

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

Emozioni, benessere, esperienze: BIT 2025 svela le nicchie più promettenti del Travel

I viaggi saranno ancora più esperienziali e tematici, con una maggiore attenzione alla sostenibilità anche sociale. Per il 2025 l'UNWTO prevede un +3-5%. In Italia in primo piano l'indotto di Milano-Cortina, stimato tra 2,3 e 3 miliardi di euro.

Milano, 6 febbraio 2025 – L'ormai prossimo appuntamento con [BIT 2025, a Fiera Milano – Rho da domenica 9 a martedì 11 febbraio](#), sarà come di consueto l'occasione per fare il punto sullo stato dell'arte del settore e **anticipare le tendenze emergenti**, sia come **opportunità di business** per gli operatori sia **idee di viaggio uniche e originali** per il pubblico.

In vista del taglio del nastro, [l'Osservatorio di BIT 2025](#) ha individuato dati e trend di maggiore interesse a partire dal **costante dialogo con tutti gli attori della filiera**, oltre che analizzando studi e ricerche in partnership con **Magda Antonioli, professoressa presso l'Università Bocconi e Vicepresidente dell'European Travel Commission**.

Un 2025 di crescita sospinta dalle nuove forme di turismo

Secondo il più recente **UNWTO World Tourism Barometer**, nel 2024 l'Europa ha registrato **747 milioni di arrivi internazionali (+5%** rispetto al 2023), sostenuti da una forte domanda intraregionale. Ancora l'UNWTO, su **dati IATA**, rileva che nel Vecchio Continente risultano più elevate rispetto al 2019 tanto l'offerta, quanto la domanda di **passaggi aerei**: l'offerta cresce del **+8%** sulle rotte interne e **+3%** su quelle internazionali, mentre la domanda aumenta del **+19%** sulle rotte domestiche e **+1%** su quelle estere. Per il 2025 l'organizzazione stima un'ulteriore crescita del turismo internazionale tra il **+3% e il +5%** sul 2024, che interesserà tutte le regioni.

E se nel 2024 avevamo assistito al **modificarsi della stagionalità** per le nostre destinazioni mediterranee – con una crescita dei flussi nelle stagioni “di spalla”, per evitare il caldo, e una maggior richiesta di viaggi verso il Nord Europa durante il periodo estivo – quest'anno **il 61% dei viaggiatori** dichiara di voler pianificare sempre più **attività durante** la serata o nelle prime ore del mattino perché più fresche, secondo una recente ricerca di **Booking.com**.

**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

Per quanto riguarda **l'Italia**, un dato particolarmente interessante è **la spesa turistica totale** che, per il 2024, **Confindustria** stima in **110 miliardi di euro**.

Dal cielo, al mare, al benessere: emozionalità al centro

Nell'ambito del più ampio trend dei viaggi slow, all'aria aperta e a contatto con la natura, una delle novità più interessanti è il **turismo legato ai fenomeni naturali**. A cominciare dall'osservazione del cielo notturno, per il quale è stato coniato il neologismo **noctotourism**: in particolare, nel 2024 **le eclissi** e l'apparizione anche a basse latitudini **dell'aurora boreale** hanno alimentato il desiderio di viaggiare per assistere a fenomeni naturali. Uno studio appena pubblicato da **Expedia** indica come il **61% dei viaggiatori** sia disposto a viaggiare per vedere l'aurora boreale e il **30%** per ammirare **vulcani, geyser e sorgenti termali**.

Ma c'è grande interesse anche per il cosiddetto **astroturismo**, legato **all'osservazione del cielo notturno in sé**: dai pianeti del nostro sistema solare (a inizio 2025 protagonisti di un raro e spettacolare allineamento) fino ai **segreti delle stelle e delle galassie più lontane**. Secondo **Booking.com**, il **60% dei viaggiatori** è alla ricerca di zone di "cielo scuro" (cioè con basso inquinamento luminoso) per ammirarle meglio.

Si evolve ancora anche il **turismo del benessere**, sempre più legato non solo allo star bene a 360 gradi, ma anche alla ricerca di una **longevità in salute**: sempre dai dati di **Booking.com**, risulta che il **60% dei viaggiatori** sia interessato a percorsi residenziali di **longevità, terapie con luce rossa, crioterapia e trattamenti con cellule staminali**, questi ultimi legati anche al **turismo medico**.

Una novità sono i **viaggi sensoriali immersivi**: i viaggiatori cercano esperienze che stimolino tutti i sensi in modi innovativi, anche con il supporto della **realtà aumentata**. Tra questi, partecipare a **workshop di cucina molecolare**, sessioni di **aromaterapia in foreste pluviali** o **tour guidati al buio** per amplificare la percezione sensoriale, ma anche **locali immersivi** progettati per offrire **esperienze multisensoriali durante l'aperitivo**.

