Bit 2015 spinge sul business travel con MICE World

Aprire nuovi spazi di business per gli operatori nei segmenti più promettenti. Questa la filosofia con la quale a **Bit2015**, in programma in fieramilano a Rho da giovedì 12 a sabato 14 febbraio, nascerà la sezione **MICE World**, comparto di punta del **business travel**, per andare incontro con il suo focus particolare alle richieste di organizzatori di convegni, meeting, incentive, congressi ed exhibition.
A Bit2015 converranno tutti i decisori del mercato specifico: Mice World sarà contatti di livello, networking, free matching e social media. Un momento di confronto commerciale in un ambito altamente professionale, che garantirà la qualità dei contatti riservando la possibilità di avviare trattative concrete. L'area MICE World diventa così una componente chiave della nuova filosofia di Bit2015: un **concept all-in-one** che, primo nel settore, supera la vecchia logica per aree geografiche stabilendo un nuovo standard per categorie merceologiche, riunite in uno stesso luogo per valorizzare le affinità tra filiere moltiplicando le opportunità di business e coniugando, in modo unico in Italia, la specializzazione delle manifestazioni di nicchia con la visione complessiva di una grande fiera come **Bit**. Le altre due aree specializzate di Bit2015, insieme al rinnovato Leisure da sempre presente, saranno dedicate al Luxury – che incorporerà il segmento eventi di alto livello -, al Digital, dedicato a operatori e formazione web.

Le linee guida nella scelta MICE

L'offerta MICE è fra quelle che riservano le migliori opportunità di business. Lo confermano i dati dell' **Osservatorio Business Travel** dell'Università di Bologna, presentato a **Bit2014**, dove si rivela che nel 2013 la spesa per viaggi d'affari è aumentata del **2,1%**, e ha raggiunto i **18,7 miliardi di euro**, un trend che proseguirà anche quest'anno. E alcuni numeri del MICE lo consacrano come uno dei segmenti più interessanti. Secondo dati **ICCA** - International Congress & Convention Association l'Italia, con **quasi 450 eventi** organizzati lo scorso anno, è il sesto mercato al mondo. Una survey di IBTM Global Research rivela invece che **54% dei buyer europei** prevede un aumento nel numero di meeting ed eventinel 2014 mentre il volume è in crescita addirittura per il **93% dei fornitori**. Potenzialità probabilmente sottostimate per il mercato italiano dato che, come sottolinea **MPI Italian Chapter**, in Italia esiste una carenza di dati specifici sul segmento MICE. Su cosa puntare per valorizzarle? Dalla ricerca internazionale **Meetings Outlook Spring 2014**, edita da MPI, emerge che il

51% delle aziende dà particolare importanza a un facile accesso alle tecnologie. Altro elemento che, in vista anche di Expo Milano 2015, può rivitalizzare la domanda possono essere listini bloccati fin da ora. Secondo un'altra ricerca di MPI Italian Chapter commissionata a **Cisalpina Research**, gli **eventi corporate** (meeting interni, convention, celebrazioni, kick-off) rappresentano il **42%** del totale. Circa metà del campione organizza fino a **5 eventi l'anno**. I decisori? Più di un'azienda italiana su 10 ha al suo interno un vero corporate meeting planner dedicato.

Bit2015 fra internazionalizzazione e innovazione

La presenza MICE va ad integrare la nuova strategia che parte con Bit2015 dove si darà forte impulso anche **all'internazionalizzazione**. L'iniziativa **Bit in the World** porterà direttamente sui mercati più interessanti le eccellenze del sistema turismo italiano, supportando in modo strutturato gli operatori nella presentazione della loro offerta, mentre il **Congresso Annuale del Turismo**, che avrà una sessione specifica dedicata al MICE, vedrà opinion leader e top professional del turismo confrontarsi sul palcoscenico di Bit2015.

Cresce anche l'investimento sugli **hosted buyer specializzati** che saranno **oltre 1.500** e – novità – proverranno dall'Italia oltre che dall'estero: sempre di più in Bit si incontrano domanda e offerta italiana e internazionale, tanto per l'inbound e l'outbound quando per l'estero su estero, con una crescente specializzazione dei target.

Con **Bit 365**, infine, aumentano i servizi innovativi forniti **tutto l'anno** agli operatori a supporto del loro business, in particolare con il rinnovato e accattivante sito Bit, on line a breve con lo **smart catalogue** ,che consente agli espositori di guadagnare immediata visibilità, e il nuovo portale **WeBitMag** che fornisce informazioni continuative e aggiornate relativamente a trend turistici, ricerche di mercato e altre notizie di carattere generale.