

La Bto ora entra nel futuro Spazio a realtà virtuale e Ai

Firenze, l'innovazione tecnologica al centro del salone del turismo on line

LA RICERCA

A spingere il mercato è ancora la generazione dei baby boomers la più incline ai viaggi di lusso

di **Monica Pieraccini**
FIRENZE

Oltre cento eventi dedicati all'innovazione tecnologica nel turismo ai quali interverranno pionieri della realtà virtuale e aumentata, esperti di media digitali e analisti del settore. Questa, in estrema sintesi, è Bto - Be Travel Online 2023, giunta alla sua quindicesima edizione, intitolata *Sapiens meet Ai*, che si terrà il 22 e 23 novembre alla Stazione Leopolda di Firenze.

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, Mafe de Baggis, esperta di media digitali e Ai, Amy Wei, senior product director Trip.com Group, insieme ai rappresentanti di Booking.com, Microsoft e Google. Tra le novità che saranno presentate al Bto il progetto di Ibm Research, chiamato *Hypertaste*: consiste in una 'lingua artificiale' capace di degustare il vino come il più esperto sommelier.

Un programma ricchissimo per l'evento di Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze, organizzato da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana, e costruito dal direttore scientifico Francesco Tapinassi insieme agli 80 esperti del comitato consultivo, per indagare i

nuovi scenari delineati dai software di intelligenza artificiale, Ai generativa e Chat Gpt nel mondo del turismo. Dopo alcuni anni, torna a Bto anche 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 dei 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. A spingere il mercato è ancora la generazione dei *baby boomers*, più incline a viaggi di lusso. Si conferma la tendenza a unire viaggi di affari al tempo libero, mentre l'analisi dei comportamenti sui social media riserva sorprese: i veri influencer sarebbero da ricercare nell'ambito delle amicizie, più che tra coloro che ne fanno 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 e 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.

«La sola partecipazione di oltre 40 relatori internazionali - sottolinea l'assessore regionale **Leonardo Marras** - qualifica Bto come una delle manifestazioni più importanti, e non solo d'Italia. Una agorà sulle tendenze del turismo. Già dai panel si possono ricavare informazioni e strumenti pratici molto utili per restare al passo con le tendenze in atto». L'evento di Regione e Camera di commercio di Firenze, è organizzato da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana.



Innovatori: da sinistra Federico Faggin (microchip) e Stefano Quintarelli (Spid)



Superficie 43 %