Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Bit 2019: è l'anno del turismo slow e outdoor

notizia pubblicata **11 Febbraio 2019** alle ore **15:54** nella categoria **borse e fiere**



Primo bilancio di metà percorso per Bit 2019 che prosegue a fieramilamocity e MiCo fino a domani, martedì 12 febbraio. E dalla viva voce degli espositori emergono sia un crescente interesse da parte dei viaggiatori, sia intensi contatti di business. Ma quali i trend più interessanti? Secondo gli espositori, su tutti spicca il turismo slow e sostenibile, nelle sue diverse declinazioni – dai percorsi religiosi, ai cammini tematici, allo slow bike – e, in generale, l'outdoor e il turismo attivo. Il tutto magari supportato da inedite e innovative soluzioni tecnologiche.

"Il Giappone è una meta di tendenza tra gli italiani: nel 2018 l'hanno visitato in 150mila con una crescita a due cifre, +23%, sul 2017. Gli italiani sono spesso al primo soggiorno e puntano al tour del Paese, ma crescono i repeater che cercano esperienze più particolari e più slow, come le isole minori o gli itinerari dei templi", spiega Hiroko Nakano, Outbound Division Superior di Hankyu Travel International, specializzato in mercati europei.

Slow e outdoor sono le parole chiave anche per una meta emergente come l'Etiopia. "Gli italiani stanno riscoprendo l'Etiopia – sottolinea Amin Yassin, Expert Tour Operator – e, anche se non sono dati ufficiali, stimiamo che l'anno scorso l'abbiano visitata fra i 30 e i 40mila italiani, un numero in crescita. Una meta in particolare? La regione della Dancalia, un deserto caratterizzato da formazioni geologiche uniche al mondo che ricordano i paesaggi di Marte".

Una particolarità dei nuovi turismi lenti è che vanno di pari passo con l'innovazione, in particolare la

trasformazione digitale, che consentono livelli di personalizzazione ed esperienzialità impensabili fino a pochi anni fa. Lo si è toccato con mano nella seconda giornata di Bringing Innovation into Travel, il format a cura di Fiera Milano Media cuore dell'area dedicata Betech. "Sia le interfacce conversazionali che l'intelligenza artificiale stanno trovando sempre più spazio nel settore del turismo e anche in quello alberghiero – afferma Carlo Antonelli, CEO di Fiera Milano Media –. Lo scopo è avere un consumatore soddisfatto della sua esperienza di viaggio prima ancora che questa inizi. Grazie a chatbot, check-in online e soluzioni smart le persone in futuro passeranno molto meno tempo a organizzare la vacanza e molto più a godere l'esperienza del viaggio".

Nella seconda giornata è entrata nel vivo anche Bit 4 Job, alla sua terza edizione. Tra le figure più richieste receptionist, cuochi, pasticceri e animatori, ma anche tecnici come fonico, dj, tecnico luci, oltre ai maestri delle discipline sportive. Si stima che ogni agenzia partecipante riesca a tenere dai 70 ai 100 colloqui al giorno, con circa il 60% dei candidati che supera il primo colloquio e prosegue l'iter di selezione.