

On e offline Bit 2015

Torna l'appuntamento chiave per il turismo. Concept rinnovato con focus su Mice, Luxury, Digital, Cultura, Gastronomia e Sport. E agenda di incontri prefissati per il b2b. Dal 12 al 14 febbraio a fieramilano Rho

➡ Annarita Maggi



Una formula ripensata e ricca di specializzazioni, al servizio dei segmenti business più vivaci. Sarà questa la proposta di Bit 2015, in fieramilano a Rho da giovedì 12 a sabato 14 febbraio. Accanto al Luxury, al Digital e al Leisure (con focus su cultura, enogastronomia e sport) ci sarà un altro grande protagonista: il Mice con la sezione dedicata "Mice World".

Un mercato in crescita

Secondo la Business Travel Survey 2014 di Uvet-American Express, i viaggi d'affari registreranno quest'anno un incremento del +1%, espresso dall'Uvet Travel Index, un indicatore sintetico che consolida in modo ponderato più fattori. Sebbene negli anni la spesa media sia leggermente calata, per business si viaggia sempre di più: preso il 2006 come base 100, quest'anno si toccherà quota 200, un raddoppio in soli 8 anni per un settore che, nello

stesso periodo, ha liberato risorse per 4,8 miliardi, spiega il rapporto.

Dal canto suo, il Meetings and Events Forecast 2015 di Cwt traccia alcune tendenze: per il prossimo anno, tra le mete congressuali più richieste si segnalano Istanbul, Bangkok e Shanghai, ma anche Praga e Boston. In Sudamerica la vivacità del mercato è segnalata dall'aumento nelle tariffe degli hotel, +6,3% contro una media mondiale del +2,6%. Nella gestione degli eventi il trend è sempre più verso modalità ibride con largo uso di tecnologie interattive.

Mice World con formula meet&match

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 Bit2015 ha un budget di 1 milione di euro e organizza in media 47,5 eventi l'anno (circa 22 mila euro a evento) con una media di 200 partecipanti. Mice World offrirà preziosi insight con un ricco programma di eventi, anche grazie alla partnership con MPI - Meeting Professionals International.

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

Luxury World sarà un club dell'eccellenza, dove attori del luxury travel potranno incontrarsi in un luogo raffinato ed esclusivo, come una Luxury Buyer Lounge e il Luxury Restaurant, mentre in Digital World, una parte espositiva che affiancherà player primari e start-up sarà completata dal palinsesto di un'arena di eventi, alcuni organizzati in collaborazione con Amadeus.

2.000 aziende e 1.500 buyer salutano la nuova Bit

Gli eventi saranno una delle cifre distintive di Bit 2015 che ospiterà anche la prima Conferenza Nazionale del Turismo con anteprime ed esclusive da autorevoli speaker italiani e internazionali. A salutare il nuovo corso sono attese oltre 2.000 aziende da 74 Paesi, 1.500 buyer italiani e internazionali e 3.000 giornalisti. Tra le molte realtà già confermate, oltre a consorzi, convention bureau, tour operator e grandi hotel, Paesi stranieri quali Autorità Palestinese, Cina, Cipro, Corea, Croazia,



Cuba, Egitto, Giappone, Giordania, India, Israele, Malesia, Nuova Caledonia, Polonia, Repubblica Dominicana, Seychelles, Sri Lanka, Thailandia, Tunisia.

Il leader... anche online

Bit riproduce online la formula vincente della manifestazione "fisica", dando la possibilità agli operatori di fare business sul web 365 giorni l'anno. E, da oggi, sul nuovo sito www.bit.fieramilano.it gli utenti troveranno anche Bit Now, il blog che coinvolge tutto il mondo dei viaggi tramite l'hashtag #yourBit. Vale la pena ricordare che Bit detiene la leadership su Twitter (6.285 follower) e su Facebook (31.482 fan). Nel solo periodo agosto-settembre, l'account @bitmilano ha raggiunto più di 35 mila account (5 volte il numero di follower), generando oltre 87 mila impression. Nello stesso periodo, la pagina Facebook ha generato più di 25.200 impression e più di 2.100 interazioni all'interno della pagina. ■



