

Bit Milano sempre più attrattiva, crescono qualità, matching e contenuti

- 14.673 business match prenotati e conclusi, con un tasso di conversione salito al 43%
- 1.500 buyer da 79 Paesi in particolare da Centro e Sudamerica, Middle East, Est Europa, India, Russia e USA.
- 6.750 partecipanti agli eventi, grande riscontro per i nuovi appuntamenti nelle aree tematiche, individuati da advisory board di esperti

Milano, 13 febbraio 2018 – Si è conclusa oggi a fieramilanocity una vivacissima edizione di **Bit - Borsa Internazionale del Turismo**, con **46 mila** visitatori, **2.550** esponenti accreditati dei media italiani e internazionali - di cui più di **500 travel blogger** - e **1.500 i top buyer profilati** italiani ed esteri provenienti da **79 Paesi**, con delegazioni particolarmente numerose da **Centro e Sudamerica, Middle East, Est Europa, India, Russia e USA**.

*“Con circa 34.100 incontri prenotati e quasi 15 mila incontri conclusi il business matching si conferma uno dei nostri grandi punti di forza – afferma l’Amministratore Delegato di Fiera Milano Spa, **Fabrizio Curci** –; e il tasso di conversione salito al 43% (dal 29% del 2017) sottolinea la nostra capacità di creare un incontro sempre più mirato fra domanda e offerta. Bit è una piattaforma di business importante per gli operatori italiani e un riferimento per tutta l’area euromediterranea.”*

Da sottolineare anche la grande qualità dei contenuti, con dati, tendenze e affondi specialistici, che rendono la formula di Bit particolarmente efficace per supportare gli operatori nella sfida dei nuovi turismi, sempre più personalizzati e multitarget. Gli operatori hanno apprezzato in particolare il coinvolgimento tanto di operatori e viaggiatori e l’opportunità di avviare nuove partnership anche in ottica collaborativa.

“Anche quest’anno siamo estremamente soddisfatti di questa importante manifestazione, che si conferma un momento molto importante per consolidare il rapporto con i player del settore e le AdV, che restano il nostro principale canale distributivo. Abbiamo anche apprezzato l’opportunità dell’apertura domenicale al consumatore finale che ha registrato grande affluenza. Per noi il 2018 è un anno ricco di novità e la nostra partecipazione a Bit ci ha consentito di raccontarle nel dettaglio a chi ci è venuto a trovare nel nostro stand o alla nostra conferenza stampa”, afferma **Leonardo Massa**, Country Manager di **MSC Crociere**.

Clima di assoluta positività anche per **Antonella Prete, Dirigente settore Turismo & Attrattività Regione Lombardia**: *“Il bilancio di questa Bit 2018 è positivo e incoraggiante. In occasione della fiera abbiamo potuto avviare anche una preziosa collaborazione con la Regione Puglia, il cui obiettivo è la promozione delle differenze. I nostri progetti guardano sempre più all’internazionalità anche se per il momento il maggiore interesse verso la nostra regione viene proprio dagli italiani”*

*“La novità di quest’anno per noi è stata l’annuncio della partenza del Giro d’Italia proprio da Israele – aggiunge **Mariagrazia Falcone**, Direttore Ufficio Stampa & PR dell’Ufficio Nazionale Israeliano del Turismo – e il corner dedicato ha riscosso grande successo coinvolgendo in maniera attiva non solo il pubblico ma anche la stampa e gli operatori”*.



FIERA MILANO

Soddisfatti anche i buyer internazionali, che trovano in Bit un insostituibile **osservatorio sui trend** oltre che una piattaforma di relazioni con operatori tanto italiani quanto internazionali.

*“Qui ho trovato molta innovazione, nuove tendenze e nuove idee – dice il direttore di un’importante operatore MICE di **Città del Messico** – ed è stata anche un’occasione molto utile per fare networking, entrando in contatto con realtà che propongo soluzioni alternative di qualità, come le ville e le isole ‘minori’, che rispondono alle richieste dei nostri clienti più esigenti”.*

Aggiunge la General Manager di uno dei principali TO del **Medio Oriente**, con base a **Beirut**: *“Abbiamo incontrato moltissimi operatori, non solo italiani... tra i Paesi con cui abbiamo stretto più contatti vi sono ad esempio Indonesia e Sri Lanka e altri Paesi dell’Estremo Oriente. Quanto all’Italia, dal Medio Oriente attrae soprattutto clienti di fascia medio-alta molto interessati allo shopping e al ‘buon vivere’ italiano”.*

*“Sono una veterana di Bit e mi sembra che questa edizione segni un cambiamento di ritmo significativo – conclude la Executive Director di un grande TO est-europeo con sede a **Budapest** –. Nei Paesi dell’Est la richiesta per la destinazione Italia si sta ampliando dalle grandi città alle aree più periferiche, con grandi potenzialità per il futuro”.*

Molto apprezzata anche la crescente **qualità dei contenuti** del ricco palinsesto di eventi. Quest’anno, oltre a **circa 90 incontri** organizzati da **Bit e No Frills**, proposti anche **momenti di approfondimento nelle aree specializzate**, individuati in collaborazione con **advisory board di esperti** nelle rispettive tematiche: **più di 6.750** i partecipanti coinvolti, ai quali si aggiungono le decine di eventi organizzati direttamente dagli operatori.

Rilevante anche quest’anno, infine, **l’impatto social** della manifestazione: prevalentemente **positivo il sentiment** mentre **#Bit2018** è stato nei **trending topic di Twitter** in tutti e tre i giorni di manifestazione, con un reach di **2.313.765 persone**. Oltre **39.500.000 le impression** dell’hashtag sui social (fonti: Keyhole, Tweetreach, Talkwalker, TweetBinder).

L’appuntamento con la prossima edizione è a **fieramilanocity dal 10 al 12 febbraio 2019**.

Per informazioni aggiornate sulla manifestazione: www.bit.fieramilano.it, @bitmilano, #Bit2018.

Ufficio Stampa Fiera Milano

Rosy Mazzanti – Simone Zavettieri

+39 02 49977457 – E. press.bit@fieramilano.it

Flaviana Facchini Relazioni Pubbliche

+39 339 6401271 – E. info@flavianafacchini.com



FIERA MILANO