

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 69992328
press.bit@fieramilano.it

**Ufficio stampa trade e estero
Flaviana Facchini RP**
+ 39 339 6401271
flavianafacchini@gmail.com

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.7134
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

Ufficio stampa / Press office

**Cultura, lusso, qualità.
L'Italia che vogliono, i buyer internazionali
la cercano a BIT2021**

*La primavera 2021 diventa il momento per riprendere a comprare Italia.
A maggio BIT accoglierà in sicurezza buyer internazionali
che ricercano mare e montagna, città d'arte, relax e cultura.*

Milano, 14 dicembre 2020 – Quest'anno è cambiato il mondo. Anche quello del turismo: nuove tempistiche di programmazione, **un diverso time-to-market**. Ma **l'Italia** rimane sempre *top of mind* nei desiderata dei turisti di tutto il pianeta. **BitMilano** sta lavorando per un'edizione 2021 che, con le sue nuove date a fieramilanocity **dal 9 all'11 maggio**, valorizzerà ancora di più questo **"effetto Italia"** presentando **un'offerta innovativa**, in linea con le nuove richieste dei viaggiatori.

Ma in cosa consistono queste nuove richieste? Quali tendenze si stanno delineando in vista della nuova normalità? Innanzitutto un **nuovo concetto esperienziale di lusso** che guarda alla riscoperta di piccoli angoli nascosti, dei borghi, ricercando sistemazioni come i **boutique hotel** e **location di charme**, anche non alberghiere.

*"Lavoriamo con quasi tutte le regioni italiane e speriamo di trovare delle ville o appartamenti con piscina – afferma **Massimiliano Mostardi di Villa Rent Italy (UK)** –. Come nuove destinazioni ci piacerebbe approfondire la costa tirrenica e le isole. È ancora presto per fare delle previsioni, ma siamo certi che la tipologia di strutture che trattiamo sarà sempre più attrattiva".*

Un **lusso tailor-made**, insomma, che richiederà in futuro un'ancora più stretta collaborazione tra operatori italiani e buyer internazionali: *"Siamo un operatore specializzato in esperienze personalizzate di lusso esclusivamente in Italia – aggiunge **Juana Barbera Diago di Bambivva Travel (Spagna)** –. Per garantire l'elevatissima qualità del prodotto che offriamo ispezioniamo personalmente tutte le location che proponiamo e vogliamo tornare a farlo prima possibile per arricchire la nostra offerta di nuove proposte. Mi piacerebbe, infatti, che la selezione in corso portasse a una crescita dell'offerta luxury".*

Ora Rotenberg di Ora Italia Tours (Israele) si spinge addirittura a parlare di un **"nuovo rinascimento"**: *"In Italia 'novità' significa rinascere dall'antico. È la grande forza di questa destinazione di cui io sono quasi dipendente, in senso buono. Campagna, natura e antichi borghi, l'Italia eterna che tutti sogniamo, guideranno anche la ripresa".*



FIERA MILANO

MILANO
Bit
YOUR TRAVEL
EXHIBITION.

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 69992328
press.bit@fieramilano.it

**Ufficio stampa e PR
AT Comunicazione**

Barbara Robecchi
+39 347 7892234
Alessandra Agostini
+39 349 2544617
press.bit@fieramilano.it

Fiera Milano S.p.A.

+39 02.4997.7134
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

Continuano comunque a essere molto richieste le mete tradizionali come le città d'arte, dove si ha una gran voglia di tornare, ma in modi nuovi e affiancando anche la richiesta di maggiore **attenzione ai servizi** e di una crescita delle **tecnologie** e delle **competenze professionali**. *“Quello che mi manca sono soprattutto le emozioni: tornare a visitare i fornitori amici sullo sfondo di paesaggi meravigliosi – commenta **Irina Korabelnikova di Jet Travel (Russia)** –. Ciò che mi aspetto, invece, è trovare nuove tecnologie al servizio della sicurezza: dalla disinfezione alla gestione del distanziamento. L'emergenza ha cambiato le tempistiche di prenotazione e non vediamo l'ora di tornare a comprare i prodotti per l'estate, come mare e montagna, laghi, terme ed escursioni, come stiamo già facendo per altri mercati mediterranei ed extraeuropei”.*

Anche per **Natalia Divirs di Intourist** *“...prevediamo di ricevere più richieste per destinazioni già famose e conosciute nel nostro mercato. Per esempio, le destinazioni di mare o le città d'arte più note e più visitate, ma da vivere in modo nuovo, con sistemazioni diverse: per noi sono importanti principalmente la disponibilità, la posizione, e la location in punti strategici per i turisti: siamo sempre alla ricerca di nuove strutture con queste caratteristiche”.*

Tra le destinazioni che i buyer internazionali sperano di poter riacquistare presto ci sono infatti, soprattutto sui nuovi mercati, anche **le città d'arte**, come concorda **Zoran Gjorshevski di International Ana Tours (Macedonia)**: *“Il nostro è un mercato emergente e i viaggiatori sono molto interessati alle mete classiche. Ma per il 2021 intravediamo anche una richiesta di nuove destinazioni. Ci aspettiamo che gli operatori italiani rilancino con nuove offerte e che approfittino della riorganizzazione richiesta dalla nuova situazione per migliorare alcuni servizi”.*

Se i mercati emergenti rappresentano un'importante carta da giocare per la ripresa, quelli storici continueranno a contribuire in maniera importante ai volumi, rivolgendosi spesso a **clienti repeater che cercano destinazioni inconsuete**. *“Per la riapertura guardiamo soprattutto al Piemonte e alla Campania” – spiega **Guillaume Vaudey de Vaudrey di Cosmopolis (Francia)** –L'Italia è un paese molto diversificato, provincia per provincia, e noi trattiamo ogni destinazione in modo diverso. Se dovessi trovare un leitmotiv tra i viaggiatori, direi l'interesse per la cultura. In primavera riprenderemo le attività e punteremo su questo asset per tornare a crescere”.*

Nella prospettiva della nuova normalità non sarà da trascurare nemmeno il segmento MICE. Digitalizzazione crescente e sempre maggiore flessibilità delle location è quanto si aspettano dall'offerta italiana gli operatori internazionali di questo settore. *“I professionisti del nostro comparto hanno dimostrato grande resilienza – conclude **Gael De Clarens di The MICE Agency (Ungheria)** – e sono consapevoli che devono pianificare per un domani diverso. Il mercato MICE ripartirà dapprima dal livello nazionale e poi, gradualmente, con viaggi brevi verso i Paesi confinanti. Ci aspettiamo che anche l'Italia sia in grado di fornire prodotti di questo tipo”.*



FIERA MILANO

MILANO **Bit**
YOUR TRAVEL
EXHIBITION.

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 69992328
press.bit@fieramilano.it

Per i buyer internazionali, la prossima primavera si delinea come il momento migliore per riprendere ad acquistare la destinazione Italia. E, dal 9 all'11 maggio, BIT sarà pronta ad accoglierli in tutta sicurezza a fieramilanocity.

Per informazioni aggiornate: www.bit.fieramilano.it; @bitmilano

**Ufficio stampa e PR
AT Comunicazione**

Barbara Robecchi
+39 347 7892234
Alessandra Agostini
+39 349 2544617
press.bit@fieramilano.it

Fiera Milano S.p.A.

+39 02.4997.7134
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it