Il bilancio di Bit 2016

Si è chiusa sabato 13 febbraio, dopo tre intense giornate dedicate al business del turismo, **Bit2016**, manifestazione che ha riunito operatori provenienti da tutto il mondo nel cuore del quartiere di Fieramilano. Oltre 100 i Paesi rappresentati quest'anno, attraverso più di 2.000 aziende e 1.500 buyer, per un'edizione che ha visto il rafforzamento della componente business rispetto a quella consumer.

Bit2016 (3)"I dati relativi a quest'edizione confermano la formula adottata da Bit: unica in Italia a proporre una divisione in segmenti di mercato – Leisure, MICE, Luxury e Sport – che aiuta gli operatori a sviluppare il proprio business e favorisce la creazione di contatti di qualità", ha dichiarato **Corrado Peraboni**, AD di Fiera Milano. "Oggi ci si chiede sempre di più cosa andare a fare e non soltanto dove andare e per questo è fondamentale la valorizzazione delle esperienze di viaggio e non soltanto della destinazione. Seguendo questo filone, stiamo già lavorando all'edizione 2017, con l'obiettivo di affinare ancora di più la segmentazione e di rispondere al meglio alle richieste del mercato".

Naturale conseguenza di questo percorso intrapreso da Bit è l'**aumento dei business match** che si sono svolti nei tre giorni (+15%) e parallelamente la **diminuzione del pubblico generico** (-22%).

Bit2016 (11)Dichiarazioni che trovano conferma anche nelle voci di alcuni tra i buyer provenienti da 62 Paesi presenti a Bit2016, che hanno dato vita a circa 50mila business match. Tra questi **Michele Perrone** di Italian Travel Bureau (Australia), che ha commentato: "Devo dire che il risultato di questa esperienza è stato molto soddisfacente. Dal mio punto di vista il punto di forza di Bit2016 è stata la diversificazione: la divisione in segmenti ha aiutato moltissimo, perché in questo modo si riusciva ad individuare facilmente ciò che si cercava".

Bit2016 (5)Bit2016 ha dato inoltre l'occasione ai buyer internazionali di pianificare la propria offerta: "Sono ormai molti anni che vengo in Bit e rappresento uno dei primi cinque tour operator europei, che per l'Italia è però un tour operator molto nuovo, da sole due stagioni sulla destinazione", dichiara **Angelo Quaranta** di AllTours(Germania). "Sono venuto a Bit2016 cercando nuovi hotel e proposte, principalmente nelle località balneari, un prodotto sicuro e ideale per strutturare la nostra offerta per l'anno prossimo. Credo che il periodo dell'anno in cui si svolge la fiera sia particolarmente favorevole per gli operatori stranieri, che in questo periodo iniziano a prendere decisioni sul futuro".

Bit2016 (12)Riscontri positivi anche per **MICE WORLD**, unico evento italiano che raccoglie il meglio di domanda e offerta del settore: “Sono venuto in Bit per preparare i nostri programmi per il 2017, comprando principalmente l’Italia ed in particolare i laghi del Nord (Garda, Como e Maggiore) per la quale per il prossimo anno avrò un budget per l’Italia che si aggira intorno ai 2 milioni di dollari. Sono molto soddisfatto dalla mia partecipazione a Bit2016, penso sia l’unica manifestazione in Italia dove trovare prodotti di alta qualità”, afferma **Misha Radulovic** di Unique World Tours(USA).
Bit2016 (2)Formazione e informazione sono stati inoltre protagonisti del ricco panel di **eventi** che si sono svolti nel corso dei tre giorni di manifestazione: pubblico e addetti ai lavori hanno affollato le tante presentazioni di osservatori, studi di settore e approfondimenti su destinazioni e segmenti di prodotto.
Grande affluenza anche per l’area **Destination Sport** e per la prima edizione della **Bit.Run**, 10km non competitiva organizzata in collaborazione con l’Ente del Turismo della Thailandia, alla quale hanno partecipato oltre 750 runner. Per i vincitori, **Marco Guffanti** per il pubblico dei viaggiatori e **Gianluca Frasca** per la categoria agenti di viaggio, un viaggio a Phuket e l’opportunità di partecipare alla Laguna Phuket International Marathon.
Bit2016 (1)
Bit2016 (9)