

A Bit2016

I Buyer MICE Internazionali si incontrano per un business matching di qualità



C'è un solo luogo in Italia dove domanda e offerta del settore MICE si incontrano: è MICE WORLD, l'area dedicata a Meeting, Incentive, Conference ed Eventi all'interno di Bit2016. Questo comparto trova in Bit uno spazio unico a livello nazionale, un hub esclusivo dove sviluppare il proprio business avvicinando le migliori realtà che operano nella industry. Sono infatti 478 i buyer profilati che prenderanno parte alla manifestazione, un vasto gruppo proveniente da 41 Paesi del mondo e selezionato da Bit con il supporto di partner autorevoli come Htms, Mpi, Mci-Ovation, Bedouk, Acte Russia.

Ma qual è il profilo dei buyer del segmento MICE WORLD? Con una media di 47,5 eventi all'anno, 200 partecipanti e un budget di circa 22mila euro, il buyer tipo ha a disposizione oltre un milione di euro. L'internazionalità è uno dei punti di forza del gruppo profilato da Bit2016 e uno degli elementi di spicco rispetto alle altre fiere MICE europee: solo il 14% dei buyer arriva infatti dall'Italia mentre il 42% è di provenienza europea (di cui il 10% dall'Europa continentale, il 5% dall'Europa meridionale e il 27% dall'Europa dell'est). Guardando fuori dal Vecchio Continente, il 19%

proviene dal Nord America, il 14% dall'Asia e il 7% dal Sud America, il 3% dal Medio Oriente e l'1% dall'Oceania. Per quanto riguarda le categorie di appartenenza: il 31% sono organizzatori di eventi, seguiti dalle agenzie di business travel (25%), il 18% Incentive House, il 16% Corporate Meeting Planner di aziende, il 6% associazioni e il 3% Pco.

Per la categoria Corporate Meeting Planner confermano la presenza aziende come CISCO, Campari, BNP Paribas, Bank of America e tra le associazioni figurano l'Internatio-

nal Association of Exhibitions and Events (IAEE), l'American Financial Services Association e European Society for Swallowing Disorder, a queste si unirà un ampio gruppo di Intermediari, con le più importanti PCO, Incentive House, Agenzie di organizzazione eventi e Business Travel Agency. Le occasioni di incontro tra domanda e offerta saranno numerose e diversificate, a partire da due giorni di agenda con 28 appuntamenti prefissati, per sviluppare il business e ottimizzare la propria presenza alla manifestazione. Per presentare l'offerta MICE a un pubblico mirato è a disposizione degli espositori una sala conferenze dedicata. Una piattaforma formativa e informativa composta da seminari, convegni e incontri di formazione, tutti condotti da speaker autorevoli ed esperti della industry, completano il pacchetto offerto dall'edizione 2016 di Bit per gli espositori di MICE WORLD: un'offerta unica in Italia e un'occasione imperdibile per gli operatori. Tra gli espositori presenti a Bit2016 si segnalano diverse regioni e alcune tra le più importanti catene alberghiere internazionali: Starhotels, AtaHotels, NH Hotels, Gdf Group e Choice Hotels International. P.T.



TOURISM SCENARIOS

At Bit2016

International MICE buyers meet to do business effectively

There is only one place in Italy where supply and demand of the MICE industry meet: MICE WORLD, the area dedicated to Meeting, Incentive, Conference and Events at Bit2016. A one-of a kind space in the Italian fair scenario, an exclusive hub to develop the business talking with the best companies operating in the industry. 478 profiled buyers will take part in the event: a large group coming from 41 countries around the world and

event organizers, followed by business travel agencies (25%), 18% Incentive Houses, 16% Companies' Corporate Meeting Planner, 6% associations and 3% PCO.

In the Corporate Meeting Planner category, a very important target for the exhibitors, companies as CISCO, Campari, BNP Paribas, Bank of America are confirmed; within the Associations, the International Association of Exhibitions and Events (IAEE), the American Financial



ply and demand will be numerous and various, starting from a two-day agenda with 28 pre-scheduled appointments, to develop the business and optimize the participation at the event. To present the MICE offer to a targeted audience, a dedicated conference room is available, a functional space ideal for in-depth analysis. A training and educational platform with seminars, conferences and training sessions, all conducted by prominent speakers and experts of the industry, completes the package offered in 2016 edition of Bit to the exhibitors of MICE WORLD: a unique offer in Italy and a wonderful opportunity for the operators. Among the exhibitors that will attend Bit2016 there are different Italian regions and some of the most important international hotel chains: Starhotels, AtaHotels, NH Hotels, Gdf Group and Choice Hotels International.

P.T.



selected by Bit with the support of influential partners as Htms, Mpi, Mci-Ovation, Bedouk, Acte Russia. But which is the profile of the MICE WORLD buyers? With an average of 47.5 events per year, 200 participants and a budget of around 22,000 euros, the typical buyer manages a total of over one million euros. Internationality is one of the strengths of the group profiled by Bit2016 and one of the strong points compared to other European MICE fairs, only 14% of the MICE buyers come from Italy, while 42% come from Europe (including 10% from continental Europe, 5% from Southern Europe and 27% from Eastern Europe). Out from the Old Continent, relevant is the 19% of arrivals from North America, followed by 14% from Asia and 7% from South America. From the Middle East come 3% of the buyers, while only 1% come from Oceania. As for the categories: 31% are

Services Association and the European Society for Swallowing Disorder will be present among others; a group of intermediaries will also attend the exhibition, with the most important PCO, Incentive Houses, Event Organization agencies and Business Travel Agency.

Meeting opportunities between sup-

