**A BTO2024 LE NUOVE FRONTIERE DEL TRAVEL ALLA RICERCA DELL’EQUILIBRIO TRA INTELLIGENZA ARTIFICIALE E VALORE UMANO**

***Nuove forme di turismo, robot camerieri, cambiamenti climatici e confronto internazionale***

***al centro della 16a edizione della manifestazione di riferimento in Italia su travel e innovation***

***in programma il 27 e 28 novembre alla Stazione Leopolda di Firenze***

*Roma 14 novembre -* Torna **BTO - Be Travel Onlife** alla **Stazione Leopolda** di **Firenze** il **27 e 28 novembre** con il tema **“BALANCE: AI Confluence in Travel”**, una riflessione che mette al centro un dibattito essenziale per il settore turistico: raggiungere l**’equilibrio tra Intelligenza Artificiale e il valore** inestimabile dell’**interazione umana**. Promossa da **Regione Toscana** e **Camera di Commercio di Firenze** e organizzata da **Fondazione Sistema Toscana**, **Toscana Promozione Turistica** e **PromoFirenze**, la manifestazione, giunta alla sua sedicesima edizione, si conferma **uno dei principali appuntamenti in Italia per gli operatori turistici e gli innovatori digitali**. Il programma, curato da un nutrito numero di esperti sotto la **direzione scientifica di Francesco Tapinassi**, affronta da varie angolature i quattro temi principali: **Destination, Digital Strategy, Food & Wine Tourism e Hospitality**.

Per la due giorni attesi nel capoluogo toscano i rappresentanti dei maggiori player del turismo da **Booking.com** a **Google Travel**, da **Airbnb** a **The Data Appeal Company** insieme al **CONI, Mastercard, Almaviva** e a realtà come **Vinitaly** e **Slow Food**, solo per citarne alcune. Ampia anche la rappresentanza delle catene alberghiere come **Four Seasons, Starhotels, Marriott International, Voihotels**. Non mancheranno poi ricerche esclusive come quelle di **PhoCusWright, Wine Meridian** e dell’**Università Bocconi.**

Oltre al filo rosso del rapporto tra AI e valore umano di cui si parla in questi giorni anche al **G7 di Firenze**, altri temi caldi di BTO saranno i **cambiamenti climatici** i cui riflessi verranno approfonditi, tra gli altri, dal climatologo **Luca Mercalli**; la **robotica al servizio del turismo** con **Francisco Javier Martin Romo** country manager di Keenon Robotics, e poi **Michael J. Casey**, uno dei principali esperti mondiali di **blockchain**, la sicurezza informatica con **Davide Rota**, CEO di **Tiscali,** il boom del **turismo caseario** di cui parlerà **Roberta Garibaldi** mentre il conduttore tv **Emilio Casalini**, ci guiderà alla riscoperta del turismo slow incentrato su comunità locali e biodiversità e poi focus su dimensione e confronto internazionale per le destinazioni, da **Visit Berlin** a **Turisme de Barcelona**, da **Budapest** alle **Asturie** passando per **Bordeaux, Amsterdam e Liverpool**.

La sfida di BTO 2024 sarà quella di raccontare da varie angolaturecome l'AI possa valorizzare l'esperienza turistica mantenendo il tocco umano e l'autenticità culturale. Il ricco programma si articola in 4 topic: **Digital Strategy, Destination, Food & Wine Tourism e Hospitality.** Eccone il dettaglio:

**DIGITAL STRATEGY**

Con i coordinatori di area, Giulia Eremita e Roberto Baggio, si affronterà il **tema della robotica nel settore alberghiero e nella ristorazione di lusso** insieme al Prof. Bruno Siciliano e Francisco Javier Martin Romo Country Manager di **Keenon Robotics**. Sul palco anche il Dinerbot T5, un robot cameriere che già ha ottenuto una buona risposta nei mercati emergenti come l’Italia, progettato **per migliorare l’efficienza operativa riducendo i costi del lavoro del 21%** e **aumentando la competitività**. I robot di Keenon hanno raggiunto un **ROI del 62% nel primo anno e del 185% dopo tre anni di utilizzo**, rendendo l'investimento interessante per molte strutture alberghiere. Le principali applicazioni della robotica includono la consegna interna (75%), le operazioni di pulizia (56%) e i servizi di concierge (17%). Tuttavia, l'adozione dei robot non è senza sfide: **il 28%** delle aziendeintervistate cita la **resistenza al cambiamento come principale ostacolo,** mentre il **32%** è **preoccupato dai costi iniziali**. Secondo il *"Robotics in Hospitality 2024"*, la robotica è vista non come una minaccia all'occupazione, ma come un'opportunità di trasformazione: il **75% delle strutture** prevede una **trasformazione dei ruoli**, con **maggiore specializzazione nelle interazioni con i clienti**. Nei prossimi cinque anni, si prevede una crescita del 58% nell'adozione dei robot, trainata dall'integrazione dell'Intelligenza Artificiale e dall'automazione delle operazioni.

Nel topic ci sarà anche spazio per **il sistema dei Punti Impresa Digitale (PID) delle Camere di Commercio** italiane che è parte attiva di BTO, con l'obiettivo di **supportare le micro, piccole e medie imprese nella doppia transizione digitale ed energetica**, rendendole più competitive anche sui mercati internazionali. Attualmente, il network PID conta 88 sportelli e oltre 300 digital coordinator e promoter, che dal 2017 hanno assistito circa 710.000 utenti e condotto oltre 100.000 assesment di maturità digitale delle imprese. Tuttavia, **i dati rivelano che la digitalizzazione nel turismo è ancora inferiore rispetto alla media** (47,5% contro 57,5%), **e solo il 7,7% delle imprese adotta l’IA**, con investimenti maggiori nelle grandi aziende (61%) rispetto alle PMI (18%). In questa edizione il sistema PID organizzerà due panel dedicati: uno sull'implementazione dell’IA nei processi aziendali e l’altro sui nuovi rischi e opportunità della sicurezza digitale legati all'IA.

**DESTINATION**

Tanti i panel in programma coordinati da Emma Taveri a cominciare da **“Destination for all”** che punta a trasformare le **destinazioni europee in luoghi accessibili e inclusivi**. La realizzazione di una destinazione inclusiva richiede un approccio sistematico che analizzi e trasformi le attrattive territoriali attraverso un’alleanza tra settore pubblico e privato. **Tecnologie digitali**, supportate dall’AGID, sono **essenziali per creare un linguaggio univoco tra strutture pubbliche e private e offrire un servizio turistico coerente**. **L’inclusione** è inoltre un **obiettivo dell’Agenda 2030**: promuovere un turismo accessibile supporta la crescita economica, l’innovazione e la sostenibilità delle destinazioni. Attraverso le best practice delle **Asturie** e della **Germania**, l’incontro intende ispirare un cambiamento anche in Italia, dove le aziende e le amministrazioni locali non sono ancora al passo con i tempi. E a proposito di mete sostenibili – secondo i dati 2024 di Booking.com **l’83% dei viaggiatori** ritiene che **viaggiare in modo sostenibile sia una priorità** - è atteso il focus sul **Costa Rica**, Paese vulnerabile e a basso reddito ma con ampie prospettive di rilancio sotto la parola chiave ‘sostenibilità’.

Un altro tema sarà **l'outdoor intelligente** che oggi necessita di un’attenta pianificazione per rispondere a sfide come l’**aumento dei visitatori e i cambiamenti climatici.** Il **turismo all’aria aperta è cresciuto del 18% in Europa** negli ultimi cinque anni, trainato da nuove tecnologie come le e-bike, i droni, e le app di navigazione. Tuttavia, per evitare il sovraffollamento e l’usura degli ambienti naturali, è necessaria una gestione più strategica. Progetti come **"Arte Sella"** in Trentino e il **"Giardino Sonoro"** di Pinuccio Sciola in Sardegna integrano arte e natura, offrendo esperienze che valorizzano il paesaggio.

