AURA THE LUXURY TRAVEL EVENT POWERED BY TTG

ORGANIZZATO DA ITALIAN EXHIBITION GROUP Providing the future

IEG, AURA CHIUDE LA PRIMA EDIZIONE CON 3.100 INCONTRI: PRENDE FORMA LA CASA DEL LUXURY TRAVEL ITALIANO

• Oltre 100 seller e 100 buyer internazionali e 3.100 appuntamenti di business alla prima edizione di AURA - The Luxury Travel Event. Il 70% dei buyer proviene dal Nord America.

• Deloitte: il 70% degli operatori considera utili gli eventi B2B specializzati nel lusso. AURA risponde alla domanda di un appuntamento internazionale dedicato al settore.

• Dalla cura dell'accoglienza alle eccellenze diffuse sul territorio: l'ospitalità italiana valorizza il proprio vantaggio competitivo sui mercati internazionali.

www.auraluxury.it

Firenze, 29 ottobre 2026 - Il punto di forza del turismo di lusso italiano è la **cultura dell'accoglienza**: una combinazione di professionalità, attenzione ai dettagli e capacità di valorizzare luoghi e talenti che rende l'Italia una destinazione privilegiata per i viaggiatori di alta gamma. Un'eccellenza diffusa, che si esprime nelle destinazioni più celebri e nelle realtà che raccontano la varietà del territorio italiano. È su questo patrimonio e sulla sua capacità di attrarre i mercati internazionali che ha puntato **AURA - The Luxury Travel Event**, il nuovo appuntamento di **Italian Exhibition Group (IEG)** dedicato al turismo di alta gamma, che si è concluso oggi alla Fortezza da Basso di Firenze con **3.100 incontri di business in due giornate**. Un debutto che pone le basi per fare di AURA **la casa del luxury travel in Italia**, un punto di riferimento per le imprese dell'ospitalità di eccellenza e i professionisti internazionali del settore.

La manifestazione ha riunito **oltre 100 seller e 100 buyer**, confermando una forte **vocazione internazionale**: **il 70% dei buyer proveniva dal Nord America**, il **10% dall'Italia** e il restante **20% da mercati europei, asiatici, sudamericani e mediorientali**, tra cui India, Regno Unito, Germania, Francia, Qatar, Emirati Arabi Uniti e Cina. Tra **i principali network del turismo di lusso** presenti **Virtuoso, Signature, Traveller Made, Serandipians by Traveller Made, SmartFlyer, Takumians ed Ensemble**. Un confronto diretto tra gli operatori dell'ospitalità di alta gamma e i professionisti internazionali che orientano le scelte di viaggio di una clientela ad alto potere di spesa.

AURA DÀ VOCE ALLA QUALITÀ DELL'OSPITALITÀ ITALIANA E LA METTE IN RELAZIONE CON I MERCATI INTERNAZIONALI

La forza del turismo di lusso italiano non risiede soltanto nel prestigio delle destinazioni più celebri, ma in una cultura dell'accoglienza che attraversa l'intero Paese. Cura del dettaglio, professionalità, autenticità dei luoghi e un patrimonio di talenti e competenze contribuiscono a rendere l'offerta italiana riconoscibile sui mercati internazionali. **AURA interpreta e dà voce a questa ricchezza**, valorizzando sia le destinazioni più note sia le eccellenze meno conosciute e mettendole in relazione con i protagonisti della domanda mondiale di alta gamma. Una vocazione che ne definisce l'identità: **essere la casa del luxury travel italiano**, un appuntamento in cui la qualità dell'ospitalità si traduce in relazioni commerciali e nuove opportunità di sviluppo per le imprese.

DELOITTE: IL MERCATO CHIEDE APPUNTAMENTI SPECIALIZZATI NEL LUSSO

La necessità di occasioni di incontro qualificate trova conferma anche nell'**Osservatorio Hospitality & Real Estate di Deloitte**, presentato in anteprima ad AURA. Secondo l'indagine, **il 70% degli operatori intervistati riconosce l'utilità degli eventi B2B specializzati nel luxury:** per il 37% sono utili, mentre per il 33% sono molto utili. Il networking con professionisti qualificati e le opportunità di business sono tra gli aspetti più apprezzati di questi eventi e rappresentano complessivamente il 62% delle indicazioni raccolte. I dati confermano quindi l'interesse del settore per occasioni di incontro mirate e relazioni commerciali di qualità: **AURA nasce proprio per rispondere a questa domanda del mercato, con un appuntamento internazionale che mette in relazione seller e buyer di tutto il mondo, favorendo nuove opportunità di business nel settore del luxury travel.**

La manifestazione si è svolta con il patrocinio di **Regione Toscana, Comune di Firenze e Confindustria Alberghi**. Main Partner: **Toscana Promozione Turistica;** Host & Destination Partner: **Fondazione Destination Florence;** Venue Partner: **Firenze Fiera;**Media Partner: **TTG Luxury.**

AURA - The Luxury Travel Event dà appuntamento alla prossima edizione, dal 26 al 28 ottobre 2027 a Firenze.

MEDIA AGENCY TTG TRAVEL EXPERIENCE

Martina Vacca: martina@mindthepop.it, mob. +39 339 748 5994; Fabrizio Raimondi: fabrizio@mindthepop.it, mob. +39 335 389 848; Benedetto Colli: benedetto@mindthepop.it, mob. 380 371 2272; Maria Laura Piazza: marialaura@mindthepop.it, mob. 393 564 1179.

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

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 orafo - 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.