

*nota stampa 2*

## **AURA – THE LUXURY TRAVEL EVENT ACCENDE FIRENZE E IL TURISMO DI LUSSO GUARDA AL BRAND ITALIA**

*Dal 27 al 29 ottobre alla Fortezza da Basso il nuovo evento di Italian Exhibition Group dedicato al turismo di alta gamma. In uno scenario internazionale complesso, il segmento luxury mostra una forte capacità di tenuta: secondo TTG Monitor, il 46% dei viaggiatori di fascia alta conferma per le prossime vacanze lo stesso budget dello scorso anno e il 30% prevede di aumentare la spesa. Il programma di AURA, tra workshop B2B, networking e momenti di scoperta del territorio, mette al centro l'incontro tra buyer internazionali, operatori dell'hotellerie e servizi dell'ospitalità di alta gamma*

*Firenze, 19 giugno 2026* – Il lusso non abita più soltanto nelle suite più esclusive o nello sfarzo. Oggi si misura nella possibilità di accedere a esperienze fuori dall'ordinario: un museo aperto fuori orario, un incontro con un artista, una cena stellata costruita su misura, un itinerario che diventa racconto personale. È dentro questa nuova geografia del desiderio che nasce **AURA – The Luxury Travel Event**, l'appuntamento internazionale firmato **Italian Exhibition Group** dedicato al turismo di alta gamma, in programma **dal 27 al 29 ottobre 2026 alla Fortezza da Basso di Firenze**.

Per tre giorni Firenze diventerà il punto di incontro tra l'eccellenza dell'offerta italiana e i professionisti internazionali che disegnano viaggi tailor made per una clientela altospendente: luxury travel advisor, ultra luxury travel designer, operatori specializzati e buyer selezionati dai principali mercati internazionali, in arrivo da aree strategiche come Nord America, Sud America, Asia, Europa e Regno Unito. Al centro, il dialogo con una selezione di hotel cinque stelle, brand dell'hotellerie luxury, dimore storiche, resort, ville, castelli, operatori dell'incoming di fascia alta e servizi legati alla mobilità, all'hospitality e alle esperienze.

AURA – The Luxury Travel Event si presenta come una piattaforma di business e allo stesso tempo come un osservatorio vivo sul nuovo linguaggio del luxury travel. Il programma prevede oltre 10 ore di workshop B2B, momenti di networking, talk dedicati ai trend del turismo d'alta gamma e occasioni di scoperta del territorio pensate per mettere in relazione domanda internazionale, hotellerie di alta gamma e servizi esclusivi.

Le experience entrano nel programma come racconto vivo del nuovo luxury travel, all'interno di un progetto che mantiene al centro business, relazioni e mercato. I professionisti del turismo avranno l'opportunità di esplorare l'Italia del saper fare, trasformando luoghi, gesti e competenze in contenuti di viaggio ad alto valore. Tra le attività in programma sono previste visite a Palazzo Pucci, al Museo Ferragamo e al Museo Gucci, insieme a percorsi e workshop con realtà come My Mancini, Stefano Bemer, Il Bisonte e La Ménagère, oltre a un laboratorio dedicato all'upcycling e alla rigenerazione tessile. Dalla storia delle maison fiorentine alla calzoleria su misura, dalla pelletteria artigianale alla cultura dell'accoglienza.

È su questa domanda di qualità, contenuti e personalizzazione che si muove un mercato in pieno riposizionamento. Il turismo di lusso è oggi uno dei segmenti più dinamici dell'offerta italiana: secondo il

rapporto Deloitte, in Italia vale oltre 9 miliardi di euro di spesa diretta negli hotel cinque stelle, pari a circa il 16,8% del fatturato complessivo dell'offerta alberghiera nazionale.

*"In un quadro internazionale complesso, il segmento luxury continua a mostrare una forte capacità di tenuta", osserva Gloria Armiri, Group Exhibition Manager Tourism & Hospitality Division di IEG. "Il lusso è un driver di crescita centrale per l'Italia: i buyer interpellati per il nostro TTG Monitor confermano che il 46% dei clienti è disposto a spendere come lo scorso anno e il 30% prevede di aumentare il budget. Ma il dato più interessante riguarda il cambio di prospettiva: i turisti altospendenti scelgono l'Italia per la qualità dei servizi e delle esperienze, privilegiando sensazioni autentiche piuttosto che l'attenzione al budget. Per il 72% degli intervistati il lusso non coincide più con lo sfarzo, ma con esperienze esclusive, personali e ad alto valore emotivo. Le prenotazioni dei prossimi mesi non sembrano risentire delle tensioni internazionali e i mercati long haul continuano a mettere il nostro Paese al centro dei propri desideri: il brand Italia è solido e l'aumento degli investimenti internazionali in asset d'alta gamma ne è una prova tangibile".*

**Aura – The Luxury Travel Event** prende forma dall'esperienza di Italian Exhibition Group nel turismo e nel presidio dei mercati professionali. AURA rappresenta infatti l'evoluzione del format **Luxury Event by TTG**, che nell'ultima edizione ha riunito oltre 1.600 incontri business tra operatori internazionali. Oggi quel percorso compie un ulteriore passo avanti con un evento interamente dedicato al segmento luxury, pensato per dare al sistema Italia uno strumento B2B specializzato, internazionale e costruito attorno alla qualità delle relazioni.

La scelta di Firenze, inoltre, non è casuale. La città offre ad AURA un contesto in cui arte, moda, artigianato, manifattura e ospitalità dialogano da secoli, rendendo naturale il passaggio dal lusso come status al lusso come esperienza. AURA nasce con il supporto e la collaborazione di **Regione Toscana**, insieme a **Toscana Promozione Turistica**, **Fondazione Destination Florence** e **Firenze Fiera**.

Partner istituzionali: **Regione Toscana**; Main Partner: **Toscana Promozione Turistica**; Host e Destination Partner: **Fondazione Destination Florence**; Venue Partner: **Firenze Fiera**; Media Partner: **TTG Luxury**.

#### MEDIA AGENCY TTG TRAVEL EXPERIENCE

Martina Vacca: [martina@mindthepop.it](mailto:martina@mindthepop.it), mob. +39 339 748 5994; Fabrizio Raimondi: [fabrizio@mindthepop.it](mailto:fabrizio@mindthepop.it), mob. +39 335 389 848; Benedetto Colli: [benedetto@mindthepop.it](mailto:benedetto@mindthepop.it), mob. 380 371 2272.



#### 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 orafa - 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.