

## IL VIAGGIO AI TEMPI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE IL FUTURO DEL TURISMO SI PRESENTA A BTO 2023 LA 15ª EDIZIONE ALLA LEOPOLDA DI FIRENZE IL 22 E 23 NOVEMBRE

*L'intelligenza artificiale per misurare il sentiment e rispondere alle richieste dei clienti, il ritorno del turismo asiatico, il predominio dei boomers tra i viaggiatori, il sommelier virtuale in grado di rilevare anche la più sfumata delle note aromatiche: oltre 100 eventi per intercettare trend e novità in tema di Destination, Digital Strategy, Food & Wine e Hospitality insieme agli esperti di settore*

Firenze, 13 novembre 2023 – Come l'Intelligenza Artificiale cambierà l'esperienza di viaggio e l'organizzazione dei servizi turistici mantenendo centrale il fattore umano? Questo sarà il filo rosso di **BTO – Be Travel Onlife 2023**, manifestazione leader in Italia dedicata all'innovazione tecnologica nel settore del turismo. **SAPIENS meet AI** è, infatti, il tema di questa **quindicesima edizione**: l'appuntamento è alla **Stazione Leopolda** di Firenze il **22 e 23 novembre con oltre 100 eventi** che vedranno confrontarsi i maggiori esperti del settore tra approfondimenti, seminari, workshop, contaminazioni e speech futuristici, per conoscere le nuove tendenze tecnologiche applicate al travel, declinate nei **4 topic: Destination, Digital Strategy, Food & Wine Tourism e Hospitality**. **BTO – Be Travel Onlife** è un evento di **Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze**, da sempre attente alla competitività del turismo connesso alla sfida dell'innovazione digitale. L'organizzazione è affidata alle tre agenzie regionali del settore e delle imprese del turismo, **Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana**.

Tra gli interventi più attesi quelli di **Federico Faggin**, "l'inventore" del microchip, **Stefano Quintarelli**, imprenditore informatico, padre dello SPID e fondatore di I.NET – il primo Internet Provider professionale italiano, **Louis Rosenberg**, pioniere della realtà virtuale e aumentata con NASA e Nasdaq nel curriculum e poi **Mafe de Baggis**, esperta di media digitali e AI, **Amy Wei**, Senior Product Director **Trip.com Group** insieme ai rappresentanti di big player del calibro di **Booking.com, Microsoft e Google**. Tra le novità l'innovativo progetto di **IBM Research** chiamato Hypertaste presentato a BTO per la prima volta a un evento pubblico in Italia: una "lingua artificiale" capace di degustare il vino come il più esperto sommelier. E poi i **digital twin** come Amelia per migliorare il percorso esperienziale del cliente nel settore food and wine. Un programma ricchissimo costruito dal direttore scientifico **Francesco Tapinassi** insieme agli 80 esperti dell'Advisory Board, per indagare i nuovi scenari delineati dai software di **Intelligenza Artificiale, AI generativa e Chat GPT** nel mondo del turismo.

Il 22 novembre l'inaugurazione alla presenza del presidente della Regione Toscana **Eugenio Giani**, del presidente della Camera di Commercio di Firenze **Leonardo Bassilichi** insieme agli organizzatori e alle altre istituzioni. Spazio poi a "**Destinazione Toscana, risultati e prospettive per il 2024**", il consueto appuntamento sui risultati 2023 e i trend 2024. Partecipano **Leonardo Marras**, assessore all'economia e al turismo della Regione Toscana, **Matteo Biffoni**, presidente ANCI Toscana, **Francesco Palumbo**, direttore di Fondazione Sistema Toscana, **Francesco Tapinassi**, qui nella veste di direttore di Toscana Promozione Turistica.

Come per la passata edizione, la Camera di Commercio di Firenze, comproprietaria del marchio BTO insieme a Regione Toscana, ha proposto in collaborazione con la propria azienda speciale PromoFirenze "**BTO On Tour**", una sorta di road-map che anticipa i temi della manifestazione sui territori particolarmente vocati al turismo, organizzando delle anteprime formative in sinergia con il sistema camerale. Le tappe di quest'anno, che hanno registrato oltre 200 presenze, sono state a **Livigno** in collaborazione con la **Camera di commercio di Sondrio**; a **Siena** in sinergia con la **Camera di commercio di Arezzo/Siena**; a **Pietrasanta** insieme a **Camera di commercio Toscana Nord Ovest** e, infine, il 10 novembre scorso a **Padova**.

