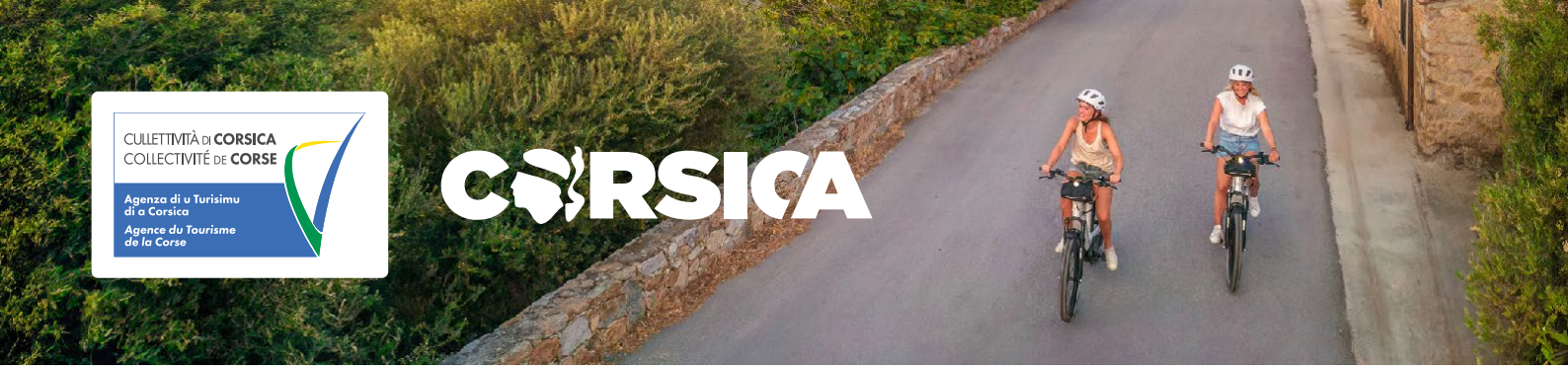


Prumuzioni Compte rendu d'opération

TTG Travel Experience-Rimini–Octobre 2026

Description de l'opération

Nom : TTG Travel Expérience
Lieu : Rimini Expo Centre (Fiera di Rimini), Italie
Type : Salon professionnel BtoB dédié à la distribution et à la commercialisation touristiques

Dates : du 14 au 16 octobre 2026

Cibles : Tour-opérateurs, agences de voyages, réseaux de distribution, réceptifs, opérateurs de groupes, acteurs du MICE, du tourisme haut de gamme et des filières spécialisées.

Zone(s) géographique(s) concernée(s) : marché italien, avec ouverture sur des réseaux internationaux de distribution.

Description de l'espace

Partenaires : Air Corsica, Corsica Ferries, Moby Lines, Miss Carrington DMC, Travered, Gioco Viaggi, Napoleon Tour Operator, Établissement public du commerce et de l'industrie de Corse (Ports de Corse), Bonifacio Tourisme, L'Île-Rousse Balagne, La Corse des Origines (Sartenais-Valinco-Taravo), Porto-Vecchio – Portivechju Turisimu et Atout France Italie.

