Bit 2017 scalda i motori e annuncia i primi ritorni: intervista a Simona Greco

A poco più di 4 mesi dall'edizione 2017 di **Bit**, la Borsa Internazionale del Turismo che torna a Fiera Milano City dal 2 al 4 aprile prossimo, abbiamo chiesto un aggiornamento sui lavori in corso a **Simona Greco**, Art, Fashion, Hospitality and Travel Director di Fiera Milano.

Simona Greco da quest'anno ha preso le redini della manifestazione dopo aver portato al successo internazionale Host, il salone biennale dell'hospitality. La scorsa settimana ci ha ricevuto nel suo ufficio a Rho nella nuova veste di responsabile dell'area exhibitions dell'ente fiera meneghino.

Come sono state accolte dal mercato la nuova sede e le nuove date di BIT?

Molto positivamente, c'è un grande entusiasmo sulla novità e ogni giorno mi meraviglio di quanto stia piacendo e di quanti feedback positivi abbiamo ottenuto. Pochi giorni fa ero all'assemblea di Visit Usa e in molti sono venuti a complimentarsi e a stringermi la mano per il coraggio avuto nel tentare una strada nuova. E in effetti è stata una decisione difficile, arrivata dopo notti insonni in cui bisognava decidere il futuro di questa manifestazione. Nella scelta è stato decisivo il sostegno arrivato dalle istituzioni.

A proposito delle nuove date, non teme possa essere un po' tardi per concludere affari nel settore turistico?

Le date sono state scelte per creare sinergie con le altre manifestazioni di punta di Fiera Milano. Il periodo è assolutamente ideale per il pubblico consumer poiché arriva nel mese in cui si iniziano a pianificare le vacanze estive. Per il mercato b2b non giurerei sul fatto che ad aprile tutta la stagione sia stata venduta, inoltre penso che bisogna uscire dalla logica della programmazione stagionale per iniziare ad avere una progettazione di medio-lungo periodo in cui le aziende ragionano su una visione a due-tre anni, come fanno i grandi gruppi del settore.

Che accordi sono stati fatti con le altre manifestazioni di Fiera Milano?

Il primo giorno di Bit, gionata dedicata al b2c, coincide con l'ultimo di MiArt: ci sarà un biglietto congiunto che permetterà di visitare entrambe le manifestazioni a una tipologia di visitatore che è un appassionato d'arte, un collezionista di rarità, e che spesso si muove nell'ambito del turismo culturale con le stesse esigenze. L'ultimo giorno della Bit è invece in contemporanea con il primo del Salone del Mobile e anche qui stiamo studiando delle sinergie per permettere l'interscambio tra i visitatori.

Potrebbe esserci un problema sugli hotel in un periodo dell'anno così affollato di manifestazioni?

Non vorrei ridurre la valutazione di un progetto così ambizioso a quello del costo della camera. E' vero che potrebbe esserci un problema sull'ultima notte della Bit e per questo motivo attraverso **Mico-Dmc**, la destination management company di Fiera Milano, abbiamo bloccato un contingente di 10mila camere per la manifestazione. E sul sito di Bit stiamo invitando espositori ed operatori a prenotare con il nostro nuovo partner per non incorrere in aumenti di prezzo o sold out.

Quali altre novità attendono i visitatori?

Il progetto non riguarda solo un cambiamento di location e di date: come sapete abbiamo acquisito NoFrills. Si è trattato di una versa e propria acquisizione di un ramo d'azienda che si occuperà, sotto la supervisione del dottor Bertagni, di tutta la parte convegnistica di Bit. Solo lo staff di **NF** si occuperà dell'organizzane di 70 convegni nelle 3 giornate mentre puntiamo ad avere oltre 120 eventi complessivi nel corso della manifestazione.

Ci saranno dei ritorni importanti in Bit per la prossima edizione?

Il progetto sta incontrando la massima soddisfazione degli operatori a cui lo stiamo presentando, molti hanno già confermato come gli **Stati Uniti** ritornano in Bit dopo molti anni: stanno disertando molte altre manifestazioni ma hanno aderito a Bit in maniera entusiasta. Rientrerà anche **MSC Crociere** dopo diversi anni di assenza e siamo in trattative avanzate con **Astoi - Confindustria Viaggi**. Tra le regioni ritornano inoltre Veneto e Abruzzo.

Il programma buyer invece come sarà strutturato?

Ospiteremo **tra i 1000 e i 1400 buyer** con un turnover di almeno il 50% rispetto all'anno scorso: i mercati principali saranno ovviamente l'Europa, poi Usa e Canada, Brasile, tanta Russia. Dall'Asia avremo buyer da Medio oriente, Cina, Giappone, Corea, Singapore e Hong Kong.

Che obiettivi avete per questa edizione?

Molto ambiziosi, abbiamo fatto previsioni che potrebbero essere giudicate spregiudicate ma puntiamo ad aumentare mediamente del 30-40% i numeri dello scorso anno. Al di là però dei numeri mi piacerebbe che il successo della manifestazione venisse valutato più sulle realtà presenti e sui contenuti che sul calcolo dei metri quadri. Il successo della manifestazione lo decreta chi c'è e in questo il coinvolgimento degli espositori sarà fondamentale: voglio che chi espone alla Bit si impegni ad affascinare e attrarre i visitatori.

Che contenuti troveranno i visitatori 2017 di Bit?

Troveranno un'area dedicata al turismo sportivo rinnovata ed estesa anche al b2b, un'area Mice realizzata in collaborazione con Federalberghi che presenterà il suo osservatorio sul turismo congressuale, un'area Luxury che sarà riproposta con ancora più realtà del settore. La vera scommessa sarà però l'area digital e innovazione il cui sviluppo è stato affidato ad **Alex Kornfeind**: vogliamo far capire agli operatori cosa vuol dire usare il digitale per la promozione del turismo. Ci sarà

inoltre anche un'area dedicata alle startup.

Per quali motivi dunque vale la pena partecipare a Bit 2017?

Perchè stiamo realizzando un progetto fresco, moderno e adeguato al turismo di oggi. Sarà quindi un peccato non esserci e non essere a Milano in un contesto che mette assieme tre manifestazioni di primo piano. Infine perché sono certa che consentirà agli operatori del turismo di fare molto business.