

WELCOME TO BIT, IL VILLAGGIO GLOBALE

La 44a edizione di BIT, Borsa Internazionale del Turismo, fa diventare Milano il villaggio globale del turismo ospitando dal 4 al 6 febbraio oltre **1100 espositori** provenienti da 66 Paesi. Un'edizione che vede finalmente il ritorno in fiera con grandi numeri degli agenti di viaggio grazie soprattutto all'accordo con Welcome Travel Group che per i prossimi tre anni organizza a Milano la propria convention portando **1600 operatori** e ospita all'interno di un proprio spazio in fiera circa 80 partner commerciali come espositori. Questo accordo mostra come l'organizzazione di Bit più che un un unico Villaggio del turismo è in realtà costituito da una bolla di villaggi più piccoli, a volte in competizione tra di loro: i tour operator sono all'interno del **Villaggio Astoi**, gli operatori del congressuale nell'**area MICE**, 30 aziende del benessere hanno realizzato il nuovo **Villaggio Thermalia**. Allo stesso modo... (continua a pag. 2)

IN QUESTO NUMERO:

2-3 - ATTUALITÀ E MERCATO

4-6 - EVENTI IN FIERA E FUORI

7-9 - TOUR OPERATOR E AGENZIE VIAGGI

10-12 - HOSPITALITY

13-16 - DESTINAZIONI





WELCOME TO BIT, IL VILLAGGIO GLOBALE

continua da pag.1

Allo stesso modo le associazioni di settore svolgono un ruolo cruciale in questa edizione, ospitando i propri affiliati e promuovendo la cooperazione tra differenti segmenti del turismo e le Regioni italiane contribuiscono alla diversità dell'offerta, portando un numero significativo di coespositori locali. Si è effettivamente creata un nuovo tipo di intermediazione all'interno della Fiera dove sono diverse realtà della filiera a promuovere i vantaggi della partecipazione a un evento dove si possono incontrare top buyer altamente profilati, sia nazionali che internazionali, provenienti principalmente da Europa (44%), Nord America (14%), Asia (14%), Centro e Sud America (11%) e Medio Oriente (8%).

Attraverso una varietà di culture e prospettive uniche, la manifestazione abbraccia i diversi continenti, presentando così una visione globale su un'ampia gamma di mete e attività: dall'enogastronomia alle esperienze local, dai viaggi relax fino al turismo sportivo, ai cammini spirituali e le proposte di viaggio più avventurose per i nomadi digitali.

BIT 2024 accompagna i viaggiatori in una esperienza affascinante ed emozionante, alla scoperta di tipicità locali e novità dell'offerta turistica, di proposte destagionalizzate o di "cool-cationing", di "blue zone" retreat, luxury o low budget. Del resto, sono numerose le proposte: dalle attività outdoor, all'astro-tourism, al turismo rurale e rigenerativo, fino all'eco-diving, per momenti autentici a contatto con il territorio, con wine-experience e tour enogastronomici, ciclovie panoramiche e cammini suggestivi; esperienze lungo la costa si trasformano in autentici "salotti vista mare", invitando a vacanze più sostenibili, mentre bellezze storiche accolgono i turisti nei principali siti UNESCO con tour artistici e culturali; ma anche proposte ricercate per viaggi wellness, all'insegna del benessere, e al **bleisure**, il perfetto mix tra business travel e viaggio privato.

BIT Milano è anche un'ottima opportunità di aggiornamento sui trend più recenti del mondo turistico, con un focus su sostenibilità, consapevolezza, personalizzazione e digitalizzazione, attraverso workshop ed eventi dedicati, realizzati nel contenitore "Bringing innovation into travel" o dai singoli espositori che vi racconteremo nelle prossime pagine con la consueta guida ai momenti da non perdere in Fiera.

13 MILIONI DI ITALIANI IN VIAGGIO NEL 1° TRIMESTRE

Il primo trimestre del 2024 si presenta come un periodo intenso per il **turismo italiano**, influenzato da una Pasqua precoce, un Carnevale in febbraio e condizioni di innevamento variabili. Nonostante una forte ripresa durante le festività natalizie, la tendenza al turismo italiano persiste, privilegiando viaggi più brevi e distribuiti su più periodi anziché concentrati in date specifiche.

Secondo l'**Osservatorio Turismo Confcommercio** in collaborazione con Swg, si prevede che 13 milioni di italiani viaggeranno tra gennaio e marzo, generando **20,6 milioni di partenze**. La maggior parte preferirà soggiorni brevi e strutture turistiche ricettive, con una tendenza verso vacanze di breve durata in città d'arte e soggiorni medi in montagna.

Le regioni più gettonate per brevi soggiorni saranno Toscana, Lazio ed Emilia Romagna, mentre il Trentino Alto Adige sarà la destinazione principale per viaggi più lunghi. Nel dettaglio, febbraio vedrà 6,9 milioni di italiani in viaggio, con una predilezione per brevi pause di massimo due notti. La **settimana di Carnevale** mostra una leggera diminuzione nell'intenzione di viaggiare rispetto all'anno precedente, con previsioni di 5,3 milioni di italiani in viaggio e una spesa stimata quasi 1,7 miliardi di euro.

La maggior parte sceglierà destinazioni nazionali, con una preferenza per le **città d'arte**, seguite da località montane e marittime. Gli alberghi e i B&B saranno le strutture più popolari, con una minoranza che opterà per soggiorni in seconde case o presso parenti e amici.



TURISMO IN ITALIA: POSITIVI I PRIMI DATI 2023

I dati ISTAT dei primi undici mesi del 2023 vedono 118,2 milioni di visitatori e 397,5 milioni di pernottamenti in Italia, con un aumento del 5,4% e dello 0,7% rispetto al 2022, per lo stesso periodo, evidenziando un marcato aumento dell'attrattiva internazionale. Questo trend è ulteriormente confermato dai dati di **Assoaeroporti**, che nel 2023 ha registrato 183 milioni di passeggeri, con il 65,6% proveniente dall'estero, e un aumento del 29% nel traffico internazionale.

L'industria alberghiera italiana si è distinta per la crescita della redditività, con un aumento del **RevPAR** del 20% rispetto al 2022, secondo le analisi dell'Osservatorio BIT basate sui dati Bocconi/STR del 2024. È il segmento di lusso a mostrare i maggiori incrementi, con gli hotel a cinque stelle e cinque stelle lusso che vedono crescere il proprio fatturato del 15% rispetto al 2022 e del 5% rispetto al 2019.

