

Si annuncia sempre più internazionale e innovativa Bit 2009, riferimento dinamico e permanente per l'industria, sul campo tutto l'anno con iniziative di supporto agli operatori. Nell'edizione 2009, al quartiere fieramilano a Rho da giovedì 19 a domenica 22 febbraio, si presentano molti nuovi Paesi da tutti i continenti, si annunciano grandi ritorni, si parla di *Bit Channel* e si assegnano i nuovi *Bit Tourism Award*, debutta un nuovo workshop dedicato al turismo religioso, *Bit Itinera*. Si confermano gli appuntamenti con *Certificibit* e con i due workshop, *BuyItaly* e *BuyClub International*.

La grande rassegna sarà anche la prima occasione per tastare il polso all'industria nazionale e internazionale, per trovare possibili risposte alle molte incertezze che inquietano gli operatori in questi mesi.

«Da Bit 2009 le imprese del turismo si attendono molto – dice **Adalberto Corsi**, presidente di Fiera Milano Expects e vicepresidente vicario dell'Unione del commercio

## Bit 2009, idee a sistema

**Innovazione e nuove opportunità di business nella grande rassegna milanese che, dal 19 al 22 febbraio 2009, capitalizza la sua formula verticale e multitarget, al servizio di operatori e istituzioni**

di Milano – perché da qui può partire la spinta giusta verso politiche di sistema, con interventi istituzionali coordinati ed efficaci sia a livello nazionale che locale».

Bit capitalizza ora la sua formula 'verticale' e multitarget, focalizzata sui trend e i segmenti di mercato emergenti per creare nuove opportunità di business. Un approccio che ora si rinforza mettendo al servizio degli operatori il patrimonio di relazioni internazionali della Bit e il suo know how tecnologico, per affrontare al meglio l'evoluzione dei mercati.

«Il valore aggiunto delle fiere come catalizzatori di business è ancora più evidente nelle fasi di debolezza dell'econo-

mia – commenta **Corrado Peraboni**, amministratore delegato di Fiera Milano Expects – Bit assolve da sempre questo ruolo, con i mezzi più innovativi per compe-



prezzati sulla base delle votazioni dirette dei viaggiatori e del trade, sul suo sito [www.bitaward.it](http://www.bitaward.it). E anche sul web più tradizionale la fiera ha completamente rinnovato il suo sito all'indirizzo [www.bit.fieramilanoexpects.it](http://www.bit.fieramilanoexpects.it).

### Internazionale, anzi globale

Tornano dopo alcuni anni di assenza Bulgaria e Georgia; si annunciano spazi molto importanti per Grecia e Spagna, si rinnovano gli stand di Sudafrica, Israele e Siria. Nel Discover America Pavilion ci saranno anche Tourism Massachusetts, Visit Florida e Texas Tourism. Altre novità si devono alla promozione di Bit nello Jata di Tokio, al WTM di Londra e a Manila al congresso annuale dell'Uftaa, che in fiera riunirà il suo board.

### Bit Itinera, il nuovo turismo di fede

Debutta infine *Bit Itinera* il nuovo workshop dei

percorsi religiosi, che una ricerca sponsorizzata da Bit ed Enit scopre ora più che mai frequentati dai giovani e da un pubblico informato e interessato a conoscere i territori intorno alle mete della fede. «Bit offre così un nuovo approccio al viaggio religioso - spiega **Fabio Majocchi**, direttore generale di Fiera Milano Expects - nel quale si integra la visita alle mete di pellegrinaggio con il desiderio di ampliare e approfondire la conoscenza dei territori e della loro natura, cultura e arte».

### IL SUCCESSO DI BIT CHANNEL

In poche settimane, entro il 30 novembre scorso, oltre 25.000 visitatori unici avevano visto quasi 800.000 pagine sulla web tv di Bit, caricando 300 video di vacanza. Oltre 2.000 visitatori li avevano già votati, partecipando al concorso che accompagna il lancio di Bit Channel: fino all'11 gennaio sono in palio viaggi per due, fotocamere e videocamere digitali e traduttori vocali multilingue, sia tra gli autori dei video che tra i votanti. Contribuiscono alla visibilità di Bit Channel l'accordo con il Touring Club Italiano, e con la sezione video nel Canale Viaggi 24.it del sito del Sole24Ore, entrambi 'powered by Bit Channel'. Bit Channel è anche uno strumento di viral marketing per il territorio: la Basilicata è la prima Regione italiana che ha il proprio video all'interno di Bit Channel, linkato al proprio sito.

