

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 6992328
press.bit@fieramilano.it

Ufficio stampa trade e estero
Flaviana Facchini RP
+ 39 339 6401271
flavianafacchini@gmail.com

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.7134
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

Ufficio stampa / Press office

Backgrounder per i media

Bit 2025, un successo tra i professionisti del settore, il turismo guarda al futuro

Il successo della 45ª edizione conferma il valore della manifestazione come anticipatore di tendenze, innovazione, tecnologia e prodotto di qualità per gli operatori del settore. Ampia la partecipazione di buyer internazionali interessati all'offerta Italia, ai viaggi personalizzati, alle proposte per nuove nicchie di mercato.

Rho – Milano, 19 febbraio 2025. Con un'affluenza importante di operatori professionali e viaggiatori, la 45ª edizione di BIT – Borsa Internazionale del Turismo, si è conclusa con un bilancio estremamente positivo, confermando il suo ruolo strategico come punto di riferimento in Italia per l'innovazione e l'evoluzione del prodotto turistico.

Un evento che, grazie all'alto numero di media provenienti da tutto il mondo, continua a essere la più efficace cassa di risonanza per il settore.

Un'edizione all'insegna della qualità e dell'innovazione

BIT 2025, che si è svolta nella nuova location a Fiera Milano, ha visto la partecipazione di oltre 1.000 espositori provenienti da 64 Paesi, con un'offerta ampia e diversificata, capace di dare agli operatori strumenti e idee efficaci per muoversi con competenza in un settore in continua evoluzione e di soddisfare le esigenze di viaggiatori sempre più informati, alla ricerca di esperienze autentiche e originali.

La presenza di migliaia di buyer internazionali ha confermato il ruolo di BIT 2025 come evento di riferimento globale. L'attenzione dei compratori si è concentrata sulla ricerca di nuove destinazioni e proposte di viaggio innovative e di qualità, con un focus particolare su esperienze uniche e iper-personalizzate.

A completamento del networking tra domanda e offerta, gli oltre 40 talk nel palinsesto di Bringing Innovation Into Travel, a cui hanno assistito centinaia di spettatori, che hanno toccato alcuni dei temi più di attualità del momento: dall'intelligenza artificiale, i Big Data e le altre sfide della digitalizzazione, alle soluzioni per superare l'overtourism, fino alle nuove tendenze di consumo nel segno delle emozioni, le passioni, le motivazioni e gli stili di vita.



FIERA MILANO

MILANO
Bit
YOUR TRAVEL
EXHIBITION.

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 6992328
press.bit@fieramilano.it

**Ufficio stampa trade e estero
Flaviana Facchini RP**
+ 39 339 6401271
flavianafacchini@gmail.com

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.7134
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

In un settore caratterizzato da forte innovazione tecnologica, competenza e relazioni di valore, l'area-evento BIT4Job, organizzata in collaborazione con Lavoro Turismo e Welcome Travel Group, ha rappresentato un'importante occasione per favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, con un focus particolare sulle nuove professionalità e competenze richieste dal mercato. Uno dei punti di forza di BIT4Job è stata la capacità di coniugare evento turistico e business, mostrando ai giovani l'attrattività del settore e riducendo la distanza tra scuola e mondo del lavoro.

"Il settore - commenta Adriano Apicella, AD di WTG - evolve verso un modello ibrido. Le competenze umane in questo comparto si integrano con le nuove tecnologie, incluso l'AI, per offrire esperienze su misura, perché la conoscenza diretta delle destinazioni resta un valore aggiunto".

Iper-personalizzazione e sostenibilità sociale. Le tendenze emerse a BIT

Il settore turistico si evolve con esperienze sempre più tematiche, sostenibili e personalizzate. Secondo l'UNWTO, il 2025 vedrà una crescita del turismo internazionale tra il +3% e il +5%, mentre in Italia l'indotto generato dalle Olimpiadi di Milano-Cortina sarà tra i 2,3 e i 3 miliardi di euro.

Tra le nuove tendenze, spicca il turismo legato ai fenomeni naturali, con il noctotourism e l'astroturismo in forte crescita. Il 61% dei viaggiatori è disposto a spostarsi per ammirare l'aurora boreale, mentre il 60% cerca aree a basso inquinamento luminoso per osservare le stelle. Anche il turismo del benessere si evolve, puntando su percorsi di longevità, terapie innovative e viaggi sensoriali immersivi.

Cresce anche il turismo sportivo, con particolare attenzione agli sport invernali in vista delle Olimpiadi. Il gig tripping, ossia viaggi pianificati intorno a concerti e festival, è sempre più diffuso tra i giovani, mentre lo shopping tourism si trasforma: la Gen Z ricerca prodotti unici e autentici fuori dalle rotte turistiche, contribuendo al successo del made in Italy e del luxury shopping, con Milano protagonista.

Tra i megatrend trasversali emersi, spiccano l'iper-personalizzazione dell'esperienza di viaggio, favorita dall'intelligenza artificiale, e la sostenibilità sociale accanto a quella ambientale. L'attenzione alle politiche ESG diventa centrale per un turismo che punta all'equilibrio tra crescita economica e tutela delle risorse.

Il prodotto turistico italiano continua a crescere nel mondo

I dati ISNART presentati a BIT 2025 – basati su oltre 39.000 interviste a operatori e viaggiatori, oltre che su misurazioni oggettive – per il 2024 stimano circa 880 milioni di presenze con un impatto economico sui territori superiore a 108 miliardi di euro. Di



FIERA MILANO

MILANO
Bit
YOUR TRAVEL
EXHIBITION.