Per quanto riguarda il **turismo organizzato**, si registra un'impennata rispetto all'anno precedente, chiudendo il 2023 con un fatturato di circa 6,5 miliardi di euro, segnando un +40% rispetto al 2022 e superando le prestazioni pre-pandemiche del 2019.

Nel settore **MICE**, a livello mondiale, si percepisce un clima di ottimismo, con il 67% degli operatori che prevede un aumento dei budget destinati a riunioni ed eventi aziendali, secondo il Global Meetings and Events Forecast del 2024 di American Express GBT Meetings & Events.

In questo panorama in evoluzione, i **grandi eventi** giocano un ruolo cruciale, influenzando i livelli di occupazione delle destinazioni coinvolte e modificando le abitudini di prenotazione e spesa dei viaggiatori: concerti ed eventi sportivi, dal Superbowl, alle Olimpiadi di Parigi, fino agli show di popstar internazionali, segnano per le destinazioni interessate livelli di occupancy più alti del 70%-80% rispetto alla media, aumentando la booking window (il 57% dei viaggiatori prenota con almeno 2 mesi di anticipo) e la willingness to pay (il 31% aumenta il proprio budget pur di essere presente).



[VISITTUSCANY.COM](http://visittuscany.com)

**“Voglio vivere una
vacanza che lascia il segno,
non l’impronta.”**

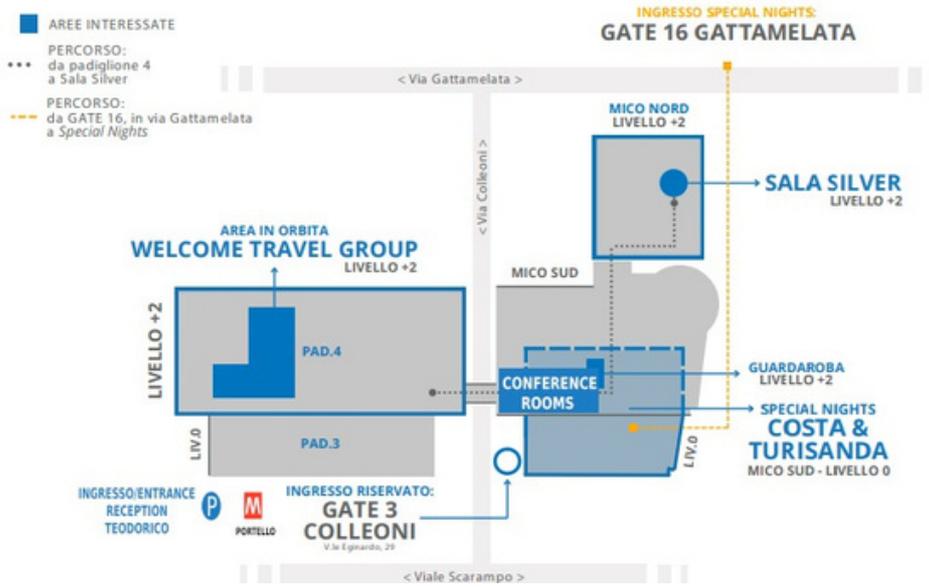
TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



4 FEBBRAIO, GLI EVENTI DA NON PERDERE PER IL B2B

12:30 - Sala Brown 1

Startup, chi non innova nel turismo è destinato a sparire?

14:00 - Sala Brown 1

Ospitalità green e turismo rigenerativo

14:30 - Sala Silver

Plenaria Convention Welcome Travel Group

14.30 - Area Thermalia

SPA del futuro: Manuale di istruzione dei nuovi trend del Benessere

15:00 - STAND ENIT

Enit - Unioncamere, presentazione attività congiunte

16:00 - STAND ENIT

Verso un osservatorio economico della Meeting Industry

16:30 STAND ENIT

La misurazione degli impatti del cambiamento climatico sul turismo

17:00 - STAND ENIT

Enit - Maeci, il turismo delle radici, dati e attività promozionali 2024



FESTE E APERITIVI

4 FEBBRAIO

19.00 - Luxury Bike Hotels
Terrazza Duomo 21

20.30 Costa Special Night
Mico

5 FEBBRAIO

19.00 - Mangia's Magic Night
Dazi - Parco Sempione

19.30 - Puglia Night
Art Point - Via Tortona 27

19.30 - Cocktail Mauritius
Terrazza Gallia, piazza Duca d'Aosta 9

19.30 - Evento Giordania
Terrazza 12, via Durini 28

20.00 - 100 anni Turisanda
Mico

PROGRAMMA THERMALIA - BIT

4 FEBBRAIO

12:30 13:00 Cerimonia inaugurale

13:00 - 14:00 LUNCH

14:30 15:15 "La SPA del futuro" manuale d'istruzione dei nuovi trend di Benessere

16:00 16:30 "Sorgente di salute a km 0" sostenibilità del wellbeing

17:00 - 18:00 APERITIVO

5 FEBBRAIO, COSA SEGUIRE NELLA GIORNATA CLOU

10:00 - Bit Arena

Viaggi all'estero oggi e domani: le destinazioni estere e F.T.O. in dialogo

10:30 - Sala Amber 3

Wanderlust: il futuro del turismo è oggi

11:00 - Sala Amber 2

Il ruolo dell'intelligenza artificiale nei viaggi

12:00 - Stand Enit

Google e L'industria del Turismo in Italia

12:30 - Sala Amber 2

Tour operator oltre i ricavi: entra in gioco il valore sociale delle aziende

13:30 - Sala Amber 4

Overtourism, il ritorno: le strategie per evitare gli affollamenti

15:00 - Sala Amber 4

Competenze, tool e strumenti statistici per il travel manager

15:00 - Sala Amber 3

Voli, treni e hotel: i viaggi delle PMI nel 2024

15:30 - Stand Veneto

Venezia 2024

16:30 - Sala Amber 4

Mice e AI, matchmaking tra intelligenze per un nuovo modo di comunicare gli eventi

17:00 - Sala Amber 8

La leva Economica del Turismo LGBTQ+

11:00

Conferenza Istituzionale Regione Puglia Sala BROWN 1 balconata 2° piano PAD 4 - Fiera Milano

#weareinPUGLIA 2024

Performance, Strategie e Sviluppo Turistico della Destinazione

Regione Puglia, Assessorato al Turismo e ARet Pugliapromozione, presentano le performance 2023, con un focus sulle attività in corso per lo sviluppo dell'industria turistica pugliese e le prospettive al 2030: presentazione dati sui flussi 2022; analisi del Piano strategico "Puglia 3x6x5" in fase di ultimazione; strategie integrate tra assessorati regionali per la crescita della destinazione e dell'offerta turistica complessiva.

