Bit 2016 si presenta: 100 paesi, 2000 aziende, 1500 buyer e oltre 50mila business meeting

Conto alla rovescia per l'apertura di **Bit 2016**, la Borsa Internazionale del Turismo che per tre giorni, dall'11 al 13 febbraio, riunirà nel cuore del quartiere di Fiera Milano a Rho operatori di tutto il mondo. Una fiera che si presenta con un parterre particolarmente ricco, che vede la presenza di oltre 100 Paesi, 2.000 aziende del turismo e circa 1.500 Buyer. Il tutto senza grandi sfarzi per una manifestazione che vuole concentrarsi sempre di più sulla sua anima business. "Sono finiti i tempi in cui regioni come il Friuli o il Veneto venivano alla Bit con aree di 2000 metri: ora non è più possibile sostenere sforzi del genere e dobbiamo agire di conseguenza", spiega l'Ad di FieraMilano, **Corrado Peraboni** che, ritornato ad interessarsi direttamente di Bit, promette un piano per riportate le regioni mancanti in Fiera a partire dalla prossima edizione.

Tra le regioni partecipanti, da segnalare la **Regione Toscana**, che investe nella promozione di tutti i segmenti e **Regione Lombardia** che ha ampliato la propria presenza all'interno di LEISURE WORD includendo uno stand di 100 mq nell'area Food&Wine. Presenti anche quest'anno con un folto gruppo di operatori la Regione **Emilia Romagna** insieme a **Sardegna, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Marche e Umbria**, tutte con spazi in linea con l'anno precedente. Spostandosi più a Sud, rinnovano la partecipazione anche le Regioni **Puglia, Basilicata e Calabria**, quest'ultima con un ampliamento degli spazi espositivi, che per questa edizione arrivano a coprire 700 mq.

"Inutile però nascondersi - ha proseguito Peraboni - Oggi Bit non è in grado di crescere sui mq venduti, ma sui contenuti. Le direttrici sono internazionalizzazione, integrazione e diversificazione. Lo sforzo che abbiamo fatto in questa edizione è stato quello di **intercettare i nuovi mercati**. Organizzare una manifestazione sul turismo oggi vuol dire andare ad individuare i buyer e gli espositori di Paesi che si affacciano ora al turismo per la prima volta, ed è questo il caso di due new entry come Iran e Azerbaijan"

Bit ha deciso inoltre di puntare sui settori che fanno registrare in Italia le migliori performance anche nei mesi invernali del 2016, come il turismo culturale ed enogastronomico, seguito da quello dedicato a fitness e benessere e dal turismo d'affari e congressuale, che sta vivendo un momento di ripresa e trova in Bit l'unico momento aggregativo di tutto l'anno. Una strategia che, in linea con quella del Gruppo Fiera Milano, vuole valorizzare i segmenti in crescita, con un occhio a possibili future

acquisizioni.

Le aree espositive

Le 4 macro aree espositive - LEISURE WORLD, LUXURY WORLD, MICE WORLD e DESTINATION SPORT – sono pronte ad accogliere espositori, buyer e visitatori, mettendo a disposizione un palinsesto ricco di novità e opportunità di business.

L'offerta dell'area **LEISURE WORLD** che, tra Italia e Estero, conta il **75% degli espositori di Bit2016**, spazia dal turismo tradizionale a quello enogastronomico, passando per lo sport, dove trovano spazio il 15% degli espositori Leisure, fino al progetto pilota Bit.Golf in collaborazione con MediaGolf Group che organizza G4T (2% degli espositori). Un gruppo ampio e variegato, che offre una panoramica a 360° sul mondo del turismo e le sue ultime tendenze.

L'area **LUXURY WORLD**, nella quale sono presenti il 9% degli espositori della manifestazione, è riservata solo agli operatori del segmento del lusso e offrirà una serie di servizi esclusivi per gli espositori della industry e occasioni di business matching con buyer internazionali altamente profilati.

Boom per l'area **MICE WORLD**, preferred partner di Federcongressi&Eventi: con espositori più che triplicati rispetto all'edizione pilota 2015 (nel 2016 rappresenteranno il 16% delle aziende presenti) è questa una delle rivelazioni di Bit2016, nonché unico appuntamento italiano dedicato a questo segmento. Offerta e spazio dedicato al mondo MICE sono stati costruiti all'insegna del business e del networking e prevedono una sala eventi dedicata alle opportunità di formazione e agli osservatori e studi di settore: tutto il meglio per incrementare le proprie opportunità sul mercato.

L'area **DESTINATION SPORT**, infine, permetterà al pubblico di visitatori di sperimentare una vasta gamma di attività sportive e incontrare atleti ed esperti, mentre gli espositori potranno vendere servizi e prodotti direttamente sul posto. Sabato 13, inoltre, Bit2016 promuoverà il turismo attraverso lo sport con la prima edizione della Bit.Run, una 10 km organizzata in collaborazione con l'Ente del Turismo della Thailandia, che partirà da San Siro per raggiungere DESTINATION SPORT in Bit.

I buyer

Uno degli asset di Bit2016 è rappresentato dai **1.489 buyer altamente profilati** provenienti da ben 62 Paesi di tutto il mondo. L'area Leisure è quella che ne raggruppa il numero maggiore, 947 in totale; seguono l'area MICE, con un totale di 478 e quella Luxury, che ne annovera 64. Solo il 17% proviene dall'Italia, il 43% dall'Europa, e il restante 40% è diviso tra America del Nord e del Sud (22%), Asia (11%), Medio Oriente (4%), Oceania (2%) e infine Africa (1%).

I buyer appartengono alle categorie Tour Operator, Agenzie di Viaggi, OTA, Associazioni Culturali e del Tempo Libero, CRAL ed incontreranno gli espositori secondo un'agenda di appuntamenti prefissati che garantisce a ciascuno 28 appuntamenti della durata di circa 30 minuti.

Per l'edizione 2016 di Bit si stima di superare i **50.000 business matching meeting**: un numero che dimostra l'importanza strategica della manifestazione sul mercato come imperdibile volano di opportunità di business.