

[Home](#) > Gare

## BIT 2013, la comunicazione punta sul web con Iaki e su stampa con Expansion. Gara a quattro per il viral

20/11/2012

La **Bit - Borsa Internazionale del Turismo** in programma a fieramilano da giovedì 14 a domenica 17 febbraio 2013 ha messo in campo una campagna di brand engagement focalizzata su web e social network, articolata in un mix di iniziative che spaziano da app, un gioco-quiz 'Che viaggiatore sei' su Facebook, un viral sui social network per creare curiosità e per il quale è in corso una gara tra quattro strutture. La creatività digitale è di **Iaki**. Già partita la campagna stampa trade nazionale e internazionale firmata **Expansion** e a breve anche l'adv consumer. Il budget complessivo è di **300mila euro**, 1/3 del quale sul web. A Rho -Fiera, dal 15 al 17 febbraio **Eudi Show**, Salone Europeo della subacquea, al centro di campagne stampa e video nel circuito Grandi Stazioni.



'Che viaggiatore sei?' Ruota attorno a questo interrogativo l'edizione 2012 della **Bit - Borsa Internazionale del Turismo** in programma a fieramilano da giovedì 14 a domenica 17 febbraio 2013 e della nuova campagna di brand engagement che sarà

lanciata il 22 novembre.

Per coinvolgere il pubblico, come spiegato ad ADVexpress oggi, 20 novembre, a Milano, da **Emanuela Forlin**, Exhibition Manager Bit, l'evento ha puntato su un mix di iniziative digitali che fanno perno attorno a un'app, un gioco-quiz su Facebook, un viral che sarà veicolato sui social network e sul web per creare curiosità e per il quale è in corso una gara tra quattro strutture digitali. Infine, prevista una campagna stampa nazionale e internazionale.

Riguardo al gioco - quiz, basta scegliere la propria preferita in una serie di coppie di 300 curiosità - ad esempio, tra "La torre Eiffel è 15 cm più alta d'estate" oppure "In cima all'Everest c'è copertura 3G" - e il gioco-test dell'app FB guida verso il 'Pianeta' più consono ai partecipanti tra quattro proposte: Natura, Avventura, Cultura e Gusto.

Le curiosità di viaggio sono illustrate dal vignettista Marco D'Ambrosio.

Chi risponde online al gioco-test può vincere subito 250 premi tra guide turistiche, borse da viaggio e altri gadget legati al mondo del viaggio. Stampando il risultato del proprio quiz e portandolo in Bit, inoltre, parteciperà all'estrazione finale di quattro viaggi per due persone in mete ispirate ai quattro profili di viaggiatore.

Durante la manifestazione il gioco-quiz si trasforma in una vera e propria guida mobile che usa i dati raccolti durante il gioco per suggerire percorsi di visita personalizzati.

Sul sito, una sezione dedicata permetterà alle Agenzie di Viaggi di coinvolgere i propri clienti e, con un sistema di votazione online, farsi eleggere migliore agenzia dell'anno.

L'applicazione è supportata da iniziative di marketing virale, quali la pubblicazione automatica di album fotografici, giocate e risultati, e condivisione con gli amici Facebook e su Twitter e Pinterest. La creatività web è stata realizzata dall'agenzia **Iaki**.

Una campagna media italiana e internazionale a cura di **Expansion** (Europa, Medio Oriente, Russia e Usa) coinvolgerà inoltre la stampa di settore e generalista, digital advertising (in particolare Facebook) e attività di influencer marketing. Duplice il claim: 'The new way to exhibit' per la campagna consumer, e 'Ogni stretta di mano fa crescere il tuo business' per l'adv btob. Il budget complessivo ammonta a **300 mila euro**, **1/3** del quale sul web. La pianificazione è gestita internamente da Fiera Milano.

La prossima edizione della Bit - Borsa Internazionale del Turismo prevede la partecipazione di **90 mila** visitatori e di **60 mila** tra professionisti ed espositori. Quest'anno nel weekend di apertura al pubblico, sabato 16 e domenica 17 febbraio dalle 9:30 alle 18:30, il percorso per i viaggiatori resterà distinto dall'area riservata agli operatori, rendendo più lineare e completa la visita. Saranno aperti al pubblico il settore Italy (pad. 1/3), dedicato alle regioni italiane, dove il visitatore troverà quattro macroaree tematiche focalizzate rispettivamente sull'offerta enogastronomica, culturale, naturalistica, sportiva, e il settore The World (pad. 2/4) che presenterà destinazioni da tutti i continenti.

Tra i molti Paesi che hanno già confermato la loro presenza a Bit 2013, dall'**Europa: Austria, Cipro, Croazia, Irlanda, Russia, Serbia e Ungheria**. Dal bacino del Mediterraneo presentano i loro gioielli **Egitto, Israele, Libano, Malta e Tunisia**. Attraversando l'Atlantico: **Argentina, Cuba, Repubblica Dominicana e Stati Uniti**. Tra le mete meno usuali, il **Bangladesh** e lo **Yemen** dall'**Asia**, insieme con le più note **Giappone, India, Maldive e Thailandia**, mentre dall'**Africa** si svelano **Etiopia e Namibia** accanto a **Madagascar e Seychelles**.

La **Cina** sarà Paese Ospite d'Onore a Bit 2013.



Il 15 febbraio, alle 11, fino a domenica 17 febbraio inoltre, si terrà presso Rho -Fiera **Eudi Show 2013**, il salone europeo delle attrezzature e delle attività subacquee. Tre giornate di eventi e opportunità per gli appassionati di conoscere le novità del settore sub e di confrontarsi con celebri personaggi. Per tutte le

informazioni tecniche: [www.eudishow.it](http://www.eudishow.it)

A supporto del Salone Europeo, come spiegato ad ADVexpress da Dante Porta, event manager, è in programma una campagna consumer a ridosso della manifestazione, pianificata in formato video nel circuito Grandi Stazioni, nelle stazioni e nelle metropolitane. Già partita in queste settimane la campagna trade, pianificata su testate specializzate, tv tematiche e sul web. Il budget complessivo ammonta a circa **100 mila euro**.

EC