Michele Emiliano - Presidente della Regione Puglia;
Gianfranco Lopane - Assessore al Turismo, Sviluppo e Impresa turistica
Luca Scandale - Direttore Generale ARet Pugliapromozione;
Aldo Patruno - Direttore del dipartimento Turismo e Cultura;
Assessori e altre istituzioni regionali

12:20

Città Metropolitana di Bari

Turismo culturale a Bari

Gianfranco Lopane - Assessore Turismo, Sviluppo e Impresa Turistica Regione Puglia;

Ines Pierucci - Assessora alle Culture, Marketing Territoriale e Turismo;

Aldo Patruno - Direttore Dipartimento Turismo e Cultura Regione Puglia;

Grazia Di Bari - Consigliera Politiche Culturali, Regione Puglia;

Luca Scandale - Direttore Generale Pugliapromozione

12:40

Presentazione BTM Italia e BuyPuglia VIII Edition 2024

Gianfranco Lopane - Assessore al Turismo, Sviluppo e Impresa turistica;

Sebastiano Leo - Assessore alla Formazione e Lavoro, Politiche per il lavoro, Diritto allo studio, Scuola, Università, Formazione Professionale;

Aldo Patruno - Direttore Dipartimento Turismo, Economia della cultura e Valorizzazione del territorio;

Luca Scandale - Direttore Generale Pugliapromozione;

Nevio D'Arpa - Ceo & Founder Btm Italia

TRAVEL OPEN VILLAGE, EDIZIONE 10 PER L'EVENTO "FUORI DI FIERA"

Accanto alla Bit, all'hotel Melià di via Masaccio 19, Travel Quotidiano organizza per il 10° anno il TOVE, l'evento fuori fiera dal 4 febbraio alle 9.30 al 5 febbraio alle 17. Quest'anno l'evento si arricchisce ospitando il **Travel Open Day Hospitality**, incontri tra ricettivo e fornitori di servizi per l'ospitalità e nuove Aree espositive Tematiche per agenti di viaggio.

L'evento si concluderà con un Party esclusivo dedicato agli agenti di viaggio.

6 FEBBRAIO, PER CHIUDERE IN BELLEZZA

10:30 - Sala Amber 4

Enogastronomia tra eccellenze, digitalizzazione e creatività

10:30 - Sala Amber 3

Porta il tuo Resort o Villaggio ad un livello di high performance

11:00 - Sala Asia

FTO Lab: ChatGPT per le agenzie viaggi

11:30 - Sala Silver

Plenaria Welcome Travel Group

12:00 - Sala Amber 4

Viaggi d'affari, mai più senza bleisure

12:00 - Sala Amber 3

Il ruolo di ChatGPT e dei software generativi nel travel

13:30 - Sala Amber 4

Natura e turismo, la cultura dell'ambiente per una vacanza di benessere

PROGRAMMA THERMALIA - BIT
5 FEBBRAIO

10:30 - 11:15 "Terme: l'assicurazione sulla vita naturale" - La Nuova Medicina Termale: tra tradizione e innovazione

11:15 - 12:00 "Longevità & Sostenibilità" modelli per una lunga vita sostenibile

12:00 - 12:45 Conferenza stampa "Le nuove frontiere del wellness" dalle acque nasce la cura del corpo, della mente, dello spirito

13:00 - 14:00 LUNCH

14:30 - 15:00 "Dolce far Terme" New Thermal Lifestyle

15:00 - 15:45 "I 4 bisogni primari di una SPA" Beauty, Fitness, Area Umida e Digital

16:00 - 16:30 "SPARlando di Benessere" Sinergie, visioni & innovazioni, tra Terme, Hotel, Spa e Movimento

Scambio di idee e strategie operative tra i vari attori del settore
Discussione sulle nuove opportunità e sfide per i marchi

APERITIVO

ASTOI: ATTESA CRESCITA DEL 10% NEL 2024

ASTOI Confindustria Viaggi parteciperà alla BIT 2024 a Milano dal 4 al 6 febbraio con un'area espositiva di 670 mq nel padiglione 4, dove saranno presenti 20 tour operator associati con la collaudata formula del "Villaggio", che mira a promuovere il valore e le garanzie offerte dai tour operator ASTOI, facilitando il networking tra partner e agenzie di viaggio.

Dopo una ripresa nel 2023 con una crescita del 40% rispetto al 2022, ASTOI prevede per il 2024 un incremento dei ricavi del 10%, nonostante le incertezze geopolitiche che hanno influenzato la domanda turistica verso il Medio Oriente.

Le aspettative sono positive sia per l'Italia che per il Mediterraneo, con un aumento della domanda anche per le destinazioni nordiche, i Caraibi, l'Africa orientale, il Sud Africa, il Sudest asiatico, il Giappone e gli Stati Uniti. Le crociere inoltre continuano a riscuotere successo tra gli italiani.

Il Presidente di ASTOI, **Pier Ezhaya**, ha espresso soddisfazione per i risultati del 2023 e ottimismo per il 2024: "Inflazione e crisi mediorientale potrebbero solo parzialmente indebolire le stime di tendenza ma, se non vi saranno ulteriori sviluppi negativi e al netto di questi due fattori, il turismo resta un settore in forte crescita e di questo non possiamo che essere soddisfatti".



PER GATTINONI STAND ISPIRATO AI SENSI E CONTEST PER LE ADV

Il Gruppo Gattinoni è in Bit allo stand B121 nel Padiglione 4 con una proposta espositiva caratterizzata da pannelli luminosi che esalteranno le destinazioni di viaggio, un grande monitor che proietterà video suggestivi, e tre postazioni sensoriali che coinvolgeranno i visitatori attraverso i sensi della vista, del tatto e dell'udito. Il gruppo presenta due nuovi cataloghi di viaggio: Mare Italia 2024 e Tour 2024. Mare Italia 2024 sarà disponibile a metà febbraio in agenzia e online, con una vasta selezione di strutture in regioni come Sardegna, Sicilia, Puglia, Calabria, Toscana, Basilicata, Ischia, Romagna, Veneto, Marche e Abruzzo. Una novità del 2024 è la selezione "La tua vacanza Best Choice", che offre resort con un ottimo rapporto qualità-prezzo e numerosi voli garantiti in alta stagione per le isole più ricercate.