Un espace collectif dédié à la commercialisation de la destination

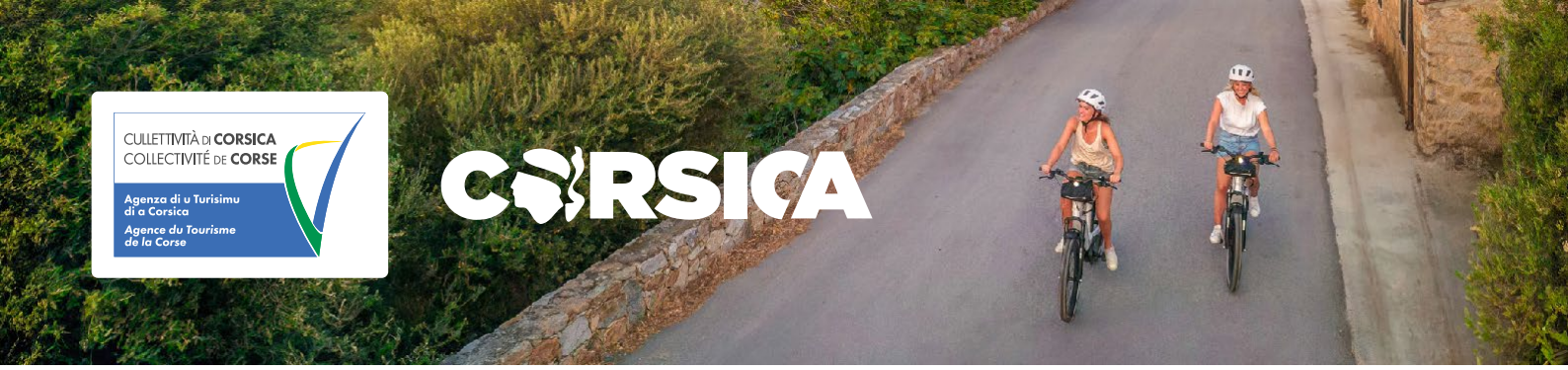
L'ATC a fédéré 13 partenaires et exposants autour d'un espace collectif associant transporteurs, offices de tourisme, acteurs portuaires, réceptifs et opérateurs spécialisés dans la programmation de la destination.

Cette représentation complémentaire a permis de valoriser la diversité de l'offre insulaire, de faciliter les échanges commerciaux et de proposer aux distributeurs une approche globale de la destination, associant accessibilité, territoires, hébergements et expériences touristiques.

Chaque exposant disposait d'un espace de travail dédié à ses rendez-vous professionnels. En parallèle, l'ATC a conduit son propre programme de prospection auprès des réseaux de distribution italiens, renforçant ainsi la dimension commerciale du dispositif.

Évaluation

Rayonnement du TTG 2026 : Selon les données communiquées par Italian Exhibition Group, l'édition 2026 des manifestations TTG Travel Experience et InOut a réuni 2 800 marques exposantes, plus de 1 000 acheteurs



professionnels et généré quelque 15 000 rendez-vous d'affaires. La progression de 11 % des exposants étrangers témoigne du rayonnement international croissant de ce rendez-vous.

La fréquentation et les résultats commerciaux propres à l'espace Corse font l'objet d'une consolidation à partir des retours des exposants et des contacts recueillis par l'ATC**.**

Nombre et qualité des contacts

Outre les contacts commerciaux établis directement par les exposants, l'ATC a multiplié les rendez-vous de travail avec des acteurs majeurs de la distribution touristique italienne : tour-opérateurs généralistes et spécialisés, réseaux d'agences de voyages, organisateurs de circuits accompagnés et professionnels du tourisme haut de gamme et des filières thématiques.

Ces échanges ont permis de consolider les relations commerciales existantes, d'identifier de nouveaux prospects et de faire émerger des perspectives de programmation sur plusieurs segments stratégiques : voyages de groupes, tourisme culturel et expérientiel, séjours haut de gamme, cyclotourisme et activités de pleine nature.

Premières suites commerciales

Un travail de qualification et de hiérarchisation des contacts a été engagé dès l'issue du salon, en lien avec Atout France Italie. Les premières démarches individualisées auprès d'opérateurs prioritaires ont été initiées afin d'approfondir leurs besoins et d'identifier les opportunités de collaboration avec les professionnels corses.

Une enquête de satisfaction a parallèlement été adressée aux exposants pour compléter l'évaluation de l'opération, notamment sur la qualité des rendez-vous, les contacts qualifiés et les perspectives commerciales identifiées.