### IL FOCUS SU ENOGASTRONOMIA DI QUALITÀ E ABITUDINI ALIMENTARI

## Certificibit, un 'atlante del gusto italiano'

Evolve e si rinnova anche *Certificibit*, il focus che la Bit dedica al viaggiare in cerca delle buone abitudini alimentari italiane, e delle produzioni enogastronomiche di qualità.

### L'Atlante del Gusto

*Certificibit* offrirà così in fiera un vero e proprio 'atlante del gusto', realizzato con il supporto del Ministero per le Politiche Agricole e Forestali, e con il patrocinio del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, ora con uno spazio ancora più ampio per i prodotti enogastronomici certificati nel contesto del loro territorio.

### Paesaggio e sapori

Evento nell'evento, *Certificibit* esalta ora il paesaggio e l'ambiente che, in ogni singolo territorio, danno ai prodotti italiani le loro caratte-

ristiche uniche di gusto e qualità, apprezzate in tutto il mondo.

Sulla forza di attrazione



di questi paesaggi e di questi ambienti *Certificibit* costruisce la sua proposta per un nuovo turismo rurale, di alto profilo, consapevole e sostenibile, che sceglie il prodotto tipico non per moda, ma perché lo apprezza nei luoghi in cui viene prodotto, poten-

ziando così le opportunità di business per gli operatori specializzati.

### Arrivi golosi

«L'enogastronomia ha il pregio di richiamare visitatori nei luoghi di produzione delle sue specialità - ha commentato il 'Gastronauta' Davide Paolini - esaltandole nel loro ambiente, che ne acquista valore: il culetto di Zibello ha dato notorietà a una zona già nota per la nebbia d'inverno e le zanzare d'estate, il tartufo ha quadruplicato gli arrivi

ad Acqualagna. Diversamente dall'exportazione commerciale, che rischia spesso di togliere naturalità anche alle produzioni più raffinate della nostra tradizione».

«*Certificibit* è un eccellente portavoce della filosofia del mangiare bene, dello scegliere cibi genuini, gustosi

e di qualità per un'alimentazione sana e tanto varia quanto lo sono i territori e le identità del nostro Paese - ha dichiarato **Luca Zaia**, il ministro per le Politiche Agricole Alimentari e Forestali - Il ministero sostiene con convinzione questo evento, che offre al mercato l'opportunità di una vacanza nuova, in un ambiente culturale unico, fatto anche dei sapori tradizionali delle nostre regioni».

Partecipano a *Certificibit* le massime realtà istituzionali del settore, e una rappresentanza completa dei migliori operatori del turismo rurale, agroalimentare ed enogastronomico, in arrivo da tutta l'Italia.

Soddisfatto **Walter Brunello**, presidente di Buonitalia, società per la promozione, l'internazionalizzazione e la tutela dell'agroalimentare italiano: «È assolutamente vitale - dice - trasmettere al consumatore straniero l'importanza del forte legame tra la produzione enogastronomica italiana e il suo territorio».

### FARE BUSINESS IN WORKSHOP

**Buyitaly.** Quella del 2009 sarà la ventiquattresima edizione del maggiore workshop dal mondo per l'offerta nazionale, con il meglio dell'incoming Made in Italy. In due appuntamenti distinti per tipologia di operatore, sabato 21 e domenica 22 febbraio, partecipano quasi tutte le regioni italiane con circa 3.000 seller, per incontrare quasi 600 buyer in arrivo da una sessantina di Paesi.

**Buy Club International.** Torna il 20 febbraio, dopo il successo della prima edizione, il workshop dedicato al turismo associato italiano ed europeo, organizzato da Fiera Milano Expects in collaborazione, per la selezione dei buyer, con la società specializzata Tourist Trend. Nel 2008 hanno partecipato 300 seller nazionali e internazionali e 153 Buyer, di cui 78 club italiani e 75 internazionali da 18 Paesi: il 95,6% dei seller e il 100% dei buyer interpellati hanno chiesto di ripetere l'iniziativa.

**Bit Itinera.** Debutta venerdì 20 febbraio il workshop del turismo della fede - organizzato da Fiera Milano Expects in collaborazione con Aurea, Borsa del Turismo Religioso, e con Spazio Eventi: attesa la partecipazione di alme-



no 60 tra incaricati diocesani, agenti di viaggi, animatori parrocchiali, e di 150 rappresentanti di servizi: centri di accoglienza, luoghi di culto, destinazioni meta di pellegrinaggio.