Il catalogo Tour 2024 di Gattinoni Travel propone una gamma diversificata di viaggi a medio e lungo raggio, coprendo varie destinazioni in tutto il mondo. Si distinguono due linee di tour: Tour Experience, che offre viaggi esclusivi e personalizzati con guide locali, e Tour Explore, che fornisce itinerari completi con la presenza di un accompagnatore professionista dall'Italia.

Inoltre, il Gruppo Gattinoni mostra un impegno crescente per la sostenibilità, offrendo tour sostenibili in alcune destinazioni come il Vietnam, la Thailandia e l'Uzbekistan.

Infine, c'è anche un'interessante iniziativa per i visitatori dello stand, un concorso a premi che offre la possibilità di vincere Travel Card e set di trolley. Basta mettersi alla prova con prove basate sui sensi, indovinando destinazioni attraverso il tatto, l'udito e l'olfatto per partecipare all'estrazione finale.

TURISANDA1924 FESTEGGIA I 100 ANNI IN BIT

Il Gruppo Alpitour World celebra il centenario di Turisanda1924 in una serata speciale all'Allianz MICO il 5 febbraio, in collaborazione con due partner di prestigio: Welcome Travel Group e Saudi Tourism Authority, ospitando oltre 1500 partecipanti, tra Agenti di Viaggio, partner e fornitori.

Turisanda1924 ha una storia di cento anni dedicati a viaggi di esplorazione e connessione con il territorio e se stessi. Oggi è un marchio rivolto al segmento high spending, parte del Gruppo Alpitour World.

La serata avrà come principale obiettivo quello di sorprendere e trasmettere l'allure di magia e fascino che contraddistingue Turisanda1924. A partire dalla musica. Ci sarà Nick con la sua "Nightfly Orchestra" a intrattenere il pubblico presente con un repertorio musicale che spazia dallo swing al funky, dal modern jazz al soul.

Saranno poi le atmosfere oniriche e le esperienze interattive e coinvolgenti dei due digital illusionist Les French Twins a catturare e stupire il pubblico, con numeri di illusionismo che dialogano con interfacce touch, realtà aumentata e tecniche di intelligenza artificiale.

L'evento è su invito, ma sarà comunque possibile seguirlo attraverso le piattaforme social del brand.



GIOCO VIAGGI PRESENTA L'OFFERTA DI 12 COMPAGNIE DI CROCIERA

Gioco Viaggi porta alla BIT 2024 le 12 le compagnie di crociera commercializzate sul mercato italiano, molte delle quali in esclusiva: Cunard, Princess Cruises, Carnival, Holland America Line, Seabourn, Ponant, Windstar Cruises, Star Clippers, Quark Expeditions, Variety Cruises, Lüftner Cruises e Uniworld.

Il catalogo **CRUISE COLLECTION 2024/25** propone una selezione dei migliori itinerari delle compagnie in portfolio, tutte con caratteristiche uniche e distintive che soddisfano ogni gusto ed esigenza di chi ricerca il meglio da una crociera: itinerari esclusivi alla scoperta di Artide e Antartide, Alaska, Caraibi, Hawaii, Sudamerica, Seychelles, Asia, Giappone, Oceania e Sud Pacifico, ma anche in navigazione sui più suggestivi fiumi in Europa, nel Mediterraneo o incredibili Giri del Mondo e Traversate Atlantiche.

Gioco Viaggi porterà in fiera anche l'edizione aggiornata del folder **TOP REASONS** dedicato agli Agenti di Viaggio: una sorta di manuale, realizzato a supporto del catalogo Cruise Collection, con le caratteristiche di ogni compagnia rappresentata, le destinazioni e i plus che rendono ogni crociera un'esperienza unica. Un valido strumento per gli Agenti di Viaggio che potranno così indirizzare al meglio i propri clienti.

La Bit sarà anche occasione per il lancio di offerte speciali per la promozione di alcune destinazioni tra le quali Alaska e Mediterraneo di Cunard, Mediterraneo e Nord Europa di Holland, Artide di Quark Expeditions, Caraibi di Carnival, Polinesia di Windstar e Mediterraneo di Princess.

Oltre alle crociere che sono da sempre il core business di Gioco Viaggi, in fiera sarà presentata anche la programmazione tour operator con le nuove edizioni dei cataloghi **CORSICA COLLECTION** e **MONTAGNA COLLECTION** che, giunti alla 3° edizione, propongono contenuti ancora più ricchi per soggiorni, tour con accompagnatore ed esperienze per l'estate 2024.



I4T DEBUTTA ALLA BIT

Prodotto, formazione e consulenza: il debutto di I4T nei padiglioni della BIT è interamente dedicato agli agenti di viaggio. Il 2024 si è aperto con il rinnovo di tutti i contratti con i network, compreso Welcome Travel Group, di cui I4T è diventato il fornitore di riferimento per le coperture assicurative Medico Bagaglio Annullamento rivolte ai passeggeri.

Christian Garrone, responsabile intermediazione assicurativa I4T, dichiara: “In BIT presentiamo un prodotto più performante, sviluppato per ottimizzare le coperture in funzione delle esigenze dei nostri clienti. Parallelamente, puntiamo sul servizio: con I4Assessment, ad esempio, offriamo ad ogni agenzia un’analisi personalizzata del suo modello di business, evidenziando le sue specifiche esigenze assicurative. Si tratta di un aspetto spesso sottovalutato: molte agenzie, ad esempio, si avvalgono di polizze RC con massimali troppo bassi, altre utilizzano ancora polizze che escludono il rischio volo”.

Nel corso della 3 giorni di BIT saranno presentati anche i nuovi Area Manager che entrano nel team commerciale: Pierluigi Picilli per l’area di Milano e Gabriele de Stefano per la Puglia e la Basilicata. Con gli ultimi ingressi, la rete è ora composta da 14 addetti, coordinati dal direttore di rete Ilaria Bortolato, che risponde al direttore commerciale travel Giovanni Giussani.

I4T ha chiuso il 2023 superando i 50 milioni di euro di premi intermediati. La crescita dei volumi si accompagna ad una costante attenzione alla qualità delle prestazioni erogate: dalla consulenza professionale della società S4T agli ottimi risultati dell’ufficio Customer Experience, che nel 2023 ha affiancato gli agenti di viaggio nella gestione di più di 15.000 sinistri con le diverse Compagnie, registrando un tasso di soddisfazione senza precedenti.

