

Alla Borsa del turismo (in fase toro) Ora l'Italia studia per gestire il boom

Corrono già le adesioni alla 44esima edizione della Bit, in programma a febbraio. Focus pure sull'«over tourism»

di **Paolo Galliani**
MILANO

È sempre stato un sismografo della desiderabilità dell'Italia nel ranking delle mete preferite dai turisti di mezzo mondo. La Bit lo sarà anche stavolta, come sempre e più di sempre, non foss'altro che per la consapevolezza che il Belpaese ha acquisito come destinazione amatissima dai viaggiatori e per la recuperata vocazione della Borsa internazionale del turismo di Milano come hub sia del business che del *leisure* dopo gli anni di stanca, nella fase di transizione dalla vecchia e classica fiera a nuova piattaforma del travel.

Appuntamento a inizio febbraio 2024 all'Allianz-Mico, con un'edizione che si annuncia «speciale», tenendo conto delle tante adesioni già confermate e anticipate, ieri, dal direttore Paolo Pizzocarò; ma anche dei segnali di crescita di un mondo



dei viaggi in profonda trasformazione, che la Bit cerca proprio di decifrare per proporsi poi come appuntamento di riferimento per i buyer interessati al prodotto-Italia. Intanto è confermata l'apertura al pubblico della prima giornata, domenica 4 febbraio, mentre le due giornate successive, il 5 e il 6, saranno decisamente destinate al B2B e agli operatori. Già significative le adesioni ad un'edizione

ne - la 44esima - particolarmente focalizzata sull'innovazione e sulla sostenibilità. E che quest'anno cercherà anche di affrontare problemi di forte attualità come l'over tourism, effetto perverso di un boom d'interesse attorno a certe mete che in qualche caso sta diventando problematico e non solo in località notoriamente iper-gettonate, come Venezia o Barcellona. L'eccessivo affollamento in realtà sta sollecitando attente rifles-

sioni anche in realtà non così lontane dalla metropoli lombarda (Lago di Como, Garda ad esempio). Tant'è. Dopo 44 anni la Bit continua a conservare il suo appeal. E se, da tradizione, Lombardia e Milano si prenderanno lo spazio che meritano, si sono già accreditate anche numerose regioni, come il Veneto, il Friuli e la Basilicata.

Dall'estero, graditissimo il ritorno della Cina ma anche del Giappone (Tokyo ha già prenotato una sua vetrina specifica), assieme alla Giordania, a Israele, a Cuba e alle Barbados. Tra gli operatori privati si sono già prenotati brand di spicco come Gardaland, MSC Crociere e le compagnie aeree ITA Airways e Fly Dubai. E ovviamente i dirigenti della Bit stanno cercando di portare a casa più accordi possibili dagli States, vero motore della ripresa del turismo mondiale e punto di partenza della fetta più sostenuta di viaggiatori dall'estero verso l'Italia, con un incremento a doppia cifra rispetto al 2022 (+17,3%).

