



FIERA MILANO

MILANO Bit
YOUR TRAVEL
EXHIBITION.

Ufficio stampa
Fiera Milano

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 6992328
press.bit@fieramilano.it

Ufficio stampa trade e estero
Flaviana Facchini RP
+ 39 339 6401271
flavianafacchini@gmail.com

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.7134
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

Ufficio stampa / Press office

OTTIMI RISULTATI PER BIT 2023, CHE SEGNA IL RILANCIO A TUTTO CAMPO DEL SETTORE

- Grande soddisfazione di espositori italiani ed esteri per l'affluenza di viaggiatori e visitatori professionali, sempre più internazionali, qualificati e interessati al business
- BIT fondamentale per far conoscere a buyer altamente profilati da tutti il mondo le esperienze personalizzate di cui va alla ricerca il viaggiatore di oggi: dai grandi player fino alle piccole realtà di nicchia e d'eccellenza
- Non solo piattaforma di incontro domanda-offerta, ma anche hub di condivisione di conoscenze con un palinsesto di oltre 40 convegni di altissimo profilo, con la partecipazione di università, istituzioni ed esperti di statura internazionale
- Prima edizione carbon-neutral, con emissioni compensate da un progetto ambientale certificato in India

Milano, 16 febbraio 2022 – È stato un pubblico sempre più giovane, internazionale, più qualificato e interessato al business quello che ha affollato le corsie della 43.ma edizione di BIT – Borsa Internazionale del Turismo, che si è conclusa martedì all'Allianz MiCo di Milano, con grandissima soddisfazione tanto degli **oltre 1.000 espositori italiani ed esteri**, quanto delle **centinaia di hosted buyer internazionali** da tutto il mondo.

È il risultato di un concept espositivo che negli ultimi anni ha saputo rinnovarsi costantemente, interpretando la richiesta degli operatori di **andare al di là dei numeri per puntare su contenuti di grande qualità**, corroborati dai contributi di **esperti di altissimo profilo, istituzioni, università e delle grandi piattaforme multimediali** che dettano il ritmo della comunicazione contemporanea alle nuove generazioni.

Una BIT da record, anche per gli operatori privati

*"L'affluenza ci ha ricordato gli anni migliori dell'industria turistica – commenta **Adriano Apicella, Amministratore Delegato di Welcome Travel Group** –. C'è molto interesse per la nostra formula in franchising, basata sul potere contrattuale di una centrale acquisti unica e il supporto di comunicazione del Gruppo, e abbiamo realizzato moltissimi contatti. In sintesi, siamo molto soddisfatti di questi tre giorni di BIT".*

E, accanto alle grandi realtà, a BIT **anche quelle più piccole trovano una visibilità e risonanza internazionale** che difficilmente potrebbero ottenere altrove, come ci spiega **Valentina Colleselli** di Meraki S.r.l., che coordina il progetto **Slow Flow Veneto Waterways Experience**: *"La nostra rete di operatori esperienze 'lente' sui fiumi del Veneto e BIT 2023, con il suo forte focus sui nuovi turisti, si è rivelata lo scenario perfetto per far conoscere la nostra offerta. L'affluenza e i contatti ci sono sembrati molto buoni. Coniugando i nostri elenchi di contatti con il sistema di matching, abbiamo ricevuto numerosi buyer, anche esteri. Siamo molto soddisfatti dell'atmosfera molto vivace degli scambi".*



FIERA MILANO

MILANO Bit
YOUR TRAVEL
EXHIBITION.

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 6992328
press.bit@fieramilano.it

Ufficio stampa trade e estero
Flaviana Facchini RP
+ 39 339 6401271
flavianafacchini@gmail.com

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.7134
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

Il primo marketplace al mondo del prodotto Italia

Sempre attenta ai cambiamenti, al contempo BIT valorizza sempre al massimo anche la propria mission di sistema di rappresentare **il marketplace globale di riferimento per il prodotto Italia**. Una vocazione fortemente confermata anche in questa edizione, come spiegano dalla **Regione Friuli Venezia Giulia**: *“In passato vedevamo BIT soprattutto come occasione per consolidare rapporti esistenti. Ma negli ultimi anni è stato fatto un ottimo lavoro sugli hosted buyer e in questa edizione i nostri operatori hanno fatto anche molto new business. I visitatori ci hanno chiesto soprattutto località ‘minori’, vacanze attive ma adatte a tutti, e destinazioni da raggiungere in modo sostenibile con il treno”*.

Altra conferma della centralità di BIT per il prodotto Italia è venuta dalle estese presenze istituzionali. Ecco come **l'Assessore Regionale al Turismo della Regione Veneto, Federico Caner**, ha motivato la scelta di essere massicciamente presenti all'edizione 2023: *“Il Veneto è un laboratorio di innovazione tra le destinazioni italiane e internazionali. In linea con le tendenze più recenti, l'offerta turistica punta sulla naturalità. Qui puntiamo su un modo di viaggiare sempre più diffuso, che accompagna il turista alla scoperta di luoghi nascosti, culture diverse e produzioni locali grazie a prodotti slow”*.