IDEE PER VIAGGIARE PRESENTE IDEEMIX

IDEE PER VIAGGIARE partecipa a BIT all'interno del grande spazio ASTOI nel Padiglione 4: il tour operator sarà presente con responsabili commerciali e di prodotto. La programmazione sottolineerà in particolare l'ultima novità, IdeeMix, la proposta più innovativa per i viaggiatori curiosi e per coloro che sognano un viaggio di nozze diverso. Qualche esempio di combinazioni che sorprenderanno le agenzie: Perù & Polinesia, Islanda & St Martin, Baviera & Mauritius, o ancora un bel giro della Spagna per poi volare nella Repubblica Dominicana.

Inoltre, all'interno dello stand dell'Ufficio Nazionale Turismo Cinese, Padiglione 4 Stand D35-D42, l'operatore sarà presente per tutti e tre i giorni con il marchio CHINASIA by IDEE PER VIAGGIARE, nato l'estate scorsa con l'acquisto del marchio Chinasia. Laura Grassi, CoFondatrice di Chinasia e con 35 anni di esperienza monoprodotto sulla Cina, sarà la rappresentante dell'azienda per i vari interlocutori.

IDEE PER VIAGGIARE ha iniziato a proporre la Cina alle agenzie dal settembre 2023 ricevendo già dall'esordio una risposta positiva e incoraggiante. La Cina è sempre più attraente, e la possibilità di non richiedere il visto per permanenze fino a 14 giorni è un'ulteriore spinta alla prenotazione di tour.

SPACE HOTELS TORNA A RIMINI

Anche il Gruppo Space Hotels, uno dei principali player dell'industria alberghiera italiana, sarà al TTG Travel Experience di Rimini (Pad.A5 Stand 530) dal 10 al 13 ottobre 2023. Con più di 49 anni d'esperienza, Space Hotels ha portfolio di 50 strutture indipendenti in 30 destinazioni business e leisure italiane. Space Hotels ha vissuto un anno positivo nel periodo gennaio-agosto 2023, con un notevole aumento del 40% sul fatturato complessivo.

Durante l'anno, numerose città italiane hanno sperimentato un notevole incremento nelle prenotazioni presso le strutture di Space Hotels. Catania si è distinta con un significativo aumento del 111%, seguita da Verona al 104% e Milano all'88%. Dati positivi che dimostrano quanto siano sempre attraenti le destinazioni italiane e quanto sia alta la capacità di Space Hotels di offrire un servizio impeccabile nelle strutture affiliate distribuite lungo tutto il Paese.

Oltre al successo nazionale, Space Hotels sta attirando un pubblico internazionale sempre più ampio: gli Stati Uniti hanno registrato un aumento del 61% tra gli arrivi internazionali, seguiti dal Regno Unito con un incremento del 29%.

Durante il 2023 si sono registrati inoltre anche due nuovi ingressi nel gruppo: il Borghese Contemporary Hotel a Roma e il Relais Chiaramonte a Ragusa.



BWH ALLA BIT COME SOCIETA' BENEFIT

BWH Hotels Italia & Malta, primo gruppo alberghiero italiano e da sempre cooperativa di albergatori, diventa Società Benefit. La nuova denominazione sociale è: "BWH Hotels Italia S.C.p.A. – Società Benefit" con cui sarà alla Bit al padiglione 4, stand C15.

Si tratta del risultato di un percorso condiviso con i soci albergatori che arriva dopo 15 anni di impegno consapevole e attento nei confronti dell'ambiente, delle persone e delle comunità in tutte le aree in cui l'azienda opera.

La scelta di diventare Società Benefit consolida il posizionamento di BWH Hotels Italia & Malta nei confronti di stakeholder, imprenditori alberghieri, partner e clienti ed è la corretta espressione di una leadership responsabile che va ben oltre gli aspetti economici di breve periodo e considera il benessere delle persone e la tutela dell'ambiente nel tempo.

“Questa trasformazione rende esplicito e inequivocabile il nostro orientamento e la consapevolezza della responsabilità che abbiamo come brand” dichiara Sara Digiesi, Chief Executive Officer. “Essere Società Benefit sottolinea il senso civico che accompagna il nostro agire e raccorda i nostri Soci intorno a un impegno comune che, oltre i confini dell'azienda, genera impatti positivi sulle persone, sull'ambiente e sulle comunità.”

La tipologia “Società Benefit” è stata introdotta nell'ordinamento italiano con la legge 28 dicembre 2015 n. 208 secondo la quale si tratta di una società che affianca allo scopo di lucro «una o più finalità di beneficio comune». Attualmente in Italia sono circa 2.600 le società benefit.

Attraverso la costituzione di un comitato interno responsabile del perseguimento del beneficio comune e la maggior concentrazione degli organi istituzionali, di tutti i Soci albergatori e dello staff questa nuova impostazione eleva ulteriormente l'attenzione e l'impegno sui temi ESG.



SPACE HOTELS CELEBRA I 50 ANNI DI ATTIVITA'

Fondata nel febbraio del 1974 da un gruppo visionario di albergatori italiani, Space Hotels ha rivoluzionato l'esperienza di viaggio introducendo un innovativo centro di prenotazioni. Oggi, a distanza di cinque decenni, Space Hotels è sinonimo di eccellenza nel settore.

Il 2023 è stato un anno di sensibile crescita per il Gruppo Space Hotels, contraddistinto da un notevole successo che ha visto un sorprendente incremento del 36,5% rispetto all'anno precedente. Un risultato eccezionale che conferma la solidità e la vitalità del gruppo nel mercato globale dell'ospitalità.

I paesi chiave che hanno contribuito in modo significativo a questo successo includono non solo l'Italia, da sempre il principale mercato, ma anche Stati Uniti, Germania, Francia, Regno Unito e la Spagna. Nel panorama delle destinazioni italiane Roma, Milano e Torino si ergono come mete irresistibili per gli individuali in cerca di un'esperienza unica.

Per quanto riguarda gli eventi MICE, Roma continua a dominare la scena, confermandosi al primo posto come location privilegiata. La città eterna offre un connubio perfetto tra storia millenaria e strutture moderne, creando l'ambiente ideale per incontri aziendali di successo e eventi d'alto livello.

