



## Pronta al decollo la Bit della rivoluzione B2B

L'attesa è terminata. La Bit della rivoluzione B2B è in fieramilano a Rho da oggi a sabato 15 febbraio: tre giornate invece di quattro per ottimizzare la visita degli operatori. E per tutti gli espositori funziona a pieno ritmo la piattaforma di free matching, sulla quale si prendono appuntamenti in anticipo.

### IL PRODOTTO ITALIA È QUI

La leadership di Bit nell'incoming si esprime nella sezione Italy ai padiglioni 1 e 3, animata da operatori di tutta Italia.

Il ruolo di primo piano di Bit su questo fondamentale segmento di mercato è confermato dal rientro della Regione Lazio e della Regione Sicilia, destinazioni di fortissimo peso specifico per il turismo nazionale. Fedeli all'appuntamento con Bit espongono anche le Regioni Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Marche, Toscana, Umbria, Puglia, Basilicata, Campania, Calabria e Sardegna.

### IL RITORNO DEL LAZIO

## Territorio in fiera con Roma Capitale e Unioncamere

Expo 2015 in primo piano anche per la Regione Lazio, che ritorna in Bit. Spiega **Giovanni Bastianelli**, direttore dell'Agenzia regionale del Turismo: «In fiera rinforziamo l'immagine di tutto il territo-

rio, con una presenza istituzionale rappresentativa dell'intero Lazio, e con l'anteprima dei pacchetti per questa straordinaria opportunità». Così per la prima volta la Regione Lazio si presenta in partnership

con Roma Capitale e con Unioncamere Lazio, in un unico stand istituzionale. «E collaboriamo con tutti gli assessorati regionali coinvolti – dice Bastianelli – dalla cultura alle attività produttive, all'agricoltura e all'ambiente, ottimizzando le risorse finanziarie disponibili». In Bit dunque il Lazio presenta eccellenze e novità

dei territori, per far crescere e destagionalizzare gli arrivi. Protagonisti per questo i plus enogastronomici della Regione: «Portiamo degustazioni dei prodotti del Lazio con Chef stellati – annuncia Bastianelli – che rivisitano ricette tradizionali. E una tavola rotonda sulle imprese laziali di tradizione centenaria che si sono rinno-



vate e rilanciate anche sui mercati internazionali». Infine la 'passione di viaggio' è il filo conduttore del

nuovo portale "Il mio Lazio", che si potrà vedere nelle postazioni informatiche dello stand.

### TOSCANA

#### IL PRIMO APPUNTAMENTO CON I BUYER DELL'EXPO

«Questa Bit è il nostro primo incontro con i buyer internazionali in vista di Expo 2015, annunciamo gli eventi che la Toscana offrirà nel semestre dell'Esposizione Universale.



E avremo in fiera moltissimi operatori, con un assetto prevalentemente B2B al quale risponde in pieno il nuovo concept di Bit. Il matching con i buyer è un valore aggiunto essenziale»: parola di **Alberto Peruzzini**, responsabile turismo di Toscana Promozione. Che in Bit si fa notare con eventi importanti e numerosi: tra l'altro giovedì 13 la presentazione in anteprima del restauro del tratto toscano della Via Francigena, dalla Lunigiana a Radicofani, che si inaugura a Pasqua. E venerdì 14 la Toscana ospita gli Special Award con Legambiente, con l'assessore al turismo Cristina Scaletti e il sottosegretario Simonetta Giordani. C'è anche un 'fuori salone' toscano con Fiera Milano, al Museo della Scienza e della Tecnica. E oltre l'Expo questa Toscana B2B parla ai buyer di vacanze romantiche: «Avremo anche *Welcome Wedding Planners* – annuncia Peruzzi – per presentare ai buyer questa Toscana perfetta per i viaggi di nozze».

