# BIT, tutta nuova: a cominciare dal sito web

**Debutta il nuovo sito di Bit** che, come il format della manifestazione, segna la “rivoluzione” della prossima edizione della **Borsa del Turismo di Milano**, in scena dal 12 al 14 febbraio. L’obiettivo del nuovo sito? Digitalizzare Bit riproducendo online la formula della manifestazione “fisica”: un momento di incontro che mette al centro i veri protagonisti, tutti gli attori della filiera del turismo, grazie all’innovativo concept organizzato per segmenti di business.

“Il nuovo sito – spiega il Direttore di Bit di Fiera Milano, **Cristina Tasselli** – sviluppato in ottica responsive è un canale che, in sinergia con i social network, non solo parla delle novità della nuova Bit edizione 2015 ma soprattutto accende i riflettori sui player, a partire da tutti gli espositori presenti in manifestazione. Prima grande novità è infatti lo spazio digitale a disposizione per i seller, attraverso citazioni e interviste mirate che partono dal sito e vengono diffuse nei social network di Bit”.

Il nuovo sito è un tassello chiave di una più ampia e organica strategia digitale che sta portando il brand Bit a dialogare con tutti i suoi stakeholder sui principali social network internazionali – Facebook,Twitter, Youtube, Instagram e Linkedin – e presto anche su **Weibo, il social network più usato in Cina**. A proposito di social, Bit conferma la sua leadership in questo mondo: la pagina Facebook annovera 32.000 fan, la più “cliccata” tra quelle delle maggiori fiere del turismo mondiali, mentre i follower su Twitter sono 6.300.

**Tra le principali novità del sito, la sezione BitNow**: il blog che racconta in tempo reale le novità di Bit2015, passando da approfondimenti e ricerche di mercato e i “dietro le quinte”, a interviste agli espositori, fino al coinvolgimento di tutto il pubblico e il mondo dei viaggi tramite l’hashtag #yourBit.

**Realizzato da Inventa CPM**, capace di offrire un’esperienza di navigazione ottimale da qualsiasi dispositivo, **il sito si divide in otto sezioni: tre istituzionali, quattro dedicate ai diversi target del brand e una dedicata allo storytelling**. Le sezioni istituzionali sono: Tutto su Bit raccoglie le novità principali sui mondi di Bit – Leisure, Mice, Luxury, Digital – le ricerche dell’Osservatorio Think with Bit, le info sui servizi e i contatti, e le novità di Destination Sport, il nuovo spazio dedicato al turismo sportivo in collaborazione con Decathlon. Le altre due sezioni sono dedicate a due delle tante novità di Bit 2015, il Congresso Internazionale del Turismo, e Bit.China, il programma che per la prima volta permette agli espositori di raggiungere il mercato in più rapida espansione attraverso la partecipazione a GITF, una delle fiere del turismo leader in Cina che ha tra i suoi organizzatori Fiera Milano.

Le quattro sezioni dedicate ai target: la sezione Press&Social rivolta ai media, e le tre aree – Espositori, Buyers e Visitatori – che parlano ai diversi macrotarget di Bit2015 attraverso infografiche e “call to action” mirate.