E ancora si parlerà di **"DMOcracy"** – un approccio partecipativo che promuove il **coinvolgimento delle comunità locali nelle decisioni di sviluppo turistico**. **Barcellona,** per esempio, sul portale della propria città ha reso pubblici i dati sui flussi per monitorare e condividere informazioni sull'impatto turistico, rendendo i residenti più consapevoli e facilitando la loro partecipazione alle decisioni strategiche. **Bordeaux**, invece, ha creato la piattaforma "Agora Tourism", uno spazio di dialogo tra residenti, istituzioni e turisti, supportato da un report per documentare l’impatto delle iniziative. **Liverpool** ha avviato il progetto "Day Tripper" che promuove il dialogo sulla gestione del turismo e le sfide per la comunità. Mentre con "**Belfast** Stories" si coinvolgono i cittadini nella narrazione autentica del territorio, valorizzando la cultura locale e offrendo ai turisti esperienze rispettose dell’identità cittadina. **Amsterdam**, infine, ha adottato un approccio doppio: “We Live Here” sensibilizza i turisti al rispetto degli spazi abitati, mentre “SmartDest” raccoglie dati avanzati sul sentiment della comunità, favorendo una gestione turistica inclusiva e sostenibile.

**Toscana** protagonista nel panel **Destinazione Toscana, risultati e prospettive per il 2025** a cui parteciperà, tra gli altri, l’assessore regionale a Economia e Turismo, **Leonardo Marras**. Sempre di Toscana si parlerà in due focus a cura di Fondazione Sistema Toscana su AI nei sistemi digitali delle destinazioni e sulla digitalizzazione delle imprese turistiche. Nel primo incontro si confronteranno Marketing Manager del Trentino, di Promo Friuli-Venezia Giulia, di Yes Milano e della Toscana con il team di FST che gestisce Visittuscany.com, il sistema digitale del turismo della Toscana mentre, per il secondo, i rappresentanti delle tre Università toscane e Format Research discutono sui risultati di indagini e ricerche volute dall’istituzione regionale.

**FOOD & WINE TOURISM**

Il programma curato da Roberta Milano, si concentra sulle nuove opportunità di crescita per il turismo enogastronomico, un settore in costante espansione. L’Italia si distingue a livello globale, grazie a un’offerta unica: il **14% dei turisti statunitensi sceglie la destinazione in base all’enogastronomia**, seguiti dal 10% degli italiani, il 9% degli svizzeri e il 6% dei tedeschi. Questo trend, evidenziato dai dati dell’Osservatorio Travel Innovation del Politecnico di Milano, mostra anche come l’80% degli americani abbia partecipato ad attività enogastronomiche nell'ultima vacanza, tra degustazioni, visite ai produttori e mercati locali. A BTO non manca l’enoturismo con Lavinia Furlani, presidente di **Wine Meridian**, che presenta **in anteprima i risultati dell’indagine nazionale Wine Tourism Hub**. Le principali sfide emerse includono la carenza di personale qualificato (43%), la scarsa collaborazione territoriale (17%), problemi infrastrutturali (14%) e l’eccessiva burocrazia (14%). Tuttavia, l’enoturismo italiano continua a crescere, con uno scontrino medio di 109 euro per prenotazione (+18% rispetto al 2022), e quasi l’80% delle prenotazioni che avvengono online, portando efficienza e risparmio di tempo agli operatori del settore (Report Enoturismo 2024 di Winesuite, Divinea).

Di **turismo caseario (+7,3% di visitatori negli ultimi tre anni)** parlerà **Roberta Garibaldi** illustrando il primo Rapporto sul turismo caseario, uno studio che rivela l’interesse dei giovani per corsi di cheese pairing (apprezzati dal 55% degli intervistati) evidenziando le potenzialità di queste esperienze per il territorio. Tra gli altri ospiti Guido Guerzoni, **Università Bocconi**, presenterà una ricerca sull’impatto sociale ed economico dei Paesaggi vitivinicoli Unesco di Langhe Monferrato Roero, mentre Laura Rolle illustrerà i Deep Trends™. **Mastercard e Almaviva** discuteranno il legame tra Horeca e turismo, esplorando nuove sinergie e prospettive.

