761&h=d549085a&f=y&p=n)