Bilan générale de l’opération

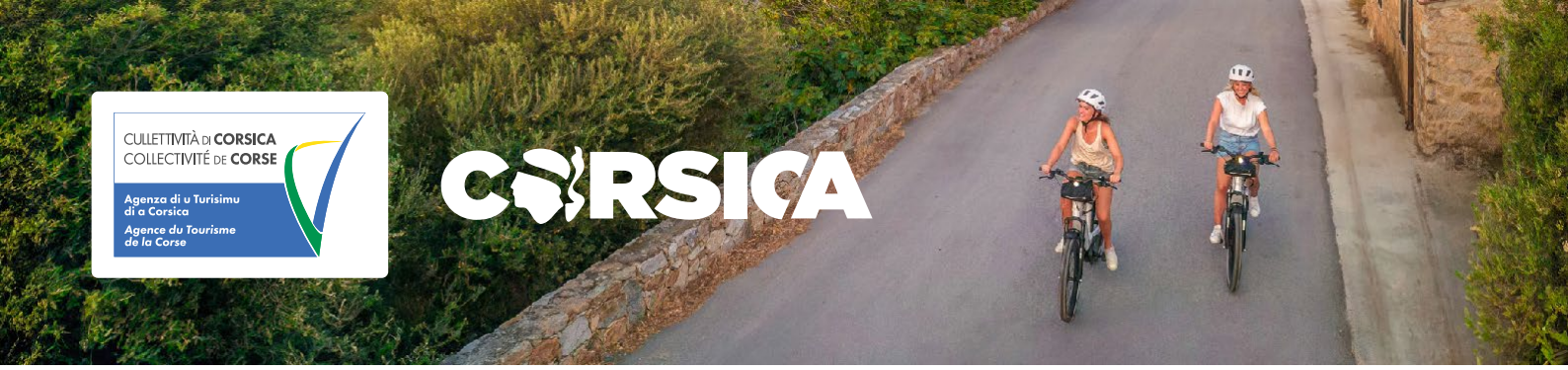
Une opération stratégique pour le développement du marché italien

La participation au TTG Rimini 2026 s'inscrit dans la stratégie de développement commercial de l'ATC sur le marché italien. Elle répond à un double objectif : consolider la présence de la Corse dans les réseaux de distribution et favoriser l'émergence de nouvelles programmations susceptibles de diversifier les clientèles et de soutenir la fréquentation en dehors de la haute saison.

La complémentarité entre les professionnels réunis sur le stand et les actions de prospection directement conduites par l'ATC a permis d'articuler promotion de la destination et développement de relations commerciales ciblées.

Des opportunités identifiées sur des segments à potentiel

Les échanges ont confirmé l'intérêt de travailler des offres adaptées aux différentes clientèles italiennes, notamment les circuits accompagnés, les voyages de groupes, les séjours culturels et expérientiels, le tourisme haut de gamme et les activités de pleine nature.



Ces segments offrent des perspectives intéressantes pour développer une demande additionnelle au printemps et à l'automne, valoriser davantage les territoires de l'intérieur et encourager une meilleure répartition de l'activité touristique dans l'année.

La prospection engagée lors des éditions précédentes commence par ailleurs à produire des résultats tangibles, avec la réalisation de voyages de groupes en Corse en 2026 à la suite de contacts initiés en 2025. Ces concrétisations, antérieures à l'édition 2026, illustrent l'intérêt d'un travail commercial inscrit dans la durée.

Des enseignements déterminants pour la mise en marché de la destination

Les rencontres ont également permis d'identifier plusieurs freins à la programmation de la Corse, particulièrement sur le segment des voyages de groupes : disponibilité des capacités d'hébergement, délais de réponse des prestataires, adaptation des offres aux besoins des distributeurs et coordination entre les différents acteurs de la chaîne touristique.

Ces constats soulignent un enjeu essentiel : l'attractivité de la destination doit s'accompagner d'une offre suffisamment structurée, accessible et réactive pour être intégrée efficacement dans les circuits de commercialisation.

Le rôle de l'ATC consiste ainsi à faciliter le rapprochement entre les attentes des opérateurs et les capacités de production touristique insulaires, en favorisant des solutions concrètes et adaptées aux différents marchés.