**Il cambiamento climatico è un tema fondamentale,**con **Luca Mercalli**che sottolinea le gravi conseguenze per il settore enogastronomico e la necessità di limitare l’aumento delle temperature. **Emilio Casalini**, giornalista, conduttore televisivo e scrittore italiano, sarà ospite del panel di Slow Food Travel per proporre un turismo “slow” e inclusivo, incentrato sulle comunità locali e sulla biodiversità. Un contributo significativo sarà offerto anche da **Riccardo Pirrone**, social media manager di Taffo, per riflettere sul ruolo in evoluzione dei social nel settore food & wine, sempre più orientati all’intrattenimento e al coinvolgimento del pubblico.

Naturalmente si parlerà molto di Intelligenza Artificiale: dall’utilizzo per analisi predittive nell’enoturismo, con Filippo Galanti di Divinea, alle opportunità dell’AI a supporto del franchising nella ristorazione, con **Federfranchising**. Con **Andrea Galanti**, responsabile marketing **AIS** Toscana, e con **Giuseppe Salvini**, Segretario Generale della Camera di Commercio di Firenze, approfondiremo come l’IA possa supportare il turista enogastronomico nella personalizzazione del viaggio, i produttori in vigna e in cantina e i sommelier.

**HOSPITALITY**

Sotto la guida di Nicola Zoppi, BTO nell’hospitality esplora come l’intelligenza artificiale stia trasformando il settore con un focus sul Revenue Management e il pricing dinamico. Un'intervista tripla coinvolgerà i rappresentanti di BeonX, Duetto e Ideas, che condivideranno strategie e modelli AI innovativi per la gestione dei ricavi. Nei panel di confronto con esperti di **Booking.com, Google Travel e Airbnb** si discuterà dell’impatto della tecnologia sui modelli di distribuzione, mentre il marketing digitale si arricchirà con campagne più personalizzate e l’integrazione di ChatGPT per la gestione delle prenotazioni e della messaggistica.

Si approfondirà poi l’applicazione di tecnologie AI nei diversi generi di ospitalità, con uno sguardo speciale all'ospitalità ibrida. Non mancherà un'analisi delle barriere e delle sfide per l'adozione di queste tecnologie, tra cui la carenza di risorse umane qualificate. In un dibattito moderato da Francesco Tapinassi, **Federalberghi, Confindustria Hotel e Confesercenti** discuteranno di queste criticità.

**NEW!**

**Tra le novità di BTO 2024** c’è l’ingresso di **TourEspana**, **main sponsor della due giorni**. Il paese è da sempre un esempio di destinazione attenta all’AI, tanto che è stato **il primo in Europa ad aver istituito un'autorità indipendente per la supervisione dell'Intelligenza Artificiale**, anticipando le disposizioni dell’AI Act, piuttosto che assegnare tali competenze a un’autorità esistente. Durante l’ultima convention, poi, l’Ente del Turismo, ha presentato un **progetto pilota di assistente virtuale conversazionale sul portale Spain.info**, sviluppato con modelli di intelligenza artificiale per la facilitazione della pianificazione del viaggio, ma consentirà anche di personalizzare il tono e i contenuti delle conversazioni, offrendo agli utenti proposte di valore su misura.

**BTO Women**. Quest’anno BTO si tinge di rosa. La manifestazione ospiterà un nuovo format, ideato e coordinato da **Clara Svanera**, dedicato al turismo in chiave femminile, pensato per celebrare il potere, la creatività e le storie delle donne che stanno trasformando il panorama turistico globale, ridefinendo il modo in cui viaggiamo e viviamo le esperienze. Dodici saranno le relatrici, dall’Italia e dal mondo, di diversi ambiti turistici: imprenditrici, esperte, storyteller, si alterneranno sul palco, in tre talk con un tema specifico: Felicità, Coraggio e Innovazione.

Tutto il programma di BTO è su [www.bto.travel](http://www.bto.travel)

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

**Media Partner BTO2024:** RaiNews.it – Rai Cultura, Turismo&Attualità, Trend, Guida Viaggi, Travel Quotidiano, L’Agenzia di Viaggi, Quality Travel, Travel World, Italian Absolutely, Wine Meridian, inToscana.it, Business Mobilità Travel, Wine Meridian, Giornale Radio e GIST.

**Contatti ufficio Stampa**

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

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

