Milano al centro del mondo

Milano al centro del mondo. La BIT, Borsa Internazionale del Turismo, espone le nuove tendenze nel turismo

Milano si conferma ancora una volta capitale all’avanguardia nelle tendenze e nella lettura del futuro.

Ce lo conferma la BIT, Borsa Internazionale del Turismo, svolta nei padiglioni di Fiera Milano dal 12 al 14 febbraio.

Tutto il mondo era presente a Milano, **oltre 1.000 espositori italiani ed esteri, dalle regioni italiane ai paesi extraeuropei, da Israele a Giordania, dai Caraibi alla Namibia.**

milano bit 2023

La BIT dunque da Milano segna il rilancio a tutto campo del settore turistico e si conferma fondamentale per far conoscere a buyer altamente profilati da tutto il mondo le esperienze personalizzate di cui va alla ricerca il viaggiatore di oggi.

Con un palinsesto di **oltre 40 convegni di altissimo profilo,** con la partecipazione di università, istituzioni ed esperti di statura internazionale, del Ministro e della ceo Enit Ivana Jelinic, si sono definite importanti novità.

Inoltre è stato un pubblico sempre più giovane, internazionale, più qualificato e interessato al business quello che ha affollato le corsie della 43.ma edizione di BIT.

Una BIT da record, anche per gli operatori privati

Bit-Milano

Milano al centro del mondo

Accanto alle grandi realtà, a BIT anche quelle più piccole trovano una visibilità e risonanza internazionale che difficilmente potrebbero ottenere altrove, come ci spiega Valentina Colleselli di Meraki S.r.l., che coordina il progetto **Slow Flow Veneto Waterways Experience:** “La nostra rete di operatori esperienze ‘lente’ sui fiumi del Veneto e BIT 2023, con il suo forte focus sui nuovi turismi, si è rivelata lo scenario perfetto per far conoscere la nostra offerta”

BORGO-ANTICO-CA-CORNIANI-CAMPO-DELLE-PROCURATIVE

Sempre attenta ai cambiamenti, BIT valorizza sempre al massimo anche la propria mission di sistema di rappresentare il marketplace globale di riferimento per il prodotto Italia. Come hanno confermato **i rappresentanti delle regioni, dal Friuli Venezia Giulia al Veneto, dalle Marche al Molise.**

4-Verona-Arena@ph-Foto-Ennevi.j

L’edizione 2023 ha rappresentato una piattaforma di rilancio anche per molte destinazioni estere. “**Per la Giordania l’Italia è il principale mercato** – spiega Marco Biazzetti, Responsabile Mercato Italiano di Jordan Tourism Board – e per noi essere a BIT è fondamentale, soprattutto per la nuova strategia che vuole andare oltre gli itinerari classici per proporre viaggi avventura, benessere ed enogastronomia. Abbiamo ricevuto tantissime visite non solo di viaggiatori e buyer, anche non italiani, ma anche di giornalisti di media importanti”.

BIT_13_01

Milano al centro del mondo

Una piattaforma non solo per le destinazioni già affermate, ma anche per quelle “minori” o che da poco tempo si sono affacciate sui mercati turistici. **“Anguilla è una delle più belle isole dei Caraibi, ma non è tra le più note – racconta Tiziana Gennari, Anguilla Tourist Board Italia** –. Per noi è fondamentale essere a BIT per farci “scoprire” dai viaggiatori, ma spesso anche da buyer che non ci conoscono. direttamente a buyer e pubblico la bellezza dell’isola. Vengo a BIT da molti anni e l’affluenza di quest’anno è simile a quella delle edizioni più affollate che ricordo: siamo davvero molto soddisfatti”.

Si conferma il forte desiderio di vacanze all’aria aperta, attive ma senza eccessi, la ricerca di destinazioni meno note e di esperienze autentiche. E l’enogastronomia è un dato ormai acquisito che fa parte di pressoché tutte le esperienze di

viaggio.

Approfittando della progressiva – e molto attesa – riduzione delle restrizioni, il 2023 sarà inoltre l'anno del ritorno del lungo raggio: sia alla ricerca di nuove destinazioni, in particolare in Africa e Medio Oriente, sia verso le mete classiche dell'Oceano Indiano o dei Caraibi.

Abruzzo, Veneto e Calabria svelano una BIT tutta verde

Di Vittoria Fellin

Le novità in tema di turismo? Hanno un "colore" comune, il verde. Sono infatti le vacanze e le proposte di soggiorno "green" che hanno fatto la parte del leone **all'edizione 2020 della BIT**, la **Borsa Italiana del Turismo** che si è appena conclusa a Milano. Vediamo le più interessanti.

Abruzzo: esperienze per i weekend pasquali

Punta a un turismo esperienziale e green la Regione Abruzzo con **Abruzzo Bike Friendly**, una rete regionale che intende innalzare il livello qualitativo dell'offerta rivolta sia allo sportivo appassionato di bicicletta che all'escursionista che predilige una mobilità più dolce per visitare e scoprire il territorio.

Alla rete aderiscono **strutture ricettive,** stabilimenti balneari, ristoratori e fornitori di servizi complementari (negozi specializzati di biciclette, noleggi e bike center, scuole bike, servizi di trasporto, bici taxi, agenzie viaggi e tour operator) che potranno fregiarsi del marchio "**Active and Sustainable Tourism**".