Transformer les contacts en opportunités commerciales

À l'issue du salon, un suivi commercial individualisé a été engagé afin de prolonger les rencontres et de qualifier le potentiel des opérateurs identifiés.

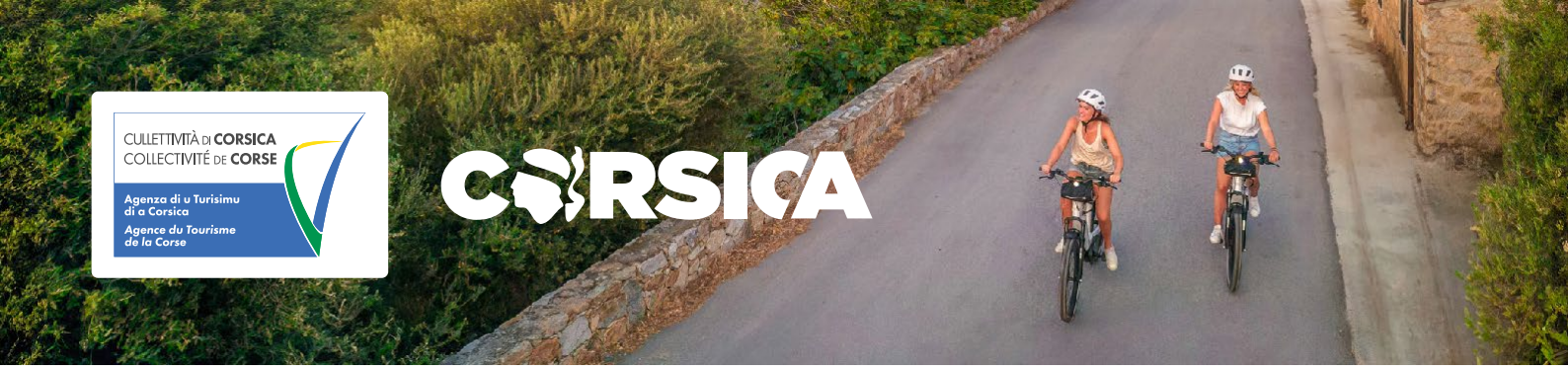
Cette démarche repose sur l'analyse des clientèles, des produits recherchés et des périodes de programmation envisagées, puis sur des mises en relation ciblées avec les hébergeurs, transporteurs, agences réceptives, offices de tourisme et prestataires d'activités corses.

L'objectif est de faire progresser les opportunités vers des étapes commerciales concrètes : demandes de cotation, construction d'itinéraires, propositions de séjours, développement de partenariats et intégration de nouvelles offres dans les catalogues des distributeurs.

Un suivi des retombées dans la durée

La performance de l'opération sera appréciée au-delà de la fréquentation du salon, à travers la qualité des contacts établis, les rendez-vous de suivi, les mises en relation commerciales, les demandes de devis et les nouvelles programmations effectivement concrétisées.

Le croisement des retours des exposants et du suivi commercial conduit par l'ATC permettra de mesurer ces résultats à trois, six et douze mois et d'identifier les segments et opérateurs présentant les meilleures perspectives de développement.



Conclusion et perspectives

Le TTG Rimini 2026 a permis de renforcer le positionnement commercial de la Corse sur le marché italien, en associant représentation collective de la destination, prospection ciblée et identification de nouvelles opportunités de distribution.

Le principal enseignement de cette édition réside dans la nécessité d'articuler étroitement promotion, structuration de l'offre et commercialisation. L'intérêt manifesté par les distributeurs doit désormais se traduire par des propositions concrètes, adaptées à leurs attentes et aux capacités des professionnels insulaires.

La priorité est ainsi de capitaliser sur les relations établies, d'accompagner la transformation des prospects en partenaires commerciaux et de favoriser le développement de nouvelles programmations contribuant à la diversification des clientèles, à la désaisonnalisation et aux retombées économiques pour les territoires corses.