

Spicca il MICE tra i protagonisti della Bit revolution

Forte attenzione degli operatori per congressuale e business travel, che hanno contribuito al successo della nuova formula: in totale, 16.353 incontri di match-making (+13%), 7.500 presenze ai 120 convegni. Già partite le prenotazioni per la prossima edizione



Il verdetto degli operatori del settore è unanime: il MICE è stato tra i protagonisti del rilancio di Bit nella nuova formula su 3 giorni a fieramilanocity. E non solo perché diversi espositori – come le Regioni Puglia, Toscana e Veneto – hanno scelto di duplicare la loro presenza per essere presenti in modo più mirato nell'area dedicata a questo mercato in crescita. Anche perché, grazie al forte investimento sui buyer – che quest'anno presentavano un tasso di rinnovo di ben il 60% – è cresciuta la presenza di buyer specializzati.



«I miei clienti sono soprattutto grandi multinazionali che organizzano eventi di altissimo profilo e cercano solo location in alto di gamma», dice per esempio una nuova buyer dagli Stati Uniti, specializzata nel settore. «L'Italia è una delle destinazioni preferite per il convegnistico di fascia alta e qui a Bit trovo proposte in linea con il mio target, supportate da servizi ad hoc».

Come risultato, top player ed enti del turismo sono già in pista per l'edizione 2018 e manifestazioni d'interesse sono state espresse già durante la mostra. A convincere gli operatori, oltre alla nuova location a più stretto contatto con la città, sono stati soprattutto la qualità dei contenuti e il forte investimento sui buyer: erano 1.500 i top buyer profilati italiani ed esteri, oltre a più di 200 travel blogger e 2.000 esponenti dei media accreditati. Nel complesso, nelle tre giornate di business si sono tenuti 16.353 incontri di match-making (+13% rispetto al 2016), che hanno fatto incontrare con i loro target i



«Per noi è stato un punto di ripartenza», afferma **Olga Mazzoni**, Presidente per l'Italia di Visit Usa, «per promuovere gli USA insieme su una piazza imprescindibile come Milano e sul mercato italiano, che per noi è tra i “number one”. Esserci con una nuova Bit 2017 è guardare al futuro».

Esperienza positiva anche per gli operatori del prodotto Italia

«Ritengo ottima la soluzione di dare più spazio al B2B», afferma l'Assessore al turismo della Regione del Veneto, **Federico Caner**. «Per questo la nostra Regione ha deciso di tornare a Bit dopo l'assenza dell'anno scorso, perché sono state privilegiate le opportunità di incontro tra gli operatori, i quali hanno manifestato soddisfazione per la Borsa così organizzata. Il nuovo layout basato sui target, inoltre, riprende quello che già propone il Veneto». «Anche quest'anno, a Bit abbiamo trovato gli interlocutori giusti per presentare le nostre principali novità», commenta **Alberto Peruzzini**, direttore dell'Agenzia Regionale Toscana Promozione Turistica. «Come la partnership con l'Adventure Travel Trade Association per sviluppare l'offerta di turismo-avventura. Progetto che abbiamo deciso di lanciare proprio qui a Bit e che ha riscosso un grande interesse».

In forte crescita, quest'anno, infine, l'impatto social della manifestazione: in questi giorni #Bit 2017 è stato trending topic su Twitter. Positivo il sentiment (fonte: Sentiment Viz) con un engagement di 13.900 interazioni, un reach di 2.189.912 persone (+54% rispetto all'anno scorso) e 16.800.000 views (+100% rispetto all'anno scorso) (Fonte: Keyhole, Talkwalker).

P.T.

2.000 espositori presenti. Valutati di alto livello, inoltre, i contenuti del ricco palinsesto di eventi, ospitato in uno dei centri congressi più grandi ed efficienti d'Europa quale il MiCo: più di 7.500 persone hanno partecipato ai 120 appuntamenti, ai quali si aggiungono le decine di eventi organizzati direttamente dagli operatori. A sottolineare la rinata verve della manifestazione, rientri prestigiosi come Abruzzo, Molise e Veneto fra le Regioni italiane o gli Stati Uniti tra i Paesi esteri, presenti ai massimi livelli con Visit USA. Particolarmente di alto livello quest'anno le rappresentanze istituzionali, che hanno visto la presenza di diversi Ministri del Turismo.

«Abbiamo scelto Bit perché è il luogo ideale per presentare agli italiani la nuova Argentina aperta al mondo», ha dichiarato il Ministro per il Turismo **Gustavo Santos**, «in occasione di Bit abbiamo anche proposto tariffe speciali per i voli che, grazie al nuovo accordo di code-sharing tra Alitalia e Aerolineas Argentinas, raggiungono sempre più destinazioni in un Paese che si estende per 5.000 km con una varietà incredibile di paesaggi».

«Ho deciso di partecipare di persona a Bit per valutarne direttamente l'efficacia e il responso è decisamente positivo», ha aggiunto il Ministro per il Turismo della Croazia, **Gari Cappelli**, «soprattutto per la quantità e qualità degli incontri di business. Posso già anticipare che l'anno prossimo intendiamo ampliare la nostra presenza».