

SOSTENIBILITÀ, MINDFULNESS E REALTÀ AUMENTATA: NUOVE FORME DI TURISMO A BTO 2022, TRA METAVERSO E VIAGGI INSOLITI

*Torna il 29 e 30 novembre a Firenze la più grande manifestazione italiana su travel e innovazione
100 appuntamenti con i maggiori esperti tra installazioni interattive e colonne “parlanti”
14/a edizione plastic free, allestimenti di ecodesign e sconti per la mobilità sostenibile*

23 novembre 2022 – **Sostenibilità, nomadismo digitale, experience**, anche in chiave di ricerca interiore, da fare in solitaria: sono alcune delle tendenze che guidano le prenotazioni dei viaggiatori. Nuove forme di turismo, tra Metaverso, mete insolite e permanenze di medio-lungo periodo, saranno al centro della 14esima edizione di **BTO – Be Travel Onlife**, la manifestazione di riferimento in Italia dedicata al connubio tra innovazione e turismo. L'appuntamento è alla **Stazione Leopolda** di Firenze **martedì 29 e mercoledì 30 novembre**. BTO – Be Travel Onlife è un evento di **Regione Toscana** e **Camera di Commercio di Firenze**. L'organizzazione è a cura di Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana.

Metatourism è la parola chiave di un programma denso di contributi di rilievo: 100 eventi tra approfondimenti, workshop e speech futuristici per conoscere le nuove tendenze su tecnologia applicata al travel, destinazioni, professioni, modi di viaggiare. Se **entro il 2026 un quarto delle persone trascorrerà almeno un'ora al giorno nel Metaverso** (stima di Gartner), BTO 2023 si presenta come una grande anteprima: grazie alla creatività futuristica di **La Jetée**, la Stazione Leopolda ospiterà una serie di spettacolari installazioni. Un **colonnato “parlante”** introdurrà i visitatori anticipando le aree tematiche della manifestazione grazie alla tecnologia della realtà aumentata, mentre all'interno sarà possibile fare **“conoscenza virtuale”** di alcuni tra i principali speaker: basterà inquadrare il badge identificativo che porteranno al collo o le rispettive copie “fotografiche” riportate a grandezza naturale su un wall, per ascoltare la presentazione dalla loro viva voce.

Altra novità è la **META-BTO** realizzata da **Carraro LAB**, una sperimentazione inedita della sinergia phygital tra eventi fisici e virtuali: mentre sul palco si tiene l'intervento inaugurale, nel grande schermo compare il duplicato virtuale della Leopolda, con avatar e ambienti 3D che interagiscono con i relatori e partecipanti reali. Una parte della mostra virtuale è dedicata alle linee guida della **Commissione Europea**, con le citazioni delle prese di posizione di Ursula Von Der Leyen e del Commissario Thierry Breton, volte a stimolare un approccio europeo al Metaverso, che intende essere etico, legale, sicuro, non monopolistico. Una seconda area espositiva 3D presenta i concetti chiave del Metaverso Turistico, che si pone come evoluzione immersiva per promuovere il viaggio reale. Altra opportunità offerta ai partecipanti a BTO 2022 è **visitare personalmente, sotto forma di avatar, la rassegna nel Metaverso**, accedendovi in modalità cross-device da Pc, Smartphone e Visori VR attraverso un Qrcode/link che verrà fornito dopo le presentazioni. La sperimentazione di META BTO è una case history emblematica delle applicazioni del Metaverso al turismo MICE.

La ricerca di **soluzioni sostenibili** è, insieme all'innovazione, l'altro filo rosso di BTO 2022: non a caso la 14/a edizione mette **al bando la plastica** e punta sulla mobilità alternativa. Grazie a un accordo con **Publiacqua**, all'interno della Leopolda saranno disponibili due fontane di acqua potabile. Anche per gli allestimenti sono stati adottati principi di **ecodesign**, con materiali a basso impatto e attenzione alla modalità di smaltimento. Tra i partner dell'iniziativa **Bird** e **Ridemovi**, per sconti sul noleggio di monopattini, bici e ebike per i partecipanti.

Per questa edizione, la Camera di Commercio di Firenze, proprietaria del marchio BTO insieme a Regione Toscana, ha coinvolto il **sistema camerale italiano** e gli operatori economici attivi nei territori attraverso la promozione di **BTO ON TOUR**, un'anticipazione dei grandi temi dell'iniziativa. La promozione si è sviluppata in tre appuntamenti in cui è stato presentato il tema centrale di BTO2022: Metatourism. **BTO ON TOUR** si è svolto su tre tappe: a **Siena** il 3 novembre nel complesso di Santa Maria della Scala, a **Padova** il 15 novembre, nell'ambito di [Digital Tourism 2022](#) e, infine, a **Roma** presso la sede di **Unioncamere** il 16 novembre scorso.