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 6992328
press.bit@fieramilano.it

**Ufficio stampa trade e estero
Flaviana Facchini RP**
+ 39 339 6401271
flavianafacchini@gmail.com

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.7134
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

particolare interesse l'aumento dei turisti esteri, cresciuti del +2,3% rispetto al 2023 e addirittura del +18% rispetto ai massimi pre-pandemia del 2019.

Ancora più rilevanti i dati dell'occupazione nelle strutture ricettive, circa il 68% contro il 51% del 2023, con un incremento di ben 17 punti percentuali. Di particolare interesse anche i cambiamenti nel profilo dei visitatori che scelgono l'Italia: la quota di quelli con uno status medio-alto o molto alto è passata dal 34% del 2023 al 43% del 2024. Lo scorso anno la prima motivazione di viaggio in Italia è stata la cultura (era settima nel 2023) mentre il buon rapporto qualità-prezzo è salito dal sesto al quarto.

Un cambiamento che si riflette anche nel crescente interesse per il turismo delle esperienze, tra le quali continua a spiccare il turismo enogastronomico. A BIT 2025 è stato presentato il nuovo Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano promosso dall'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico.

Secondo il report, l'enogastronomia è la seconda tipologia di esperienza preferita dai viaggiatori europei (15,3%) dopo la natura (16,6%). Con oltre 20,6 milioni di potenziali viaggiatori coinvolti, il contributo economico complessivo del turismo enogastronomico al PIL nazionale è stimato in più di 40 miliardi di euro. I piccoli borghi e le aree interne si confermano le destinazioni più visitate per questo tipo di turismo, mentre le maggiori le esperienze più richieste sono quelle gourmet nei ristoranti (56%) e le visite ai luoghi di produzione (52,5%), ma anche il relax (45,3%). Quanto alle motivazioni, i viaggiatori enogastronomici vogliono soprattutto provare nuove esperienze (43%), arricchire il bagaglio culturale (34%) e immergersi negli spazi naturali (31%).

Autenticità ed esperienze: i buyer di tutto il mondo trovano a BIT ciò che cercano

Bit è stata visitata da migliaia di buyer arrivati da tutto il mondo, tra i quali una selezione di hosted buyer altamente profilati da 49 nazioni. Di questi, il 45% proveniva dall'Europa, Italia compresa; il 27% dalle Americhe; il 18% da Asia (inclusi Paesi CIS) e Oceania; il 10% da Medio Oriente e Africa. Tra i Paesi più rappresentati Arabia Saudita, Argentina, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, India, Paesi dell'Est Europa, Paesi del Golfo, Spagna, USA.

BIT 2025 si conferma un appuntamento strategico per i buyer internazionali in cerca di nuove destinazioni e proposte di viaggio innovative. Eileen Ai Ping Phua, di The Travel Corporation Pte. Ltd. (Singapore), evidenzia il ruolo della fiera nel settore MICE: "Per noi è importante trovare nuove location, soprattutto in Europa e in Italia, dove la Toscana è molto richiesta. Il fenomeno del bleisure è in crescita, con viaggiatori che uniscono lavoro e vacanza".



FIERA MILANO

MILANO
Bit
YOUR TRAVEL
EXHIBITION.

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 6992328
press.bit@fieramilano.it

**Ufficio stampa trade e estero
Flaviana Facchini RP**
+ 39 339 6401271
flavianafacchini@gmail.com

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.7134
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

Anche per il mercato del Middle East l'Italia è una meta di punta. Shady Ali, di Almosafer (Seera Group), spiega: "Milano, Roma, Venezia e la Costiera Amalfitana restano le mete più richieste, ma cresce l'interesse per sistemazioni alternative come ville e appartamenti di lusso. Lo shopping resta centrale, ma vediamo una forte crescita per le vacanze in barca e l'autenticità delle tradizioni locali".

Nel mercato europeo, l'attenzione si sposta sulla ricerca di esperienze uniche. Bjoern Johannsohn, di TUI Belgio (che segue tutto il continente), nota una nuova tendenza: "Molti clienti cercano destinazioni 'non da Instagram'. La sostenibilità è sempre più importante: chiediamo agli hotel standard più elevati e i clienti sono molto attenti a dettagli come l'uso della plastica o lo spreco alimentare."

Dall'Argentina, Patricia Shanahan di Ayello Carbonari, racconta l'evoluzione del turismo locale: "In America Latina la crisi economica ha ridotto la classe media e quindi oggi il settore punta sul segmento luxury, valorizzando il turismo delle radici, con viaggi alla scoperta delle origini familiari, spesso abbinati a tour dell'Italia. La Puglia è tra le destinazioni emergenti".

Il segmento luxury è cruciale anche per gli Stati Uniti. Conferma Alvaro de la Fuente di Travelive: "Siamo alla ricerca di esperienze esclusive per clienti di alto profilo. BIT è perfetta per trovare proposte specifiche sul mercato italiano, con espositori di qualità e un networking efficace".

Infine, dalla Cina sottolinea Yingying Laod, di Hiseas International Tourism Group: "Il cliente cinese è ancora legato ai tour classici d'Europa, ma aumentano i repeater che cercano esperienze più approfondite, soprattutto legate alla cultura e all'enogastronomia. Stiamo anche vedendo una crescita nel business travel".

Con il successo di questa edizione, BIT rafforza il suo ruolo tra le manifestazioni di proprietà di maggiore rilievo per Fiera Milano. Questa edizione, infatti, ha rappresentato un passaggio strategico in vista dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano-Cortina 2026, per i quali Fiera Milano, in qualità di partner, metterà a disposizione i propri spazi per ospitare alcune delle competizioni più attese.

La 46ª edizione di BIT si terrà a Fiera Milano – Rho dall'8 al 10 febbraio 2026.