### PUGLIA

## Quando istituzioni e imprese vincono in squadra

«Il nuovo format B2B sposa la nostra strategia – spiega **Alfredo De Liguori**, di Pugliapromozione – che nelle fiere punta sulla compresenza con le imprese della nostra regione, in eventi business-oriented. Per questo ci piacciono molto anche il nuovo formato dei workshop, che porta i top buyer direttamente allo stand, e il calendario su tre giorni che ottimizza l'agenda, la logistica, e anche i costi». La Puglia dunque è in fiera con 35 operatori della ricettività e dell'incoming, e con un focus sulla promozione internazionale «anche con presenze istitu-

zionali ai massimi livelli»: a cominciare dal governatore Nichi Vendola, nella conferenza al centro congressi di fieramilano. Si parlerà della campagna #wearepuglia sui social media, e degli investimenti sui mercati di origine dei voli diretti sulla Puglia, del roadshow che presenterà la Regione nelle capitali europee. Nello stand l'incontro con National Geographic Traveler, che piazza la Puglia tra le 10 mete must del 2014, e uno spazio di show-cooking: buona tavola pugliese da vedere, imparare e gustare



### PIEMONTE

#### UN ANNO DA PROTAGONISTI TRA SPORT E SPIRITUALITÀ

Bit immancabile per il Piemonte: «È uno dei principali appuntamenti per promuovere l'offerta turistica del nostro territorio», afferma **Alberto Cirio**, assessore al turismo. In fiera il Piemonte rilancia sui suoi segmenti tradizionali: dall'enogastronomia allo sport con le tappe piemontesi del Giro d'Italia, e con la nuovissima *cronometro* dei vini Barbaresco-Barolo. «Punteremo molto sul turismo religioso – spiega anche Cirio – dove tra il 2014



e il 2015 il Piemonte è protagonista sulla scena internazionale». Si comincia con il Vaticano, Paese ospite del Salone internazionale del libro di Torino, e con il centenario della fondazione della Società San Paolo. Seguono il bicentenario di Don Bosco, per un anno intero e con Ostensione della Sindone, e quello della Passione di Sordevolo, la spettacolare rappresentazione di teatro popolare.



### THE WORLD, LE NUOVE METE

Nella sezione *The World*, ai padiglioni 2 e 4, si presentano destinazioni di oltre 100 Nazioni. Si conferma così il peso di Bit per il mercato internazionale, sul quale puntano nuove mete dei Paesi emergenti: ci sono per la prima la Cambogia, Botswana, Repubblica Democratica del Congo, São Tomé e Príncipe e Guadalupa, ed è una new entry anche la Repubblica Ceca. E per proporsi ai buyer italiani tornano i protagonisti dei bacini di mercato più dinamici, dalla Polonia alla Russia, la Turchia, la Cina, la Corea del Sud, l'India e la Malesia, e poi Giappone, Thailandia, Argentina e Messico, dall'Africa l'Etiopia, Botswana, Namibia e Uganda.

### BUSINESS OTTIMIZZATO

Attiguo all'area *The World* c'è il Business Village riservato agli operatori professionali, che semplifica e ottimizza l'incontro tra domanda e offerta, con numerose adesioni tra i maggiori operatori italiani e internazionali, vettori, tour operator, rappresentanze alberghiere e della travel technology.

I workshop *Bit BuyItaly* e *Bit BuyClub* ora portano i buyer negli stand, con un programma di appuntamenti prefissati nell'arco di due giorni, inclusi nel pacchetto per gli espositori.

Partecipano oltre mille buyer specializzati: il 54% viene in Bit per la prima volta, e la selezione ha tenuto conto dei Paesi target di Expo 2015, che in questa edizione della fiera ha *Bit BuyExpo 2015*, un workshop dedicato. Completa il nuovo concept di Bit un'importante componente formativa e informativa per il trade. L'edizione 2014 della rassegna si conferma così piattaforma relazionale e di business irrinunciabile.

I visitatori professionali preregistrati online entro il 12 febbraio entrano gratuitamente in fiera. L'ingresso del target misto trade-consumer sarà consentito solo sabato 15.

[www.bit.fieramilano.it](http://www.bit.fieramilano.it); Twitter @bitmilano #Bit2014.