Dopo alcuni anni, torna a BTO2023 **PhoCusWright**, il più importante ente di ricerca sul turismo mondiale presente alla manifestazione con il suo analista per l'Italia, **Giancarlo Carniani**, che il 22 novembre presenterà un deck di dati estratti da "**Italian Consumer 2023**" soffermandosi sulle tendenze che coinvolgono il nostro paese. Dalla ricerca, che traccia i comportamenti dei consumatori nel post Covid, emergono significativi cambiamenti nelle abitudini di viaggio e differenze marcate tra i vari gruppi di età. A spingere il mercato è ancora la generazione dei **Baby Boomers**, più incline a viaggi di lusso. Si conferma la tendenza ad unire viaggi **business e leisure**, mentre l'analisi dei comportamenti sui social media riserva sorprese: i **veri influencer**, infatti, sarebbero da ricercare nell'ambito delle amicizie più che tra coloro che ne stanno facendo una professione. Sempre **PhoCusWright** ha delineato l'**identikit del viaggiatore medio italiano**: 48 anni, reddito annuo di circa 45mila euro, affiliato a un programma fedeltà collegato a una carta di credito e negli ultimi 12 mesi ha utilizzato i punti accumulati. Negli ultimi 12 mesi ha effettuato in media 3,2 viaggi, per una durata media di circa 12 notti fuori casa. In linea generale i viaggi sono in coppia e la spesa a testa è di oltre 1.100 euro.

Il 23 novembre BTO ospita la **prima edizione di Hospitality Project Investment in Tuscany**, l'evento dedicato alla presentazione di progetti immobiliari turistici del territorio toscano a investitori, costruttori e consulenti. Il palinsesto vede realtà bancarie e alberghiere, architetti, personalità istituzionali, tra cui **Invest in Tuscany**, settore Attrazione investimenti della Regione Toscana, nato nel 2010 al fine di sostenere i processi di insediamento e radicamento in Toscana di società italiane ed estere. Previsti, tra gli altri, gli interventi dell'assessore regionale Leonardo Marras e delle associazioni di categoria **Confindustria Alberghi** con il vicepresidente **Giorgio Palmucci**, e **Federalberghi Firenze**, con il presidente **Francesco Bechi**.

Spazio poi ad **Almawave e The Data Appeal Company** che il 23 novembre presentano "Data-driven tourism. Un punto di vista su come bilanciare la qualità della vita dei cittadini con la qualità dell'esperienza dei turisti grazie ai dati e all'intelligenza artificiale". La sostenibilità e le nuove tecnologie sono le due chiavi di volta del turismo di oggi e di domani: secondo un recente report di The Data Appeal Company, società del Gruppo Almawave, dedicato al turismo e all'inclusività in Europa, la Versilia e il Salento sono due delle mete ritenute più inclusive in Italia e nel mondo dalla community LGBTQ+, mentre il Trentino risulta la destinazione più apprezzata per il fattore sostenibilità. Ricco il carnet di ospiti chiamati a intervenire: da **Jelka Tepšić**, Deputy Mayor – City of Dubrovnik a **Giorgio Soffiato**, AD – Marketing Arena Spa e Fellow Professor – SDA Bocconi, fino a **Massimiliano Ventimiglia**, Founder di Onde Alte. Ma veniamo alle novità dei 4 topic in programma:

**Destination.** Per la sezione curata da **Emma Taveri** da non perdere il panel che ha visto il contributo organizzativo di Fondazione Sistema Toscana sul tema dell'**AI** che qui significa **Asian Intelligence**. Il 22 novembre si parlerà, infatti, del **ritorno del turismo asiatico**, in particolare da Cina e India, tra aspettative, nuovi stili di viaggio e innovazione vista da due grandi operatori del continente, con gli interventi di **Stefano Generali** - Direttore Generale Intarget Shanghai, **Francesco Boggio Ferraris** - direttore presso la Scuola di Formazione permanente di Italy China Council Foundation. La seconda parte dell'incontro vedrà gli interventi di **Amy Wei** di Trip.com Group, **Divya Khatri** - Strategic Partnerships and Product Management Professional - Make My Trip, moderati da **Andrea Canapa** - Senior Marketing and Communication Consultant at Italian Ministry of Foreign Affairs - Italian Trade Commission. Si esploreranno poi le implicazioni e opportunità legate all'IA per le destinazioni da diverse prospettive: la sostenibilità con Mara Stotti, Direttrice dello Sviluppo Turistico dell'Istituto Nazionale di Turismo del Nicaragua; le declinazioni nel MICE e negli eventi, con Convention Bureau Italia e Copenhagen, Gruppo IMEX; esperienze sensoriali immersive con Carlos Chaguaceda, il Direttore Comunicazione del Museo del Prado di Madrid.