La Regione ha fortemente investito sul sistema delle **piste ciclabili** (84 milioni di euro negli ultimi 6 anni), a partire

dalla Bike to Coast, la pista che percorre i 130 km della costa abruzzese e che ha un suo punto di eccellenza nel tratto della **Costa dei Trabocchi**, creata lungo l'ex tracciato ferroviario e interamente affacciata sul mare. In questo tratto di **Bike Coast** tra l'altro le vecchie stazioni ferroviarie, da **Francavilla al Mare a Vasto-San Salvo**, sono diventate hub intermodali (treno-bus-bici e parcheggi di scambio).

Interessante anche l'offerta turistica pensata in occasione della **Settimana Santa.** Per la prima volta la Regione si presenta con una proposta integrata di **turismo esperienziale** e di scoperta, fortemente connotata sui temi dell'autenticità, delle tradizioni e degli elementi culturali che identificano in maniera unica il territorio abruzzese.

Intorno a una serie di eventi di valore nazionale ed internazionale – **la Via Crucis del Venerdì Santo a Chieti,** la più antica d'Italia, o "**La Madonna che scappa**" che si tiene la Domenica di Pasqua a **Sulmona** solo per citare i più conosciuti – sarà possibile conoscere lo straordinario patrimonio culturale e religioso della regione.

Veneto: tra innovazione e progetti di rete

Il Veneto si è presentato in grande forma per la **40esima edizione di BIT** a Milano dove, tra le tante novità**, è stata presentata la nuova app in modalità "Open Data".** Al suo interno tutti i sentieri della regione, dai percorsi a piedi a quelli a cavallo, dalla bicicletta a quelli sulla neve con le ciaspole.

Il suo nome è **“Veneto Outdoor”,** ed è già disponibile per essere scaricata dai dispositivi IOS e Android. La app è l’ultima novità in materia di promozione turistica del Veneto, una regione che mira sempre più a un posizionamento nelle fasce alte delle classifiche “green”. L’ obiettivo è di mettere a sistema la miriade di itinerari già esistenti su tutto il territorio regionale (in tutto circa 400), ma che spesso non sono conosciuti, se non a livello locale.

Grazie alla **tecnologia Open Data** tutti i soggetti istituzionali (Comuni, enti di promozione turistica territoriale) potranno alimentare il database iniziale, inserendo gli itinerari presenti nei propri territori, non prima però che un apposito comitato abbia espresso il proprio parere favorevole in merito alla sicurezza e all'adeguatezza dei sentieri proposti.

Allo stand della Regione Veneto presentato anche **Venice Sands**, il progetto che riunisce tutte le **spiagge della costa veneta** in un'iniziativa di promozione condivisa, realtà turistico balneari capaci di far registrare 25 milioni di presenze turistiche all'anno.

Il progetto, unico in Italia, è nato nel 2017 dalla collaborazione tra i tre Consorzi di imprese turistiche riconosciuti dalla Regione Veneto. Oggi il network vanta ben **8 Comuni, 10 spiagge, 150 chilometri di costa**, una realtà che da sola rappresenta quasi il 50% delle presenze turistiche dell’intera regione.

Tra gli aderenti anche **Caorle**, splendido borgo dalla forte identità marinara e meta gourmet (il progetto **Gusta Caorle**

riassume al meglio itinerari enogastronomici, ristoranti e manifestazioni a tema) da tenere d'occhio come destinazione 2020.

Calabria: cultura e natura per conquistare il turismo

È una Calabria in crescita, dalle importanti potenzialità turistiche quella che emerge nei giorni della manifestazione fieristica milanese. La destinazione territoriale punta alla **diversificazione dell'offerta turistica**, quale strategia di penetrazione sui mercati, soprattutto esteri. La Calabria possiede ottime possibilità per destagionalizzare, grazie a territori selvaggi e incontaminati, città "minori" ricche di storia e cultura e borghi antichi e tradizionali.

Un caso di successo per la pianificazione strategica del settore turistico è stata la città di **Cosenza,** che negli ultimi anni è riuscita ad affermarsi come destinazione turistica puntando sull'offerta **artistico-culturale ed enogastronomica**. La città, dall'anima prevalentemente commerciale, ha saputo ritagliarsi un mercato turistico legato

all’arte grazie a risorse quali il **MAB – Museo all’aperto Bilotti**, la **Cattedrale, patrimonio Unesco** e i numerosi musei cittadini.

Annunciata, proprio in occasione di Bit 2020, l’arrivo in tutte le librerie d’Italia della **guida del National Geographic** sulla città di Cosenza. “Nella pubblicazione”, ha evidenziato Rosaria Succurro, Assessore al turismo e marketing territoriale del Comune di Cosenza, “sono descritte le eccellenze della città, da quelle storiche, artistiche e culturali a quelle enogastronomiche.

È tempo di turismo anche per i **borghi calabresi**, cuore del territorio e delle tradizioni di questa terra dal grande potenziale attrattivo per il turismo esperienziale. La **gastronomia calabrese**, altro fiore all'occhiello del turismo, è stata ben rappresentata dallagiovane chef stellata **Caterina Ceraudo** del ristorante **Dattilo di Strongoli**, che nel corso di Bit ha curato una serie di speciali showcooking.