E se il 2024 aveva visto una crescita importante **dell'adventure travel al femminile**, nel 2025, soprattutto tra **millennial e Gen Z** (rispettivamente **58% e 65%**), si affianca la ricerca di **solo travel** tra gli uomini, per staccare la spina e ricaricarsi mentalmente e fisicamente, come rileva **Booking.com**. Sempre più di tendenza anche **la JOMO** (*Joy Of Missing Out*), in risposta alla **FOMO** (*Fear of Missing Out*) di qualche anno fa. La richiesta di mete relax è in crescita e il **62%** dei viaggiatori dichiara che queste

**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

ultime sono anche un'occasione per **riconnettersi con i propri cari** spesso avvalendosi, secondo **Expedia**, di formule all-inclusive e "senza pensieri".

Sport, concerti, shopping: la motivazione muove il viaggiatore

In parallelo, trova nuove forme anche il **turismo sportivo**. Il nostro Paese vedrà una particolare attenzione per gli **sport invernali**, nell'ambito del percorso preparatorio alle **Olimpiadi e Paralimpiadi Invernali di Milano-Cortina 2026**: tre differenti studi delle università **La Sapienza, Bocconi e Ca' Foscari** stimano che questi appuntamenti forniranno un contributo importante all'impatto economico complessivo dell'evento olimpico, valutato **tra i 2,3 e i 3 miliardi di euro**. Secondo Deloitte, sono attesi **più di 2 milioni di visitatori** con una spesa di **154 milioni di euro** per il solo soggiorno.

A livello internazionale si segnala la crescita di **pacchetti crociera con pratiche sportive** e degli hotel e resort che offrono **attività semi-agonistiche**. In tema di viaggi legati alla musica, una tendenza emergente è il **gig tripping**: i viaggiatori pianificano i loro itinerari (*trip*) attorno a più concerti, festival musicali o esibizioni dal vivo (*gig*), combinando la passione per la musica con l'esplorazione di nuove destinazioni, per **creare esperienze culturali e sociali uniche**.

Cambia anche lo **shopping tourism**: esiste nei viaggiatori un forte desiderio di andare oltre le "bolle" turistiche per **interagire con le comunità locali** che, ancora secondo **Euromonitor**, si esprime attraverso l'acquisto di **diverse esperienze culturali** nella destinazione, mentre per **Expedia** un nuovo fenomeno è quello dei viaggiatori che vanno sempre più alla ricerca di **prodotti che non possono trovare a casa loro**. È soprattutto **la Gen Z** ad alimentare questo fenomeno, anche se tutte le tipologie di viaggiatori amano frequentare i negozi locali: **il 39%** lo fa abitualmente e **il 44%** acquista prodotti "introvabili" nel proprio Paese.

Una tendenza che vede in primo piano **l'Italia** con la propria **offerta enogastronomica unica al mondo** e con i prodotti del **"bello e ben fatto"** dello stile di vita italiano. Il luxury shopping rimane infatti protagonista nel nostro Paese, con in primo piano **Milano**: grazie a questa attrattività, nel 2024 **Via Montenapoleone** è diventata la strada del lusso più cara al mondo, superando la Quinta Avenue di New York. Nell'estate 2024, secondo uno studio di **Regione Lombardia** i visitatori alto-spendenti hanno speso in media **158 euro al giorno** per l'alloggio e **215 euro** per ristoranti, shopping, musei e trasporti locali.

**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

I megatrend dietro alle singole tendenze

Trasversale ai diversi stili di viaggio, si consolida e si rafforza la **tendenza all'iper-personalizzazione**: un'esigenza sempre più sentita dai viaggiatori, anche quando si tratta di pianificare viaggi di gruppo: in questo senso, afferma una ricerca di **Euromonitor International**, fondamentale il contributo **dell'intelligenza artificiale generativa**, che consente di tenere coniugare le esigenze dei singoli con l'organizzazione complessiva attraverso sofisticati algoritmi.

Accanto alla **sostenibilità ambientale**, ormai un dato acquisito, sempre più centrale per apparire anche quella **sociale**. Tanto i viaggiatori, quanto gli operatori sono sempre più attenti alle **politiche ESG** (*Environmental, Social, Governance*): la **centralità delle persone** è fondamentale per **trovare un equilibrio** tra valorizzazione economica e tutela delle risorse, garantendo al turismo **uno sviluppo sostenibile**.

Oltre che nelle proposte degli [oltre 1.000 espositori dall'Italia e da 64 Paesi di tutto il mondo](#), a BIT 2025 l'innovazione sarà protagonista anche del ricco palinsesto dei talk di ***Bringing Innovation Into Travel***, che dedicherà particolare attenzione alle tematiche dell'intelligenza artificiale, il digitale e le start-up, dell'ecoturismo, e dei viaggi emozionali.

Domenica 9 febbraio BIT 2025 sarà aperta anche al pubblico dei viaggiatori. Sia i viaggiatori sia gli operatori professionali possono [acquistare in anticipo il biglietto nella Biglietteria Online](#) sul sito di Bit 2025.

BIT 2025 è presente sui principali social media con l'handle @BitMilano.
Per info aggiornate: bit.fieramilano.it