**Digital Strategy.** Al centro dell'area curata da **Giulia Eremita** e **Rodolfo Baggio**, tutti i riferimenti scientifici, tematici e pratici sull'AI come strumento che abilita il "Sapiens" nella sua nuova capacità di interrogare, creare e costruire valore, anche nel turismo. Oltre all'atteso duetto **Faggin-Quintarelli**, focus sul travel & hospitality con **Adrienne Enggist**, Director of Product Development di **Booking.com**, **Fabio Galetto** Sales Industry leader di **Google** e **Pier Luigi Dal Pino**, Senior Regional Director Government Affairs Western Europe di **Microsoft**. Nello sconfinato patrimonio degli open data, un confronto tra figure quali **Maurizio Napolitano**, coordinatore del laboratorio Digital Commons Lab (DCL) di FBK - Fondazione Bruno Kessler, **Alice Corona** di Sheldon Studio e Ilaria Vitiello, urban planner e imprenditrice. Per la serie "cassetta degli attrezzi" per gli operatori del settore il giornalista **Federico Geremei** illustrerà "Trend, previsioni e proiezioni nel turismo: lezioni apprese, data visualization e tools", mentre Donata Columbro, "data humanizer", speaker e docente di data visualization, condividerà alcune pratiche di storytelling attraverso l'ideazione e l'utilizzo di infografiche evolute.

**Food&Wine.** Nella sezione dedicata al turismo enogastronomico curata da **Roberta Milano**, spicca la presenza del nutrizionista **Giorgio Calabrese** che interverrà in un panel con l'Ente Turismo Langhe Monferrato e Roero. Di destinazioni e turismo enogastronomico in una dimensione internazionale si parlerà, poi, con **Maria Elena Rossi**, Direttrice marketing **ENIT** e con **Marta Domènech**, Director General **Catalonia**. Particolare attenzione all'**enoturismo**, con dai dati dell'**Osservatorio Nomisma Wine Monitor** e con **Wine Meridian**, mentre di **Sostenibilità** e turismo enogastronomico si parlerà con **Alex Giordano**, autore di FoodSystem 5.0 e **Roberta Garibaldi**, autrice del "Rapporto Turismo Enogastronomico e Sostenibilità". Parleremo molto di ristorazione con **Alberto Lupini**, direttore Italia a Tavola, **Fondazione Barilla** e **Alma** (Scuola Internazionale Di Cucina Italiana); con **The Fork** affronteremo il problema del "no show". Infine, **Mastercard** porterà una ricerca su dati e tendenze di consumo proprio nella ristorazione. Qui è atteso, tra gli altri, **Carlo Alberto Carnevale Maffè**, docente SDA Bocconi School of Management e presidente Fondazione Riccagioia.

**Hospitality.** L'area tematica curata da **Nicola Zoppi** vedrà tra i relatori **Alessandro Callari**, regional manager di **Booking.com** protagonista di un "panel ring" per discutere della funzione della piattaforma come sito di prenotazioni e come strumento di marketing. Si parlerà anche di tematiche attuali quali la difficoltà di reperire personale qualificato per l'industria dell'ospitalità, insieme a **Federalberghi**, **Confindustria** e **Confesercenti** e di come l'IA possa fornire il proprio contributo. L'AI sta, infatti, già offrendo supporto in vari settori dell'hospitality: dalle semplificazioni nel processo di prenotazione degli utenti, alla personalizzazione delle

offerte in base ai dati storici degli ospiti, fino alle semplificazioni di gestione delle risposte alle recensioni e poi alla robotica in azienda.

**Partnership.** BTO consolida e amplia le partnership scientifiche. Tra queste: la Società Italiana Marketing, SIMktg, CST, Centro Studi Turistici, Alma, Scuola Internazionale Di Cucina Italiana, Slow Food Italia; Hospitality, Salone dell'Accoglienza a Riva del Garda, ADUTEI, Associazione Delegati Ufficiali del Turismo Estero, Scuola Italiana Turismo, Destination Makers, Veronafiere, Nomisma, Conferenza Delle Regioni e delle Province Autonome. A queste si aggiungono le partnership di settore con: **ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo, Confindustria Alberghi, Federalberghi, Confesercenti, Assoturismo, EDI Confcommercio** (Ecosistema Digitale per l'Innovazione).

Infine, anche quest'anno torna a BTO **"Italy Ambassador Awards"** (IAW) il primo premio italiano per i migliori influencer, content creator e blogger che promuovono l'Italia. I riconoscimenti vengono assegnati in cinque categorie: Travel, Food & Beverage, Fashion, Beauty & Spa e Luxury Lifestyle.

Info e acquisto ticket: <https://www.bto.travel/>

**Main Sponsor BTO2023:** WineAround, Regione Siciliana, Viaggio Italiano, The Data Appeal Company - Gruppo Almaxwave.

**Media Partner BTO2023:** Turismo&Attualità, Trend, Guida Viaggi, Travel Quotidiano, L'Agenzia di Viaggi, Quality Travel, Travel World, Italian Absolutely, Wine Meridian, Giornale Radio, intoscana.it

### Contatti ufficio Stampa

Mariangela Della Monica – Fondazione Sistema Toscana - [m.dellamonica@fst.it](mailto:m.dellamonica@fst.it) - 334 6606721

Con The Gate Communication - Valerio Tavani – [valerio@the-gate.it](mailto:valerio@the-gate.it) - 339 6290620

Chiarello Puliti & Partners – Francesca Puliti – [press@chiarellopulitipartners.com](mailto:press@chiarellopulitipartners.com) – 392 9475467

