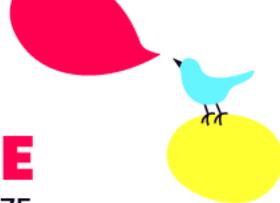




BTO2020 TRAVEL ONLIFE

12-13 FEBBRAIO 2020 • STAZIONE LEOPOLDA, FIRENZE



BTO2020: LA RIVOLUZIONE DEL TRAVEL "ONLIFE" PROTAGONISTA A FIRENZE

Il 12 e 13 febbraio alla Stazione Leopolda di Firenze al via la 12° edizione.

Parole chiave: human technology, nuove sfide per nuovi viaggiatori, sostenibilità.

Roma, 16 gennaio 2020 – Il 12 e 13 febbraio torna alla **Stazione Leopolda di Firenze BTO – Buy Tourism Online**, evento leader in Italia sul binomio travel online e innovation. Due giornate di incontri e workshop dedicati agli operatori del settore ispirati quest'anno dall'**Onlife Manifesto** della Commissione Europea, con protagonisti i **nuovi trend** in materia di ricerca scientifica e innovazione tecnologica applicate al travel. Legati al manifesto diversi appuntamenti dedicati al rapporto tra tecnologia e dimensione umana tra cui la tavola rotonda **Travel onlife e la civiltà delle (nuove macchine)** con Giovanni Boccia Artieri e Stefano Quintarelli. BTO2020 sarà un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i **più importati player del settore**: da Google a Booking.com, da Hospitalitynet a TripAdvisor, da OpenTable a Just Eat, da Apple Academy a Fareportal, solo per citarne alcuni. Confermati anche **brand di riferimento nel mercato nazionale e internazionale** come Best Western Italia, Marriott, Accor Hotel insieme alle più importanti associazioni italiane. Forte presenza di **eccellenze in campo formativo e nella ricerca** come: Fondazione IBM Italia, Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, Università Statale di Milano, Luiss, Ciset, Università Iulm, Università di Firenze, Campus Lucca, Università Parthenope, Università di Sassari. BTO è un marchio di proprietà di Toscana Promozione Turistica e Camera di Commercio di Firenze. L'organizzazione è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Firenze e Fondazione Sistema Toscana.

Quattro i percorsi tematici di BTO2020: **HOSPITALITY**, dedicato all'hotellerie, indipendente e di catena; **DESTINATION**, percorso pensato per le destinazioni, dalla governance al marketing territoriale; **DIGITAL STRATEGY & INNOVATION**, contenuti trasversali, di supporto a manager del turismo, consulenti e web agency; **FOOD & WINE** dedicato agli operatori del settore della ristorazione e dell'agroalimentare.

Grande spazio sarà dedicato al **tema della sostenibilità applicata al travel con un focus sugli strumenti digitali di gestione**, su cui i più importanti brand si stanno impegnando in prima persona. Ad esempio il main sponsor di BTO2020, **BWH Hotel Group** - con i suoi brand World Hotels, Best Western e Sure Hotel – illustrerà i suoi progetti *Stay for the Planet* e *StayPlasticLess*, quest'ultimo si è già concretizzato con l'installazione di Seabin in alcune località balneari italiane il cui obiettivo è raccogliere fino a 2 tonnellate di rifiuti di plastica e microplastica in 12 mesi. Sullo stesso tema **Accor** parlerà di Planet 21, progetto con cui sensibilizza i propri ospiti verso un'esperienza di soggiorno sempre più attenta al pianeta (grazie al risparmio su acqua e corrente, la catena francese si è impegnata a piantare un albero ogni minuto). Non ultimo, il motore di ricerca **Skyscanner** ha deciso di abbracciare la sostenibilità partendo dal restyling green del proprio logo e convincendo 10 milioni di viaggiatori a scegliere voli a minor impatto di CO2. A raccontarlo il vice presidente della gestione prodotto, Piero Sierra.

