

Bit 2015 gioca a tutto business e scommette sul Mice

Un nuovo concept che mette al centro il turismo d'affari e il mercato degli eventi con due aree espositive – Mice e Luxury Mice – e 500 hosted buyer specializzati da 48 Paesi

➡ Annarita Maggi



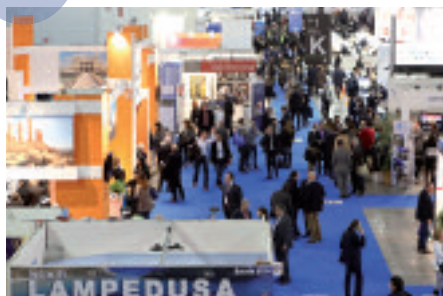
Secondo l'Osservatorio Business Travel 2014, lo scorso anno, in Italia, i viaggi d'affari sono stati 29,8 milioni e la spesa è aumentata del 2,1% a 18,7 miliardi di euro, trend che proseguirà anche nel 2015. A livello internazionale, le previsioni ICCA per il biennio 2014-2016 sono di un +5,5%, soprattutto per il Far Easted Europa.

Non solo: il segmento è tra quelli a maggior valore aggiunto grazie alla permanenza media maggiore (3-4 giorni contro i 2,5 del leisure) e alla forte ricaduta sul territorio. Un'opportunità che Bit mette a disposizione degli operatori con strumenti efficaci e focalizzati.

Mice world con formula meet&match

A Bit 2015, in fiera milano a Rho da giovedì 12 a sabato 14 febbraio, al comparto business sarà dedicata un'intera sezione, Mice World, con due aree espositive specializzate: Mice e Luxury Mice.

Mice World si avvale della nuova formula meet&match di Bit 2015, con un'agenda di incontri prefissati allo stand. Presenti circa 500 buyer Mice altamente profilati





da 48 Paesi, tra cui event manager, travel manager, direttori marketing e comunicazione di aziende, esponenti di associazioni e intermediari quali PCO, incentive house, agenzie di organizzazione eventi, business travel agency. Il buyer-tipo presente a Bit 2015 ha un budget di 1 milione di euro e organizza in media 47,5 eventi all'anno (circa 22 mila euro a evento) con una media di 200 partecipanti.

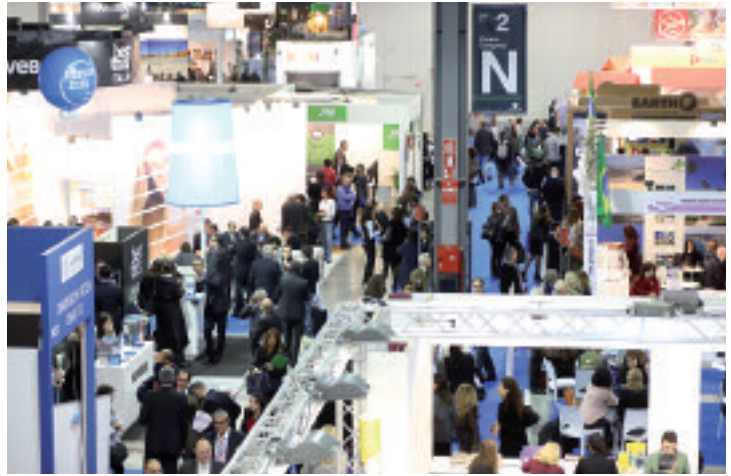
Nuove sinergie e formazione

La presenza a Mice World può essere integrata con la possibilità di esporre in Cina al GITF di Guangzhou a marzo 2015 attraverso Bit China, l'iniziativa di internazionalizzazione che accompagna gli operatori con una serie di iniziative di supporto. Uno tra i mercati più interessanti anche per questo comparto: degli 83,18 milioni di turisti outbound dal Paese asiatico nel 2013, 30 milioni avevano motivazioni Mice e hanno speso complessivamente oltre 49 miliardi di dollari.

Al percorso espositivo si affiancheranno inoltre numerose iniziative di carattere formativo e informativo, alcune delle quali in partnership con MPI, che presenterà anche un contributo sul settore a cura di Olimpia Ponno all'interno del primo Congresso Annuale del Turismo. Tra i momenti di approfondimento – con la presenza in esclusiva di alcuni tra i maggiori esperti del settore – ci sarà Think with Bit, il think-thank di Bit, dedicata al luxury.

A Bit 2015 anche Digital, Luxury, Leisure e Sport

L'area si inserisce sinergicamente nel rivoluzionario concept espositivo di Bit 2015, organizzato per segmenti di business, che avrà quattro focus: oltre al Mice, è prevista un'area esclusiva riservata al Luxury e una dedicata al mondo Digital, oltre al tradizionale Leisure dove uno spazio all'interno della sezione Italia valorizzerà il turismo culturale ed enogastronomico. Nella sola giornata di apertura al pubblico di sabato 14 febbraio, inoltre, la nuova area Destination Sport, in



collaborazione con Decathlon, darà ai piccoli operatori italiani l'opportunità di offrire pacchetti pensati per il segmento in crescita del turismo sportivo.

Una formula che sta riscuotendo grande successo, tanto che diverse Regioni stanno valutando una doppia partecipazione in più aree. E che, nell'edizione del 35esimo anniversario, rafforza il ruolo di Bit come primo marketplace in Italia per il matching mirato tra domanda e offerta, italiana e internazionale, anche grazie al forte investimento sui buyer: è previsto l'arrivo di 1.500 hosted buyer altamente profilati (+50% sul 2014) con un elevato turn-over (lo scorso anno è stato del 40%) e, novità di quest'anno, con 250 buyer italiani.

E restando sempre in tema di numeri, sono attesi anche 2.000 aziende, oltre 70 mila visitatori e 3.000 giornalisti accreditati. Tra le molte realtà che hanno già confermato la loro presenza, oltre a Consorzi, Convention Bureau, Tour Operator e grandi Hotel, Paesi quali Autorità Palestinese, Cina, Cipro, Corea, Croazia, Cuba, Egitto, Giappone, India, Israele, Malesia, Nuova Caledonia, Polonia, Repubblica Dominicana, Seychelles, Sri Lanka, Thailandia, Tunisia. È previsto infine un aumento delle rappresentanze italiane. ■

