



ECONOMIA

Il turismo verso nuove opportunità: viaggio nella Bit 2023

Lunedì, 13 febbraio 2023

[Home](#) > [aiTv](#) > [Il turismo verso nuove opportunità: viaggio nella Bit 2023](#)

Milano, 13 feb. (askanews) - La prima sensazione che si percepisce entrando nei padiglioni dell'Allianz MiCo in Fiera Milano che ospitano l'edizione 2023 della Bit è proprio quella di una grande vitalità e voglia di rimettere definitivamente in moto la macchina del turismo. Luci, musiche, entusiasmo da parte di chi propone le destinazioni e curiosità da parte degli aspiranti viaggiatori. Una sensazione che viene sostenuta anche dagli andamenti del mercato e dalle tendenze che si stanno consolidando dopo gli anni molto difficili della pandemia. Secondo le Nazioni Unite nel 2022 il numero di turisti internazionali è raddoppiato e per l'anno in corso si prevede che il numero si riavvicinerà ai livelli pre-pandemia. In questo scenario anche l'Italia si segnala per l'andamento positivo. Banca d'Italia rileva che nei primi nove mesi dell'anno il Bel Paese ha accolto circa 56 milioni di viaggiatori dall'estero, quasi il doppio del 2021. Numeri che, secondo Simona Greco, direttore delle Manifestazioni di Fiera Milano, certificano che il settore del turismo sta bene. "I dati - ha spiegato ad askanews - ci dicono che nel 2022 il turismo ha quasi raggiunto i livelli pre-pandemia, siamo a un -20%, quindi significa che è riesplora una grande voglia di viaggiare, e questa è una grande opportunità per gli operatori del settore. La grande sfida sarà quella di intercettare sempre meglio quelli che sono i desiderata dei viaggiatori, che sono cambiati rispetto a due anni fa e questo apre a nuove opportunità di business". Presente all'inaugurazione di Bit, e coinvolta nel taglio del nastro della manifestazione, anche Daniela Santanchè, ministro del Turismo: "Nel mondo c'è voglia di Italia - ha detto -. Noi siamo la nazione più bella e dobbiamo dimostrare di essere anche la nazione più brava nel sapersi vendere. Spesso dimentichiamo che abbiamo il terzo marchio al mondo, che è il Made in Italy e non lo comunichiamo, dimenticando che è un elemento competitivo straordinario". La presenza dell'Italia, però, in fiera è tangibile: stand regionali, servizi dedicati: il turismo nostrano si mette in mostra anche più di quello delle grandi mete straniere, seguendo in questo, oltre che il tentativo di attrarre sempre più viaggiatori dall'estero, anche la tendenza emersa durante la pandemia di dare nuova linfa al turismo di prossimità. Tutti i servizi poi sono anche la conseguenza di nuove domande da parte dei turisti. E a Pier Ezaya, presidente di Astoi Confindustria Viaggi, che in Bit ha portato un vero e proprio villaggio per tutti i soci dell'Associazione, abbiamo chiesto l'identikit del turista nel 2023. "È sempre più informato - ci ha risposto Ezaya - richiede più servizi e garanzie, soprattutto perché l'inflazione impone anche di investire di più rispetto al passato e quindi chi viaggia vuole essere certo che il suo investimento vada a buon fine. È un consumatore più evoluto che cerca di avere il massimo risultato dall'investimento fatto per la sua vacanza". In fiera, accanto alle destinazioni, sempre più spazio è riservato ai player, come per esempio ITA Airways e Trenitalia, che puntano sulla Bit anche per raccontare come cambia la loro offerta.

ECONOMIA

[Vedi tutti](#)

Cybersecurity,
TrueScreen scelta da
Apple come "App of the
Day"

A Fruit Logistica le
strategie per
valorizzare il Made in
Italy

Santanchè:
enogastronomia
pilastro della nostra
offerta turistica

Prandini (Coldiretti): più
fondi dal Pnrr per le
filieri agricole