Il mondo trova nuovi mercati a BIT 2023

L'edizione 2023 ha rappresentato una piattaforma di rilancio anche per molte destinazioni estere. *“Per la Giordania l'Italia è il principale mercato – spiega **Marco Biazetti, Responsabile Mercato Italiano di Jordan Tourism Board** – e per noi essere a BIT è fondamentale, soprattutto per la nuova strategia che vuole andare oltre gli itinerari classici per proporre viaggi avventura, benessere ed enogastronomia. Abbiamo ricevuto tantissime visite non solo di viaggiatori e buyer, anche non italiani, ma anche di giornalisti di media importanti”*.

Un piattaforma non solo per le destinazioni già affermate, ma anche **per quelle “minori”** o che **da poco tempo** si sono affacciate sui mercati turistici. *“Anguilla è una delle più belle isole dei Caraibi, ma non è tra le più note – racconta **Tiziana Gennari, Anguilla Tourist Board Italia** –. Per noi è fondamentale essere a BIT per farci “scoprire” dai viaggiatori, ma spesso anche da buyer che non ci conoscono. direttamente a buyer e pubblico la bellezza dell'isola. Vengo a BIT da molti anni e l'affluenza di quest'anno è simile a quella delle edizioni più affollate che ricordo: siamo davvero molto soddisfatti”*.

Il Nicaragua ha scelto BIT 2023 per far conoscere la sua unicità al mercato europeo, come spiega **Ana Carolina Garcia, Direttore Marketing Istituto Nicaraguense de Turismo**: *“Siamo qui per far conoscere il Nicaragua come destinazione alternativa in America Centrale al mercato italiano ed europeo. Il principale punto di forza del paese è la natura incontaminata e molto varia, che permette molte opzioni di turismo open air, dalle spiagge alla foresta pluviale. Con la sua attenzione a queste tipologie di viaggio, riteniamo che BIT 2023 sia un ottimo palcoscenico per far conoscere a tutto il mercato europeo una destinazione poco nota in Europa ma con enormi potenzialità per chi ama il turismo open-air”*.

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 6992328
press.bit@fieramilano.it

Ufficio stampa trade e estero
Flaviana Facchini RP
+ 39 339 6401271
flavianafacchini@gmail.com

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.7134
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

A BIT 2023 i top buyer di tutto il mondo trovano quello che cercano

Uguale soddisfazione traspare dal lato della domanda. Racconta **Susanne Mozel, di Omega National Travel (Canada)**: *"I clienti nordamericani conoscono molto bene l'Italia. Sono molto esigenti e ricercano offerte particolari in piccoli borghi o percorsi poco battuti. A BIT ho trovato proposte davvero uniche, come cenare sotto un vero vigneto o esplorare i passaggi segreti di un castello che i nobili usavano per muoversi senza farsi notare dai sudditi. È questo tipo di esperienze capaci di affascinare che fanno la differenza".*

"Il mercato del Medio Oriente sta scoprendo gli stili di vita attivi, che fino a poco tempo fa non erano di grande interesse per i clienti mediorientali. Di conseguenza si sta anche cominciando a ricercare la vacanza attiva. Siamo per ricercare esperienze di questo tipo non solo in ambito italiano, ma in Europa in generale. L'Italia è anche una delle mete preferite per il wedding tourism e i viaggi di nozze e, accanto ai grandi classici come Venezia, i viaggiatori ricercano anche mete del Sud, come la Costiera Amalfitana, i piccoli borghi e le isole minori", conclude Abdoul Azez di Highline Travel & Tourism, Emirati Arabi.

Si conferma dunque il forte desiderio di **vacanze all'aria aperta, attive ma senza eccessi**, la ricerca di **destinazioni meno note** e di **esperienze autentiche**. E **l'enogastronomia** è un dato ormai acquisito che fa parte di pressoché tutte le esperienze di viaggio.

Approfittando della progressiva – e molto attesa – riduzione delle restrizioni, il 2023 sarà inoltre **l'anno del ritorno del lungo raggio**: sia alla ricerca di nuove destinazioni, in particolare **in Africa e Medio Oriente**, sia verso le mete classiche **dell'Oceano Indiano o dei Caraibi**.

BIT 2023 ha confermato e rafforzato la sua centralità non solo per il turismo **ma per il sistema economico in generale**, con numerose **presenze istituzionali italiane ed estere** e con un importante **indotto per la città**: oltre che una piattaforma di interscambio tra domanda e offerta, ha rappresentato anche un hub di condivisione di conoscenze che **delinea il futuro del turismo**, con **oltre 40 convegni** del format *Bringing Innovation into Travel* e decine di eventi organizzati dagli espositori che hanno riunito intorno allo stesso tavolo **autorevoli esponenti del mondo accademico, massimi livelli istituzionali, esperti e analisti di fama internazionale**.

BIT 2023 ha segnato una pietra miliare anche come **prima edizione carbon-neutral**: le circa 3.000 tonnellate di CO₂ stimate generate dall'evento saranno interamente compensate con un progetto ambientale certificato di un impianto fotovoltaico nella regione di Andhra Pradesh in India, quindi anche con una valenza sociale.

La 44.ma edizione si terrà sempre all'Allianz MiCo di Milano **da domenica 4 a martedì 6 febbraio 2024**.