Il programma di BTO nasce dal lavoro corale dell'**Advisory Board** composto da professionisti provenienti da tutta Italia, coordinati dal **direttore scientifico, Francesco Tapinassi**. Quattro i topic attorno ai quali si snoda il programma: **Hospitality, Food & Wine, Destination, Digital Strategy & Innovation**.

L'apertura dei lavori in Leopolda è prevista alle 9.45 di **martedì 29 novembre**. Alle **10.30** è in programma **l'inaugurazione di BTO2022** alla presenza del presidente della Regione Toscana, **Eugenio Giani** e degli organizzatori. A seguire, alle 11, il panel **“Destinazione Toscana, risultati e prospettive per il 2023”** con l'assessore al Turismo regionale, **Leonardo Marras**. Partecipano, tra gli altri, **Matteo Biffoni** presidente Anci

Toscana, **Francesco Palumbo** direttore Fondazione Sistema Toscana e Francesco Tapinassi, qui nella veste di direttore di Toscana Promozione Turistica.

HOSPITALITY - Sul fronte **Hospitality**, area tematica coordinata da **Nicola Zoppi**, e costruita anche con il prezioso contributo delle Associazioni di categoria nazionali, si confronteranno un eccentrico futurista quale **Simone Puerto** e un nostalgico tradizionalista dell'ospitalità come **Michil Costa**, oltre a un pool di accademici e manager chiamati a valutare opportunità e rischi dei Metaversi. Uno dei panel più attesi, relativo alle difficoltà del recruiting negli hotel italiani, vedrà protagonisti il direttore generale di Federalberghi **Alessandro Nucara**, il direttore generale di Confindustria Alberghi **Barbara Casillo** e il coordinatore nazionale di Confesercenti **Corrado Luca Bianca** in un confronto titolo "Big Quit, Quitfluencer e Appeal nel turismo" (30 novembre ore 11). Insieme a **Federalberghi** parleremo di innovazione e trasferimento di competenze grazie all'apprendistato mentre con **Confindustria Alberghi** vedremo cosa cambia per le grandi piattaforme online e gli albergatori dopo i nuovi regolamenti dell'UE.

FOOD & WINE – Strategie internazionali a confronto nel topic dedicato al **Food & Wine Tourism**, curato da **Roberta Milano**: al tavolo gli Enti del Turismo di **Spagna, Slovenia e Danimarca**, in partnership con ADUTEI, Associazione delegati Ufficiali Turismo Estero in Italia. Sotto i riflettori anche alcune rinomate mete enogastronomiche italiane, quali **Langhe Monferrato e Roero, Trentino, Emilia**. Di **enoturismo** si parlerà anche con **Vinophila**, il primo metaverso dedicato al vino e alle bevande alcoliche, e **Winearound**, piattaforma di prenotazione digitale per le visite nelle cantine e Barbara Sgarzi, giornalista, docente e sommelier. A supporto delle strategie i numeri, con gli interventi di: Monica Mantovani di **Ipsos**; Stefano Epifani, presidente della Fondazione per la Sostenibilità Digitale; **The Fork**. Tra le visioni quella di Davide Rampello, direttore Artistico Rampello & Partners, e Febo Leondini, docente Master in Trade management alla Luiss Business School. Focus su **ristorazione** con Carmela Colaiacovo, Presidente di **Confindustria Alberghi**, Anna Prandoni, direttore di Gastronomika, Alberto Lupini, direttore di Italia a Tavola. Tra le aziende tecnologiche presenti **Var Group, Almaviva S.p.A., Foodchain**, per toccare i temi della sostenibilità, dello spreco alimentare, dei vantaggi della digitalizzazione e della tracciabilità: **120 miliardi è il valore del falso Made in Italy agroalimentare** nel mondo e la tecnologia è un'arma potente contro la contraffazione Italian Sounding.

DESTINATION – La transizione green delle **Destination**, al centro dell'area tematica curata da **Emma Taveri**. A partire da nuovi modelli di innovazione digitale e ambientale dall'Europa, analizzati in compagnia di **Patrick Torrent**, vicepresidente di **NECSTouR**, rete di regioni Europee impegnate nella sostenibilità economica, sociale e ambientale attraverso il turismo. Al panel parteciperanno anche **Regione Toscana, Andalusia e Bretagna**. Di **viaggi sostenibili** si parlerà anche con **IPSOS**, con la Rete dei Comuni Sostenibili, **ASVIS** (Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile) e con gli assessori di Firenze, Milano e Venezia. Dal Nord Europa a BTO arriveranno inoltre destinazioni virtuose nel marketing territoriale come la **Finlandia, Svezia e Svizzera**. Dall'Europa all'impegno delle Regioni italiane, con la presentazione del **Tourism Digital Hub**, un ecosistema turistico integrato al centro di un approfondimento con Toscana Promozione Turistica, Regione Veneto, Commissione politiche per il turismo Regioni e Province autonome. Non solo digitale e tecnologia, ma si parlerà anche **travel for good**, e cioè viaggiare creando un impatto positivo, con Better Places e il Transformational Travel Council. New entry il **Centre regionale de tourisme Val de Loire** che interverrà con il suo direttore generale, **Marc Richet**, presentando in **anteprima a BTO** il **piano di innovazione nel settore turistico regionale**.