Nel corso del 2023 infine, il Gruppo ha ampliato la sua rete affiliando due nuovi gioielli dell'ospitalità: a Roma, Borghese Contemporary Hotel e a Ragusa, Relais Chiaramonte

La Bit di Milano sarà così un momento importante per celebrare i 50 anni di attività del gruppo e per incontrare allo Stand C110 nel Padiglione 3 i maggiori rappresentanti di Space Hotels: il Presidente Franco Coppini, il Direttore Generale Lidia Rescigno, il Direttore Marketing Daniela Passeri e il Vice Presidente Luigi Neri

GECO E AUTENTICO VILLA GUARDANO ALL'EXTRA

GeCo riconferma la propria presenza in fiera affiancando al network alberghiero GECO HOTELS® - Chosen By Travellers, la nuova sfida GECO VACATION RENTALS, un ampliamento della propria attività nell'ambito delle strutture extra alberghiere, grazie al know-how e all'esperienza del suo fondatore maturata in importanti realtà turistiche.

Il Gruppo GeCo al Pad. 3 – stand B48 metterà a disposizione le proprie competenze presentando le migliori proposte per affitti di ville, case vacanze e appartamenti contenute nell'offerta GECO VACATION RENTALS e AUTENTICO VILLAS. L'expertise di Marco Fabbroni e del suo team, ha dato vita ad un network che ha rivoluzionato il mercato degli affitti per vacanze con più di 600 strutture sul territorio nazionale che hanno sposato la filosofia di GeCo.

L'offerta contempla circa 500 strutture che fanno capo a GECO VACATION RENTALS e una selezione di 100 ville extra lusso e tenute di pregio che rispondono alle esigenze di una clientela top alla ricerca del massimo comfort, parte della collezione AUTENTICO VILLAS.

L'idea è stata quella di unire le esperienze pluriennali dei due partners, leaders nei rispettivi segmenti di mercato, per dar vita insieme ad una collezione di ville e appartamenti, con l'obiettivo di crescere ancora e farsi riconoscere dal mercato alberghiero ed extra alberghiero.

SU GOLOGONE RIAPRE A MARZO

Il BIT con la Regione Sardegna c'è anche il Su Gologone, un hotel-icona situato nel cuore del Supramonte in Sardegna, aprirà la stagione 2024 il 28 marzo. Questo luogo magico offre una varietà di esperienze uniche ai suoi ospiti, tra cui la nuova suite Art Studio, progettata per stimolare la creatività degli ospiti attraverso la pittura.

SOS NIDOS, ispirato a un vero nido, offre uno spazio autentico per rilassarsi e godersi panorami mozzafiato sulla Barbagia.

Il ristorante dell'hotel presenta il "menu dei Centenari", che celebra la tradizione gastronomica della Barbagia con piatti come salumi locali, formaggi con ricotta di capra, verdure selvatiche e piatti tipici sardi.

La proprietaria dell'hotel, Giovanna Palimodde, è una collezionista d'arte e artista, e offre una serie di esperienze culturali e artistiche, tra cui lezioni di ceramica, corsi di ricamo sardo e la possibilità di scoprire la collezione di arte moderna e contemporanea sarda dell'hotel.

Le Botteghe Su Gologone, gestite da Giovanna Palimodde, offrono una varietà di opere d'arte fatte a mano, tra cui cuscini, arazzi, servizi di piatti e altro, rappresentando un angolo di creatività e colori.



DELPHINA PROPONE I 5 STELLE IN LIBERTA'

Delphina Hotels & Resorts sta potenziando la sua offerta di hotel a cinque stelle con diverse iniziative. Queste includono l'arricchimento dell'offerta per famiglie all'Hotel Marinedda a Isola Rossa, la ristrutturazione delle Junior Suite Cardinal all'Hotel Capo d'Orso e il lancio di una nuova villa con piscina privata a Isola Rossa. Questo piano, chiamato "5 stelle in libertà 2024", sarà presentato alla BIT di Milano.

L'Hotel Marinedda sta investendo per ampliare gli spazi e i servizi dedicati alle famiglie con bambini, tra cui una nuova Area Family e servizi come piscine, giochi e attività sportive per i più piccoli. Inoltre, il servizio Miniclub sarà disponibile 12 ore al giorno, 7 giorni su 7, e il servizio Junior Club offrirà varie attività sportive.

L'Hotel Capo d'Orso, a Palau, sta subendo ristrutturazioni per migliorare l'offerta luxury, compresa la completa ristrutturazione delle Junior Suite Cardinal Vista Mare. L'hotel offre anche una palestra panoramica rinnovata e un simulatore di golf virtuale. Inoltre, la collezione di ville dell'Hotel Torreruja a Isola Rossa si è arricchita con la Villa Lentischio, che offre ampi spazi, una piscina privata con vista sul Golfo dell'Asinara e arredi moderni. Gli ospiti possono usufruire dei servizi dell'hotel, inclusi il Centro Thalasso & SPA e ristoranti.

Delphina Hotels & Resorts festeggerà anche i premi internazionali ricevuti alla BIT di Milano, tra cui i Reader's Choice Awards 2023 di Condé Nast Traveler.

MALTA RITORNA IN FIERA CON STILE

Dopo molti anni VisitMalta sarà presente a Milano alla Borsa Italiana del Turismo presentandosi. Malta, Gozo e Comino nel 2023 hanno segnato i record assoluti di arrivi dall'Italia che si attesta ancora in cima alla classifica dei mercati che generano il maggior flusso turistico per la destinazione, con 524.485 arrivi registrati da gennaio a novembre 2023, con un incremento, per lo stesso periodo, del 39,5% rispetto al 2022. Un periodo da ricordare anche per i dati relativi alla permanenza media (+27,9%) e la spesa dei turisti (+36,7%). Più nel dettaglio il solo mese di novembre ha registrato un +17% di arrivi di italiani, un +6,3% del numero di notti trascorse sulle isole e un +3,2%, consolidando la forza della destinazione anche nelle shoulder season.

La partecipazione a BIT 2024 avvala quindi l'importanza che l'ente sta dando al Nord Italia, un'occasione per incontrare sia il consumatore finale che gli operatori del settore, e che va a sommarsi alle numerose azioni di advertising in corso, soprattutto nel capoluogo lombardo.