SCENARIOS

On and offline Bit 2015

The key tourism event is back. A concept revisited with the focus on Mice, Luxury, Digital, Culture, Gastronomy and Sport. Agenda of set meetings for b2b. From 12 to 14 February at Fieramilano in Rho

Annarita Maggi



A formula rethought and rich in specialisations, serving the liveliest business sectors. This is what Bit 2015 at Fieramilano in Rho has to offer from Thursday 12 to Saturday 14 February. Apart from Luxury, Digital and Leisure (with a focus on culture, gastronomy and sport), there will be another major player – Mice with the dedicated section “Mice World”.

A growing market

According to the 2014 Business Travel Survey of Uvet-American Express, business trips will increase this year by +1%, expressed by the Uvet Travel Index, a composite indicator that consolidates several weighted factors. Although average spending has declined slightly over the years, people are travelling on business more and more. Taking 2006 as base 100, this year the Index will reach 200, a doubling in just eight years for a sector that has freed up 4.8 billion of resources in the same period, the report says.

For its part, the CWT's Meetings and Events Forecast 2015 highlights some trends. For next year, among the most popular conference destinations are Istanbul, Bangkok and Shanghai, but also Prague and Boston. In South America, the buoyancy of the market is indicated by higher

hotel rates, +6.3% against a worldwide average of +2.6%. In events management, the trend is increasingly towards hybrid modes with extensive use of interactive technologies.

MICE World with meet & match formula

Mice World makes use of the new meet & match formula of Bit 2015, with an agenda of set meetings on the stand. There will be some 500 highly-profiled Mice buyers from 48 countries, including event managers, travel managers, corporate marketing and communication managers, representatives of associations and intermediaries such as PCO, incentive houses, events organisation agencies and business travel agencies. The typical buyer present at Bit2015 will have a budget of 1 million euros and will organise an average of 47.5 events per year (about 22 thousand euros per event) with an average of 200 participants. Mice World will offer valuable insights with a full program of events, due not least to the partnership with MPI – Meeting Professionals International. A presence at Mice World can be paired



with the opportunity of exhibiting in China at the Guangzhou GITF in March 2015 through the Bit China internationalisation initiative. One of the most interesting markets for this segment also. Of the 83.18 million outbound tourists in 2013, 30 million travelled for Mice reasons and spent a total of over 49 billion dollars.

Luxury World will be a club for excellence, where luxury travel professionals can come together in a refined and exclusive place, like a Luxury Buyer Lounge and the Luxury Restaurant, while in Digital World, an exhibition space that will bring major players and start-ups together, there will be a line-up of arena events, some organised in partnership with Amadeus.



2,000 companies and 1,500 buyers will grace the new Bit

The events will be one of the distinctive features of Bit 2015 which will also host the first National Conference of Tourism with previews and exclusives from authoritative Italian and international speakers. More than 2,000 companies from 74 countries, 1,500 Italian and international buyers and 3,000 journalists are expected to attend the new exhibition. Among the many companies already confirmed, as well as consortiums, convention bureaus, tour operators and large hotels, foreign countries such as the Palestinian Authority, China, Cyprus, Croatia, Cuba, Egypt, Japan, Jordan, India, Israel, Malaysia, New Caledonia, Poland, the Dominican Republic, Seychelles, South Korea, Sri Lanka, Thailand and Tunisia.

The leader ... online too

Bit reproduces the winning formula of the physical exhibition online too, allowing operators to do business on the web 365 days a year. And, from today, on the new site www.bit.fieramilano.it, users will also find Bit Now, the blog that involves the whole world of travel via the hashtag #yourBit. It is worth mentioning that Bit is the leader on Twitter (6,285 followers) and Facebook (31,482 fans). Just in the period from August to September, the account @bitmilano reached more than 35 thousand accounts (5 times the number of followers), generating over 87 thousand page hits. In the same period, the Facebook page generated more than 25,200 hits and more than 2,100 interactions within the page.

www.bit.fieramilano.it, @bit2015, #bit2015.