

## La Bit Revolution convince e rilancia con le prime anticipazioni sull'edizione 2018

- *Formula 3 giorni domenica-martedì dall'11 al 13 febbraio*
- *Spazi più efficaci e facili da visitare nei padiglioni sovrapposti 3-4 di fieramilanocity*
- *Sviluppo delle aree esistenti e conferma dei focus Bit4Job, a Bit of Taste e BeTech*
- *Soddisfazione degli operatori per Bit 2017: oltre l'87% ne dichiara l'importanza*
- *In definizione un Advisory Board per l'area miche a Bit 2018*

Milano, 15 giugno 2017 – Ancora fresca dei risultati di quest'anno –**16.353** gli incontri di match-making, **+13%** sul 2016 – la **Bit Revolution** è già pronta a rilanciare per il 2018 ed esordisce presentando le prime anticipazioni su tempistiche e location alla **Social Media Week** – uno dei principali eventi europei per i professionisti e i creativi del marketing, della comunicazione e della tecnologia, in corso a Milano fino domani – alla quale contribuisce anche con **due interventi di alto profilo** sul tema del turismo.

La formula su **tre giorni dalla domenica al martedì** si conferma e si ricolloca in un periodo più consono alle esigenze degli operatori, in particolare quelli dell'**incoming**, **dall'11 al 13 febbraio 2018**; il **percorso espositivo a fieramilanocity** diventa ancora più efficace e agile da visitare espandendosi nei **padiglioni sovrapposti 3 e 4**, con le sale per convegni ospitate all'adiacente **Centro Congressi MiCo** e con duplice ingresso da Porta Colleoni e Porta Teodorico.

Una scelta non casuale quella della **Social Media Week**, come primo appuntamento per riannodare le fila del **dialogo con gli stakeholder di Bit**: il **Digital Advisory Board**, coordinato dal **Digital Ambassador Alex Kornfeind**, e composto da professionisti stanno lavorando **ancora più puntualmente** sui temi della prossima edizione, quali il marketing emozionale per attrarre nuovi clienti, le nuove filosofie del viaggio, o ancora temi come la cybersecurity, la smart city per i nuovi turisti, le nuove politiche e i trend di mercato del Sud Italia. Infine, la promozione collaborativa della destinazione, la Web usability e la user experience, il mondo del food e il marketing sportivo.

Si confermano e crescono, inoltre, gli spazi del 2017: l'area **Leisure** si rafforza e il **MICE** vedrà lo sviluppo di un progetto specifico con la supervisione di un **Advisory Board**, per garantire ancora maggiore specializzazione. Il **Wedding** guarderà al segmento contiguo del **Luxury** e ritornano anche i focus **Bit4Job** (incontro tra domanda e offerta professionali), **a Bit of Taste** (turismo enogastronomico) e **Be Tech** (soluzioni innovative). Confermata infine la **formula mista** che, nell'ambito della focalizzazione B2B, prevede momenti anche per il pubblico dei **viaggiatori**, in linea anche con il **valore aggiunto** della sinergia tra manifestazione e città di Milano, un punto di riferimento internazionale per le **tematiche lifestyle**.



FIERA MILANO

Per **Bit 2018**, dunque, una crescita complessiva che sarà sottolineata da un **restyling dell'immagine** intorno al nuovo logo e che ha debuttato quest'anno marcando rinnovati livelli di soddisfazione degli operatori: secondo un'indagine indipendente condotta da **GRS Explori**, l'**89,3%** degli espositori si è dichiarato **soddisfatto** e l'**87,4%** considera la partecipazione **importante per la propria attività**. Tra i **visitatori professionali** si segnala il **75%** che preferisce la **location attuale**, confermando l'importanza di contare su **una manifestazione sul turismo localizzata a Milano** nel vivace contesto della città.

Per informazioni aggiornate: [www.bit.fieramilano.it](http://www.bit.fieramilano.it);

**Ufficio Stampa Fiera Milano**

Rosy Mazzanti – Simone Zavettieri

T. +390249977457 – E. [press.bit@fieramilano.it](mailto:press.bit@fieramilano.it)

**Flaviana Facchini Relazioni Pubbliche**

M. +393396401271 – E. [info@flavianafacchini.com](mailto:info@flavianafacchini.com)



**FIERA MILANO**