BTO DAY 1 - Per la sezione **HOSPITALITY** riflettori puntati sul fallimento del più longevo tour operator al mondo, nell'incontro **La distribuzione del dopo Thomas Cook**, un'occasione per riflettere sui futuri scenari della distribuzione internazionale con Andreas Schröder, Chief strategy officer di Fareportal. I pagamenti digitali (by face recognition, in modalità vocale e sottopelle) saranno al centro dello slot **Meet the future of payment systems** dove è atteso Jowan Österlund, fondatore e Ceo della svedese Biohax. Una ricerca della stessa Biohax rivelerà se gli italiani sono pronti a farsi impiantare id e sistemi di pagamento sottopelle. **James Kay** global corporate communication di TripAdvisor, sarà tra i protagonisti dell'incontro dedicato alla **Reputazione** mentre, tra le sessioni più operative, si segnala la **"cassetta"** sul **revenue**, tenuta da Luciano Scauri (SKL International Hotel Consulting) e Silvia Cantarella (Revenue Acrobats).

Nel programma **DIGITAL STRATEGY & INNOVATION**, tra gli appuntamenti clou: **Internazionalizzazione e SEO per il tuo hotel** e **Web Usability per il turismo** con Jacopo Romei, Daniele Radici e Rodolfo Baggio.

La sezione **DESTINATION** quest'anno è dedicata agli esempi virtuosi di strategie digitali e di innovazione nei processi organizzativi dell'offerta. Si parlerà di ospitalità non convenzionale nel panel **Quando l'ospitalità 'fa destinazione'**, un viaggio alla scoperta di strutture ricettive uniche: dall'esperienza più spirituale di Eremito nei colli umbri fino all'emozione di una tenda sospesa fra gli alberi grazie a Tentstile Experience Camp. A parlarne Kent Lindvall (Tree Hotel), Marcello Murzilli (Eremito), Alex Shirley (Tentstile Experience Camps), Paolo Scoglio (architetto di sustainable design). **Undertourism: proporre e commercializzare esperienze uniche di un'Italia nascosta** è il titolo dell'incontro dedicato alle strategie per promuovere le destinazioni "off the beaten track". Inoltre, tra gli esempi virtuosi di collaborazione tra destinazioni e Online Travel Agency, si parlerà di **Wonder Grottole**, progetto nato in un piccolo borgo lucano e diventato un successo anche grazie al supporto di Airbnb; intervengono Tommaso Goisis (Airbnb), Andrea Paoletti (Wonder Grottole), Andrea D'Amico (Booking.com), Giancarlo Piccirillo (Tourism marketing and management) ed Emma Taveri (Destination makers).

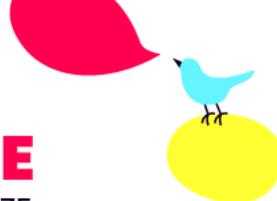
www.buytourisonline.com





BTO2020 TRAVEL ONLIFE

12-13 FEBBRAIO 2020 • STAZIONE LEOPOLDA, FIRENZE



Nella sezione **FOOD & WINE** riflettori puntati su case history internazionali di successo. Nel panel **Qual è la ricetta del successo del turismo enogastronomico?** spazio alle esperienze realizzate in Scozia con il progetto "The year of food & drink", e in Francia con il Museo Cité du Vin nella città di Bordeaux. Verrà poi affrontato il tema del Food Delivery nel b2c (Daniele Contini, Just Eat) ma anche nel b2b: un **cambiamento che genera altri cambiamenti** nel mondo del food e della ristorazione. Insieme a Paolo Marchi, ideatore di *Identità golose* e vicepresidente dell'Associazione Italiana Ambasciatori del Gusto, a FutureBrand e al Consorzio Parmigiano Reggiano, si affronteranno invece le potenzialità della gastronomia e del cibo italiano nella promozione, non solo dei prodotti ma anche del turismo. Di evoluzione delle PR, sempre più digitali anche per i grandi chef, si parlerà nel panel **Chef e web reputation: tutte le ricette** con Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba e i social media manager di importanti ristoranti italiani. **Food-Image & Cervello. Le neuroscienze applicate alla fotografia digitale del cibo** è il titolo dell'incontro dedicato alle più recenti ricerche nel campo della percezione del cibo con Lucia Carriero (neuroscienziata Neuroset) e Nick Difino (autore e divulgatore di food-image). Tra gli appuntamenti più attesi: l'incontro curato da Barbara Sgarzi, **Dai social in cantina e viceversa**, e il panel **La blockchain è un fine o uno strumento?** con Daniele Bettini, giornalista esperto di innovazione. Tra le case history anche il progetto regionale di Vetrina Toscana che da 20 anni promuove tipicità e identità territoriali, attraverso storytelling e narrazione digitale.