Proprio uno dei mezzi metropolitani transitanti sulla linea M5 lilla – quella che conduce alla sede BIT – è al momento completamente brandizzato con la campagna promozionale invernale di VisitMalta. Sul fronte investimenti rivolti al trade, l'ente sta dando ampio spazio alle occasioni di conoscenza del territorio, organizzando numerosi fam trip per gli operatori al fine di far scoprire la destinazione,



LE NOVITA' DELLA SARDEGNA

La Sardegna parteciperà alla BIT 2024, la Borsa Internazionale del Turismo a Milano dal 4 al 6 febbraio. Il loro stand, situato nel Padiglione 3, stand C109, copre oltre 1000 metri quadrati e presenta 60 co-espositori, offrendo ai visitatori un'immersione nell'anima autentica dell'isola attraverso elementi attentamente selezionati.

Quest'anno, con la candidatura delle Domus de Janas, tombe prenuragiche scavate nella roccia, per l'inclusione nella Lista del Patrimonio Mondiale dell'Unesco, la partecipazione della Sardegna alla BIT assume un significato speciale.

Lo stand sarà allestito con materiali naturali, colori caldi, oggetti tradizionali e piante aromatiche, offrendo una rappresentazione dei colori della macchia mediterranea sarda e creando un'esperienza sensoriale.

Saranno presenti degustazioni per raccontare le sub regioni meno conosciute dell'isola attraverso la combinazione di territorio, vino e prodotti locali. Queste degustazioni saranno un modo per esplorare i sapori autentici della Sardegna, accompagnati da vini che riflettono la diversità del terroir dell'isola.

Inoltre, ci saranno tre degustazioni di gin tonic preparate da barman professionisti con distillati prodotti in Sardegna. BIT 2024 ospiterà anche per la prima volta la partecipazione di Girotonno, una rassegna gastronomica e turistica internazionale che racconterà la qualità del tonno rosso, la storia delle tonnare e le bellezze di Carloforte, nell'Isola di San Pietro. Un incontro dedicato a operatori turistici e al pubblico si svolgerà presso lo stand della Sardegna durante la fiera.

TOKYO VUOLE DESTAGIONALIZZARE

La città di Tokyo sarà in Bit all'interno dello stand "Tokyo Tourism Representative, Italy Office," la rappresentanza dell'ente del turismo di Tokyo avrà l'opportunità di incontrare operatori del settore e viaggiatori interessati a scoprire l'ampia offerta turistica della capitale giapponese, con un focus speciale sulla stagione invernale.

Tokyo è una destinazione ideale per tutto l'anno, compresa la stagione invernale, caratterizzata da un clima relativamente mite. Questo periodo dell'anno è ancora poco conosciuto al turismo di massa ma offre numerose attività che diventano ancora più piacevoli con il freddo, come i bagni caldi nei sento (bagni pubblici) e i tornei di sumo. Durante l'inverno, le principali attrazioni di Tokyo, come il tempio Sensoji e il santuario Meiji Jingu, sono meno affollate, e le temperature moderate e le scarse precipitazioni consentono di godersi appieno le attività all'aperto, esplorare i quartieri, ammirare lo skyline dai grattacieli e visitare musei e gallerie d'arte.

Inoltre, Tokyo vanta una straordinaria scena culinaria con oltre 183 ristoranti stellati, confermandosi come la capitale mondiale gourmet per il diciassettesimo anno consecutivo, offrendo una varietà di opzioni gastronomiche uniche al mondo.

Gli interessati potranno visitare lo stand "Tokyo Tourism Representative, Italy Office" nel Padiglione 4, Stand E49.



LA GIORDANIA NON SI FERMA

La Giordania è alla Bit con il direttore generale del Jordan Tourism Board, Dr. Adel al Razzaq Al Arabiyat, il direttore marketing Ahmad Hmoud e la regional manager Italia, Hala al Khashman. Il doppio stand Giordania, che si estende su 325 mq (padiglione 4, E19-F32/E35-F42), ospiterà, inoltre, Marco Biazzetti, country manager, Nadia Pasqual, media relations & PR per il mercato italiano, e ventisei operatori giordani. Questa presenza in forze dimostra l'importanza che il mercato italiano riveste per la Giordania, che nel 2023 ha accolto 127.610 connazionali, con un incremento del 42% sul 2019, l'anno migliore pre-Covid, quando gli arrivi erano stati 89.542. Un dato record, nonostante le sfide poste dal conflitto israelo-palestinese in corso dal 7 ottobre che ha determinato un forte rallentamento negli ultimi due mesi del 2023.

Durante la manifestazione, saranno presentate alla stampa le attività promozionali e i progetti per il 2024, con l'obiettivo di confermare al pubblico la situazione pacifica nel Paese, ribadendo il concetto di "business as usual". Inoltre, sono previsti incontri con il trade per promuovere la sinergia tra il Jordan Tourism Board e i tour operator italiani specializzati sulla destinazione, oltre a rafforzare la collaborazione con gli operatori che hanno recentemente iniziato a programmare viaggi in Giordania. L'obiettivo principale è sostenere gli operatori italiani in un momento di rallentamento delle prenotazioni, offrendo incentivi e attività promozionali, anche attraverso il co-branding, e sviluppando programmi mirati per diversi tipi di viaggiatori.

Il Regno Hashemita sta investendo da tempo sull'offerta di turismo attivo e sportivo, in particolare per cicloturisti ed escursionisti, lungo l'asse del Jordan Trail e del Jordan Bike Trail, un percorso che si snoda per circa 700 km dal nord alla località balneare di Aqaba. Altri segmenti nei quali il governo giordano sta investendo sono quelli del turismo religioso, essendo la Giordania parte della Terra Santa con cinque luoghi santi riconosciuti dal Vaticano, del turismo naturalistico, in particolare nelle aree protette e nei parchi nazionali, e del benessere, con spa di prim'ordine presenti nell'area del Mar Morto e di Aqaba.



UNA SICILIA OLTRE LE ATTESE

Nel 2023, la Sicilia è stata una protagonista indiscussa nel panorama turistico italiano, con un totale di 15 milioni di arrivi nazionali e internazionali. Questo successo è stato in gran parte dovuto al ritorno del turismo internazionale, che ha contribuito a posizionare la Sicilia come la regina delle mete turistiche italiane per l'anno scorso.

La Sicilia partecipa alla BIT 2024 con uno stand di grande impatto visivo ed emotivo, che copre 1015 mq ed è caratterizzato da grandi ledwall e superfici a specchio. Lo stand ospita 62 postazioni di lavoro, occupate da 31 agenzie e tour operator, 29 strutture ricettive e 2 ristoranti.