DIGITAL STRATEGY & INNOVATION – Sulle definizioni di Metaverso e sulle applicazioni delle tecnologie Web3 nel turismo si svilupperà il programma **Digital Strategy & Innovation** curato da **Giulia Eremita** e **Rodolfo Baggio**. Phu Styles, nota come "**Madame Crypto**", racconterà le community di viaggiatori Web 3, DeFi, NFTs, P2E e metaversici, tra esperienze dematerializzate e reali. Proprio sull'autenticità come chiave di volta per portare le esperienze immersive e della VR al largo pubblico, interverrà **Stephen Hicks**, neuroscienziato dell'Università di Oxford e founder di OxSight Limited che sta cercando di rendere ancora più "umanizzati" gli avatar con il tracciamento in tempo reale delle espressioni. Inoltre, verranno presentati in esclusiva numeri e trend della **Wunderman Thompson**, a cura della direttrice globale, Emma Chiu. Da non perdere "**Martech e privacy, una relazione complicata**", l'incontro promosso da Fondazione Sistema Toscana e moderato da Gianluca Diegoli, Marketing Advisor & Docente IULM e dedicato al data driven marketing, perché la raccolta dati deve fare i conti con le crescenti esigenze di tutela della privacy. Se ne parlerà con **Isabella Mazzeo**, Ads Privacy and Data activation Lead Google, **Massimo Fubini**, General Manager MailUp+Contactlab, **Guido Scorza**, Componente del Garante per la protezione dei dati personali e Chiara Leoni, Avvocato IT & Data Protection. Di prospettive per la filiera turistica italiana con una riflessione sull'attuale

contesto competitivo condizionato da forte incertezza si discuterà con **Tito Nocentini**, Direttore Regionale Toscana e Umbria Intesa Sanpaolo e **Sara Giusti**, Economista Intesa Sanpaolo.

CASSETTE DEGLI ATTREZZI - Nutrito il programma dedicato agli addetti ai lavori, con eventi pensati per fornire la “cassetta degli attrezzi” per acquisire o sviluppare competenze specifiche. Tra queste le analisi sul segmento dei “solo traveller”, ovvero i **viaggiatori solitari**, su cui stanno puntando diversi player, la lezione di “**Tik Tok per neofiti**” a cura di **Elena Farinelli**, Docente Social Media e consulente di Web Marketing, gli strumenti base di **Email Marketing Automation**, con **Alessandra Farabegoli**, docente e email marketing expert. Spazio alla creatività nell’ospitalità con gli alloggi WOW e le **unique selling proposition**. Oltre ai consigli di un fotografo top per rendere instagrammabile anche ciò che a prima vista non sembra. I problemi di carenza personale e quelli dei rincari delle forniture verranno trattati da esperti di revenue management e controllo di gestione. Infine, un pool di esperti si confronterà per capire come stiano andando gli **investimenti nel settore alberghiero** in questa fase di grandi cambiamenti.

BTO LABS - I momenti formativi proseguono online fino alla fine di dicembre grazie ai “**BTO Labs**”, laboratori digitali pensati come approfondimenti tematici per favorire l’interazione e la cooperazione tra i diversi attori del sistema turistico regionale: web conference che Toscana Promozione Turistica e Regione Toscana mettono a disposizione di tutti gli operatori del turismo della Toscana, grazie anche al coinvolgimento delle associazioni di categoria del turismo.

ITALY AMBASSADOR AWARDS - Per la prima volta BTO ospiterà un evento nell’evento: la cerimonia di premiazione dell’**Italy Ambassador Awards**, il primo premio italiano per i migliori influencer, content creator e blogger di tutto il mondo che promuovono l’Italia: un riconoscimento al lavoro di chi si dedica a far conoscere meglio le tante qualità dell’Italia, dalla cultura alla moda, dai sapori ai viaggi.

Questo il link per l’acquisto ticket <https://www.bto.travel/ticket/>

Main Sponsor BTO2022: Intesa Sanpaolo e WineAround.

Media Partner BTO2022: Turismo&Attualità, Trend, Guida Viaggi, Travel Quotidiano, L’Agenzia di Viaggi, Quality Travel, Travel World, Italian Absolutely, intoscana.it

BTO – Be Travel Onlife è un marchio di proprietà di Regione Toscana 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.

Contatti ufficio Stampa

Mariangela Della Monica – Fondazione Sistema Toscana - m.dellamonica@fst.it - cell. 334 6606721

Con The Gate Communication - Valerio Tavani – valerio@the-gate.it - 339 6290620

Con Chiarello Puliti & Partners - Francesca Puliti – francesca@puliti.net – 392 9475467

