**BTO 2023: IL VIAGGIO DEL FUTURO, TRA INTELLIGENZA ARTIFICIALE E UMANA**

**APPUNTAMENTO A FIRENZE, IL 22 E 23 NOVEMBRE**

**85 panel, 274 ospiti di cui 40 internazionali. E sul palco Federico Faggin, padre del microchip, la piattaforma booking.com con Adrienne Enggist, l’economista Carlo Alberto Carnevali Maffè, IBM Research con “Hypertaste”, PhoCusWright, le associazioni di categoria del travel e tanto altro.**

Comel’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 - Humans meet AI** è, infatti, il **tema** di questa **quindicesima edizione:** l’appuntamento è alla **Stazione Leopolda** di Firenze **il 22 e 23 novembre.
85 panel, 274 ospiti – di cui 40 internazionali –** dialogherannotra approfondimenti, seminari, workshop, contaminazioni e speech futuristici, per far conoscere le nuove tendenze tecnologiche applicate al travel, declinate nei **4 topic**: **Destination, Digital Strategy, Food &Wine Tourism** e **Hospitality** curati rispettivamente da **Emma Taveri, Giulia Eremita** e **Rodolfo Baggio, Roberta Milano** e **Nicola Zoppi.**

*“Quello che abbiamo messo in piedi, insieme agli 80 esperti dell’advisory board* - **dichiara Francesco Tapinassi, direttore scientifico di BTO -** è *un programma ricchissimo nel quale occorre stare attenti a cosa sta succedendo oggi e allo stesso tempo guardare un po’ al futuro per capire come cambierà il nostro mondo. Dai segnali che arrivano questa pare essere la più grande di tutte le evoluzioni del digitale; si sta espandendo con ritmi completamente inattesi, iperveloci, ma anche perchè credo che siamo di fronte davvero ad un cambiamento epocale degli strumenti di conoscenza digitali rispetto a quelli a cui eravamo abituati fino ad oggi. BTO è l’occasione giusta per trovarsi, dialogare, riflettere”.*

Due giorni, dunque, di grande vitalità per l’appuntamento toscano. Per quel che riguarda il **Digital Strategy** si punta tutto su grandi nomi dal forte richiamo in grado di lasciare il segno. C’è **Federico Faggin**, l’inventore del microchip, per un dialogo sull’intelligenza artificiale con **Stefano Quintarelli**, padre dello SPID e fondatore di I.NET – il primo Internet Provider professionale italiano. E poi **Louis Rosenberg**, tecnologo, imprenditore americano, CEO e Chief Scientist di Unanimous AI. Sarà lui a guidarci nel suo keynote attraverso il mondo affascinante dell’intelligenza di sciame, un principio biologico osservato in specie come api e pesci, dove grandi gruppi possono prendere decisioni che beneficiano l’intera popolazione senza un leader centrale. Spazio anche alle piattaforme di prenotazione come **Booking.com** con l’arrivo di **Adrienne Enggist**. È lei che si è occupata dell’**AI Trip Planner** - introdotto in versione beta il 28 giugno sull’app Booking.com e disponibile parzialmente negli USA - e che si basa sulla tecnologia LLM (Large Language Model) dell'API ChatGPT di OpenAI per creare una nuova esperienza interattiva per coloro che vogliono pianificare i propri viaggi.

Ma BTO è anche **Destination**. Con India e Cina si parla di **Asia Intelligence** insieme a **Trip.com Group** e **Divya Khatri**- Strategic Partnerships and Product Management Professional - **Make My Trip**. Due colossi del turismo che sullo stesso palco avranno modo di far capire il potenziale dell’AI per i nuovi viaggiatori. Un interessante spazio è poi dedicato alla **sostenibilità ambientale**, sempre al centro delle strategie d’azioni di paesi quali quali Nicaragua, Visit Valencia e Trentino Marketing mentre la Spagna è rappresentata dal **Museo del Prado** che porterà **un’insolita esperienza olfattiva**: “quella di poter annusare un dipinto di Brueghel”.
In ambito culturale si parlerà anche del Museo Mann di Napoli, primo museo archeologico che ha ideato un videogioco - “Father and Son” - mentre per guardare al futuro ci pensa il progetto **Eindhoven365** con il suo direttore Generale Cuno Groenewoud per raggiungere un obiettivo: "la città più umana e innovativa".

Non c’è turismo senza **Food & Wine** e a BTO se ne parlerà largamente anche sfruttando la tecnologia, con la presenza di **IBM Research** e il progetto **Hypertaste** – per la prima volta presentato ad un evento pubblico in Italia. Si tratta di una lingua artificiale capace di degustare il vino come un esperto sommelier. Ma anche **Amelia**, Digital Twin esperta di di vini e territori, in grado di consigliare i clienti di un ristorante sui migliori abbinamenti con i piatti. E il pubblico potrà metterla alla prova facendole domande. Tra i nomi di punta quello dell’economista **Carlo Alberto Carnevale Maffè,** Presidente della Fondazione Riccagioia, realtà che vuole essere un Innovation Hub di riferimento nazionale di ricerca e trasferimento di competenze dedicato all’Agritech e Foodtech. Un appuntamento da non perdere è quello **Nomisma Wine Monitor**, per una fotografia del presente, per capire quali siano le aree di miglioramento più strategiche per l’enoturismo in Italia.

Le **associazioni di categoria**, della filiera turistica, saranno largamente presenti in **“Hospitality”** per affrontare i problemi attuali e opportunità future legate all’utilizzo dell’intelligenza artificiale. A parlarne Alessandro Nucara di Federalberghi, Corrado Luca Bianca di Assoturismo, Barbara Maria Casillo di Confindustria Alberghi.

Da segnalare inoltre il ritorno di **PhoCusWright**, il più importante ente di ricerca sul turismo mondiale presente alla manifestazione con il suo analista per l’Italia, **Giancarlo Carniani**, che nella prima giornata 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.

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”. **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.

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 a **Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze** e **Fondazione Sistema Toscana.**

Tutto il programma e acquisto ticket: <https://www.bto.travel/>

**Main Sponsor BTO2023:** WineAround, Regione Siciliana, Viaggio Italiano e APT Emilia Romagna, The Data Appeal Company - Gruppo Almawave.

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

**Contatti ufficio Stampa**

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

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

Chiarello Puliti & Partners – Francesca Puliti – press@chiarellopulitipartners.com – 392 9475467