L'importanza dell'evento fieristico milanese per la promozione turistica della Sicilia sarà sottolineata durante una conferenza stampa il 5 febbraio, con la presenza del Presidente della Regione Siciliana, Renato Schifani, e dell'Assessore al Turismo, Sport e Spettacolo, Elvira Amata. Durante la conferenza, saranno presentati i risultati del 2023 in termini di arrivi e pernottamenti, così come i nuovi obiettivi per incentivare l'allungamento dell'alta stagione e attirare nuovi target di turisti.

La diversificazione dell'offerta, l'attenzione alla sostenibilità, lo sviluppo del cineturismo, del turismo esperienziale e dello slow tourism sono alcune delle strategie che la Sicilia adotterà per promuovere il turismo nel 2024. In particolare, il turismo delle radici, che si basa sul legame tra gli italiani all'estero e i luoghi delle loro origini, rappresenta un segmento con un enorme potenziale.

La cultura giocherà un ruolo importante, con la Sicilia che ospita sette siti Patrimonio Unesco e una serie di eventi culturali e artistici, come il TaoBuk di Taormina, il Sicilia Jazz Festival e il Taormina Film Festival. La Sicilia punta anche a promuovere il turismo delle ceramiche siciliane e dei borghi più belli d'Italia in Sicilia.

Inoltre, durante la BIT 2024, verrà annunciata la riapertura del Castello Arabo-Normanno di Taormina, noto come Castello di Monte Tauro o Castello Saraceno, che si trova su una roccia a 397 metri di altezza e offre panorami mozzafiato sulla regione.

DESTINATION VERONA GARDA PUNTA AL MICE

Destination Verona Garda parteciperà alla BIT 2024 all'interno dello stand della Regione Veneto, con una serie di importanti iniziative il 5 febbraio. Durante una conferenza, verranno illustrate le attività promozionali della Regione Veneto, con un focus sul piano "Veneto in Action" che mira a sfruttare l'effetto moltiplicatore generato dai Giochi Olimpici e Paralimpici Milano-Cortina 2026. Sarà evidenziata la sinergia tra Destination Verona Garda e Dolomiti Bellunesi in questo progetto.

I direttori di Destination Verona & Garda Foundation e Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi illustreranno le opportunità create dall'evento olimpico in termini di prodotto, digitalizzazione e promozione.

La conferenza stampa successiva presenterà le iniziative del Venice Region Convention Bureau Network, una rete di 7 convention bureau veneti. Destination Verona Garda rappresenterà il territorio veronese all'interno di questa rete e presenterà l'evento "Next Stop Veneto 2023 – Verona 2023", che celebra il centenario dell'Arena di Verona e offre un'esperienza esclusiva "THE BACKSTAGE". Sarà anche presentato un nuovo video regionale dedicato alla Meeting Industry veneta e un video sul Wedding, con immagini di Verona come location ideale per matrimoni.

BARBADOS LANCIA FEELS LIKE SUMMER

Dopo aver preso parte a TTG a Rimini, Barbados partecipa anche alla BIT, proseguendo così il suo percorso di promozione e valorizzazione della destinazione incontrando la stampa e gli operatori di settore che desiderano approfondire la conoscenza di questo angolo di paradiso dei Caraibi.

Barbados Tourism è al Padiglione 4, Stand E60, dove ogni dettaglio è pensato per celebrare l'autentica essenza della cultura barbadiana.

I tre giorni di fiera saranno fondamentali per Barbados per distinguersi e illustrare le infinite possibilità che offre questa isola: le spiagge paradisiache permettono ai turisti di rilassarsi, i panorami di rara bellezza offrono la possibilità agli amanti della natura di trascorrere giornate intere all'aria aperta, la sua cultura vibrante e coinvolgente permette di conoscerne la storia mentre l'eccezionale tradizione gastronomica fanno di Barbados un'isola da scoprire anche a tavola con tutti i sensi.

Per promuovere il turismo e la conoscenza di questa isola caraibica, BTMI nelle scorse settimane ha lanciato in diversi mercati "Feels Like Summer", una nuova campagna che invita i viaggiatori a scoprire le diverse sfaccettature di Barbados usufruendo di "crediti digitali" esclusivi del valore di circa € 180,00 che permettono di rendere la fuga a Barbados ancora più indimenticabile.



LA PUGLIA PRONTA A PROMUOVERSI IN FIERA

Con uno stand da 360 mq, 45 postazioni con 60 operatori anche aggregati e 10 B2B al giorno la Puglia è pronta per un nuovo passo in avanti della strategia turistica che sarà presentata nell'edizione 2024 della BIT di Milano. Turismo e transversalità, con obiettivi che l'Assessorato regionale al Turismo vuole costruire con gli altri Assessorati le cui attività si intrecciano con l'accoglienza dei visitatori e con la qualità quotidiana della vita dei pugliesi. Turismo e innovazione, per una Puglia che guarda avanti.

Protagonisti gli oltre 100 Comuni di una regione impegnata in modo corale a destagionalizzare sempre di più i flussi turistici. L'offerta, ampia e variegata, di decine di Comuni e territori uniti nella proposta turistica verrà presentata no stop nelle conferenze stampa che si svolgeranno nello stand Puglia. Sarà un palcoscenico su tutti i prodotti, le attrattive, gli itinerari, gli spettacoli, le novità in ogni stagione delle sei province pugliesi nel quale, all'incirca ogni 20 minuti, il microfono passerà a nuovi protagonisti.

L'ampio spazio espositivo di 360 mq accoglierà le 45 postazioni per i 60 operatori (di cui alcuni aggregati) nei quali si svolgeranno ogni giorno mediamente 10 appuntamenti B2B al giorno per ogni singola postazione per un totale di oltre 1000 incontri business in tre giorni.

L'area Foodie sarà all'insegna di un viaggio emozionale tra i sapori della cultura enogastronomica pugliese, raccontata attraverso la Scuola di Cucina e le Mani in Pasta.

La Puglia che accoglie e guarda al futuro, con un sapere frutto di una cultura millenaria unito ad una moderna formazione, sarà al centro dell'attenzione nel corso della conferenza stampa istituzionale che si svolgerà a Milano, lunedì 5 febbraio ore 11. In particolare, durante la conferenza saranno presentate le performance turistiche della Puglia del 2023 e le strategie integrate per lo sviluppo della destinazione.