BTO DAY 2 - Nella seconda giornata grande attenzione al fattore umano nell'offerta turistica. In **HOSPITALITY** focus su **personalizzazione dei servizi di viaggio** nell'incontro tra Simone Papa (Marriott International), Andrea D'Amico (Booking.com) e Henri Roelings (Hospitality.net). Si parlerà di design emozionale nel panel **Alla ricerca del benessere nell'ospitalità** e non mancherà un approfondimento sulle opportunità "rainbow" del **mercato LGBT**, con Clark Massad, vice presidente Europe & Global Partnerships GLTA, Alessio Virgili, presidente Associazione Italiana Turismo Gay & Lesbian.

In **DIGITAL STRATEGY & INNOVATION**, tra gli appuntamenti più attesi: **Lo Human Intelligence dell'AI: strategie conversazionali** con Dave Berger, Ceo & co-fondatore di Volara.ai, e Akemi Tsunagawa, Ceo & fondatore della giapponese Bespoke. Altro momento molto atteso quello con Stefano Quintarelli su **Facial Recognition and Travel**. Da segnalare poi: il panel su **Innovazione e Blockchain al servizio del pubblico esercizio**, curato da Confesercenti, con Vittorio Messina, presidente Assoturismo, Cristiano Nervegna, direttore generale dei DEEP LAB, e Federico Quaranta di Radio Rai; e l'intervento di Giovanna Manzi, Ceo di Best Western Italia, **Reinventare il management nel turismo partendo dalle persone**. Di futuro parlerà Mauricio Prieto, imprenditore della Silicon Valley e già co-fondatore di Edreams che, insieme a Giorgio Ventre, direttore scientifico Apple Academy, parlerà di **scenari internazionali nel campo dell'innovazione tecnologica nel turismo**. Due le cassette degli attrezzi imperdibili: il **mini corso Google per il travel** e il doppio appuntamento sui **segreti dell'influencer marketing**.

Diversi i temi al centro della sezione **DESTINATION**: si parte con una riflessione sul valore dei dati che fotografano il comportamento online dei turisti nel panel **From big to meaningful data. Spunti di riflessione per le DMO ai tempi del data driven marketing**. Si passa poi all'analisi dei contenuti generati dagli utenti con **Trasformare il destination marketing attraverso i contenuti generati dagli utenti** insieme a Adam Lacombe (Crowdriff), Vappu Mänty (MyHelsinki), Elia Frappoli (consulente di turismo). I millennials sono protagonisti dell'incontro **La destinazione vista dai millennials tra top things to do ed esperienze uniche** con Erika De Santis (WeRoad) e Simona Polli (travel blogger). **Smart destination: la destinazione del futuro, oltre il digitale** è il titolo del panel con Giacomo Costantini, architetto specializzato in smart building e sustainable design, Maria Elena Rossi, direttrice marketing ENIT, István Ujhelyi, rappresentante della Commissione Europea e referente del progetto europeo Smart Tourism Capital.

Il tema dell'innovazione gioca un ruolo importante anche nella sezione **FOOD & WINE**: nell'incontro **Online restaurant reservations** due grandi aziende leader come **OpenTable e TheFork**, con le quali si indagheranno le dimensioni del mercato e le strategie in atto. Dalle App a sistemi di management sempre più complessi dove la tecnologia aiuta il cliente e favorisce ulteriori sviluppi. Altra novità le cryptovalute: se ne parla in una delle cassette degli attrezzi dal titolo **Crypto Menu: i pagamenti innovativi nella ristorazione** con, tra gli altri, Alfonso Iannotta (Roadhouse Italia).

All'interno di BTO sarà ospitata l'installazione "Sound of the Crowd" che, attraverso il riconoscimento facciale genererà un'esperienza visiva e acustica davvero unica.

Maggiori info: www.buytourisonline.com Per accredito press: www.buytourisonline.com/accredito-press/

Media Partner di BTO2020: Travel Quotidiano, Guida Viaggi, L'agenzia di viaggi, Trend, Quality Travel, Turismo&Attualità, L'Albergo, Voyager Magazine, intoscana.it.

Contatti stampa - Mariangela Della Monica - m.dellamonica@fst.it cell. 334 6606721

Claudia Ronchi - claudia@crcommunications.it cell. 340 1522875 - Anna D'Amico - ad.damico@gmail.com cell. 347 8691998

Con The Gate Communication - Responsabile ufficio stampa, Valerio Tavani - valerio@the-gate.it 06 45438614 cell. 339 6290620

www.buytourisonline.com

