

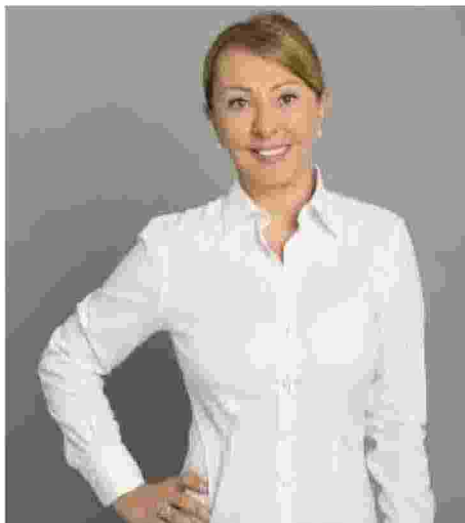
Bit, il turismo cambia e cerca qualità

Fiera Milano, dopo un anno di stop la Borsa internazionale del turismo torna in presenza dal 13 al 15 febbraio

di **Paolo Galliani**
MILANO

Certe manifestazioni fieristiche del passato dedicate alla voglia collettiva di vacanze sono ormai considerate delle reliquie. Altro mondo. E non solo perché il Covid ha cambiato tutto e tutti. È mutata la visione stessa di tempo libero, di uso degli spazi, di scoperta di nuove mete, perché oggi più di ieri contano l'etica, la sicurezza, la convinzione che il vero lusso sia «stare bene». La Bit non poteva che farsi interprete di questa rivoluzione copernicana del mondo del viaggio. E l'occasione per rendersene conto sarà la prossima edizione, dal 13 al 15 febbraio 2022, a FieraMilanoCity (apertura al pubblico solo il primo giorno), incontro collaudato tra domanda e offerta ed edizione multi-target, che quest'anno vedrà arrivare a Milano non meno di 400 buyers da tutto il mondo (41% dall'Europa) e si svilupperà su 3 grandi filoni tematici: Leisure, BeTech e quello

Simona Greco
direttore
manifestazioni
di **Fiera Milano**
ha presentato
ieri la nuova
edizione
dell'appuntamento
che come sempre
sarà la vetrina
delle ultime
tendenze
del mondo
del viaggio



congressuale del Mice. Forte e confermato l'interesse degli operatori di Usa, Russia, Emirati Arabi, Regno Unito, Francia, Germania e Canada, ma sarà più che mai dominante la presenza dell'Italia, effetto inevitabile di un orientamento - quello del turismo di prossimità - che sembra confermarsi assieme alle nuove tendenze dell'appetibilità «social», ma anche dell'eno-

gastromia e del desiderio diffuso di sperimentare forme insolite di pernottamento, come rivela il boom del glamping e, ancora di più, del bubbleglamping (la possibilità di alloggiare in «bolle trasparenti» nel bel mezzo della natura).

Appuntamento meno monumentale rispetto al passato ma non meno tentacolare nel merito, nei contenuti e nei carrefour

PARTECIPANTI

400

I buyers in arrivo da tutto il mondo (il 43% dall'Europa)

dialettici che la Bit, sempre meno Salone e sempre più piattaforma globale, ha promesso di promuovere e organizzare per gli operatori dell'industria turistica. Con una visione precisa e dichiarata: puntare ad un «altrove» che produca business e muova l'economia. Ma che promuova anche la sostenibilità, il culto per l'ambiente e l'incontro dei viaggiatori con i territori ma anche con chi li abita, con le loro esperienze e le loro storie. Come dire: contano le destinazioni, ma ancora di più, le emozioni. Un leitmotiv ribadito ieri mattina da Simona Greco direttore manifestazioni **Fiera Milano**, annunciando il nuovo benchmark di BIT 2022: «Più qualità, meno quantità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

