

Bit, un successo lombardo

Boom di visitatori. Turismo, il digitale guida l'innovazione

Paolo Galliani
MILANO

TEMPO DI BILANCIO per la Bit, il salone storico del turismo, che si è chiuso ieri dopo tre giorni di manifestazione in Fiera e che sembra avere superato definitivamente la fase di transizione ed essere approdato alle nuove frontiere del leisure.

E se i consuntivi spesso non dicono tutto, in questo caso per la Borsa Italiana del Turismo sembrano abbondare in loquacità: 46mila visitatori, 2.550 giornalisti e travel blogger accreditati, 1.500 top buyer italiani ed esteri, 15mila incontri conclusi e un tasso di conversione (dalle parole ai fatti) salito al 43% contro il 29% dell'edizione 2017. Normale che ieri l'ad di Fiera Milano Spa parlasse di una «Bit torna-

ta ad essere una piattaforma di relazione irrinunciabile per gli operatori».

MA LA BIT È STATA anche una grande vetrina per la Lombardia, che è parsa marcare più del solito, anche fisicamente (oltre 700 mq nell'Area Leisure Italia), il proprio peso specifico e portare al Salone alcune chicche assolute. Tra le tante, il turismo religioso col progetto «Lo splendore del Vero» e l'annata speciale (il 2018) della Franciacorta, che saluta la novità di una tappa del prossimo Giro d'Italia, il 23 maggio. Interessante anche l'accordo tra Lombardia e Puglia per una promozione integrata del turismo, intesa già materializzata con la proposta di promuovere un premio per giovani chef promettenti in memoria di Gualtiero Marchesi. Il Pirellone ha confermato anche il finanziamento di 18 progetti per promuovere

l'offerta gastronomica. E, notizia-clou, ha annunciato il lancio di **#inLombardia Pass**, la prima app gratuita di gamification e promozione turistica già disponibile sugli store iOS e Google Play ed un importante aggiornamento del sito di promozione turistica in-lombardia.it, per ora lanciato in beta, con un sottostante ecosistema digitale che mette in rete tutta la filiera del turismo lombardo.

NEWS ILLUMINANTI dentro una Bit che ha macinato grandi numeri. Come quelli sull'impatto social: positivo il cosiddetto sentiment mentre #Bit2018 è risultato nei trending topic di Twitter nei 3 giorni di manifestazione, con un reach di oltre 2 milioni e 313mila persone e 39milioni e 500mila impression dell'hashtag sui social. Della serie: addio depliant, è tutto un altro mondo!

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Una manifestazione sempre più attrattiva

La Bit è tornata ad essere un appuntamento clou per gli operatori del settore. Lo dicono i 46mila visitatori, i 2.550 giornalisti e travel blogger accreditati, i 1.500 top buyer italiani ed esteri ed i 15mila incontri conclusi.

