

Ricerca del 16-01-22

WEB

22/11/21	055FIRENZE.IT	1	Turismo, a Firenze torna Bto: tra i relatori anche ologrammi	...	1
30/11/21	94018.IT	1	Boom del turismo enogastronomico in Italia - 94018.it	...	4
23/11/21	ADCGROUP.IT	1	A Firenze al via BTO: 5 giorni tra i big players del turismo e ologrammi per ridefinire il turismo post Covid - ADC Group	...	5
05/12/21	ADCGROUP.IT	1	BTO – Be Travel Onlife chiude a Firenze la prima edizione ibrida con oltre 10mila visualizzazione e 274 speaker e dà appuntamento a novembre 2022 - ADC Group	...	8
12/11/21	ADCGROUP.IT	1	Tutto pronto a Firenze per la BTO Week che torna in presenza con 100 appuntamenti e 5 giornate tematiche	...	10
11/11/21	ADVTRAINING.IT	1	Be Travel Onlife, BTO torna a Firenze - ADVtraining.it	...	12
24/11/21	ADVTRAINING.IT	1	BTO 2021, dietro le quinte del Food and Wine - ADVtraining.it	...	13
24/11/21	ADVTRAINING.IT	1	Il marketing di Sojern a BTO con Luca Romozzi - ADVtraining.it	...	14
26/11/21	ADVTRAINING.IT	1	La Toscana fa rotta sulla BMTA - ADVtraining.it	...	15
07/12/21	ADVTRAINING.IT	1	Oltre 10mila visualizzazione e 274 speaker per BTO - ADVtraining.it	...	16
24/11/21	ADVTRAINING.IT	1	Parte a Firenze l'edizione XIII di Be Travel Onlife - ADVtraining.it	...	18
26/11/21	ADVTRAINING.IT	1	Spagna, Valladolid si promuove sul mercato italiano - ADVtraining.it	...	21
22/11/21	AGENFOOD.IT	1	A Firenze dal 24 al 30 novembre torna Be Travel Onlife: i dessert di Vetrina Toscana - Agenfood - Agenzia di Stampa Food e Turismo	...	22
27/11/21	AGENPARL.EU	1	Santa Fiora: il sindaco BTO di Firenze per parlare del progetto Smart Village — Agenparl	...	26
24/11/21	AGENPARL.EU	1	Sojern a BTO — Agenparl	...	28
24/11/21	AGRICOLAE.EU	1	Bto, De Castro: turismo pezzo importante del Paese. Paesaggi storici rurali uniscono enogastronomia a cultura ma dipendono da agricoltura - Agricolae :Agricolae	...	30
24/11/21	agricolae.eu	1	Bto, De Masi: turismo tra i primi settori ad essere stato digitalizzato. Per ora decide ancora tutto il Covid	...	31
24/11/21	agricolae.eu	1	Bto, il viaggiatore di domani sceglie il turismo di prossimità. Ma alle call online preferisce le trasferte	...	32
24/11/21	agricolae.eu	1	Bto, la presentazione delle quattro giornate: innovation, destination, food&wine e hospitality	...	34
24/11/21	AGRICOLAE.EU	1	BTO, Nardella: Grazie a questo evento Firenze è al centro del dibattito e della sperimentazione per il turismo - Agricolae :Agricolae	...	39
24/11/21	agricolae.eu	1	Parte il BTO, il turismo in Italia rinasce attraverso l'innovazione digitale	...	40
03/12/21	AGRICOLAE.EU	1	Turismo, la prima edizione ibrida di BTO chiude a quota 10k visualizzazioni e dà appuntamento al 2022 - Agricolae :Agricolae	...	43
30/11/21	AGRICOLTURA.IT	1	Turismo enogastronomico, Centinaio (Mipaaf): Italia meta preferita	...	45
05/01/22	AGRODOLCE.IT	1	Il futuro del vino tra Bitcoin e NFT Agrodolce	...	48
25/11/21	AGRPRESS.IT	1	Al via la 13esima edizione di BTO: innovazione e turismo post Covid - AgrPress	...	50
24/11/21	ALBERGHICONFINDUSTRIA.IT	1	Capitale umano e alta formazione turistica - Associazione Italiana Confindustria Alberghi	...	52

27/11/21	AMIATANNEWS.IT	1 S. Fiora. Balocchi alla BTO per parlare del progetto Smart Village - Amiatanews	53
26/11/21	AMIATANNEWS.IT	1 Toscana. Turismo, nuovi servizi web a disposizione di visitatori ed operatori - Amiatanews	55
13/12/21	ANAGNIA.COM	1 Turismo enogastronomico: il fascino della tradizione - anagnia.com	57
29/11/21	ANSA.IT	1 "Un nuovo modo di fare Turismo" intervista all'Avv. Giovanni Giordano, Direttore di Uninform Group - Cultura - ANSA.it	60
11/11/21	ANSA.IT	1 Turismo: torna Bto, Firenze capitale travel onlife - Toscana - ANSA.it	63
25/11/21	ASKANEWS.IT	1 Il modello turistico toscano sarà protagonista a Paestum	64
11/11/21	ASKANEWS.IT	1 Toscana e turismo, presentata a Roma la nuova edizione di BTO	67
29/10/21	BERGAMONEWS.IT	1 "Il futuro condiviso del turismo", Clusone alla ricerca di nuove economie - BergamoNews	71
11/11/21	CONSIGLIDIVIAGGIO.IT	1 E' TUTTO PRONTO A FIRENZE PER LA BTO WEEK News	74
24/11/21	CONSIGLIDIVIAGGIO.IT	1 Il marketing di Sojern a BTO con Luca Romozzi News	75
22/11/21	CONTRORADIO.IT	1 Innovazione e turismo post Covid protagonisti a BTO 21 -	76
25/11/21	CONVIVIVUM2000.BLOGSPOT.COM	1 Convivium2000: Tecnologia e digitale, una spinta in più per la crescita del turismo enogastronomico	78
29/11/21	CORRIEREDELLECONOMIA.IT	1 "Ologrammi ed intelligenza artificiale, il turismo si rivoluziona" Intervista all'Avv. Giovanni Giordano, Direttore di Uninform Group - Corriere dell'Economia	81
26/11/21	CORRIEREDISIENACORR.IT	1 Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani – Gruppo Corriere	83
22/11/21	EXPARTIBUS.IT	1 BTO 2021, 5 giornate di eventi su innovazione e turismo post Covid - ExPartibus	85
19/11/21	EXPARTIBUS.IT	1 Presentazione BTO 2021 - ExPartibus	88
26/11/21	EXPARTIBUS.IT	1 Turismo Toscana, nuovi servizi web per visitatori ed operatori - ExPartibus	89
24/11/21	FIRENZE.REPUBBLICA.IT	1 Turismo, aumenta il richiamo dell'offerta enogastronomica - la Repubblica	92
11/11/21	FONDAZIONESISTEMATOSCANA.IT	1 BTO la 13a edizione sarà "Be Travel Onlife"	97
22/11/21	FOODAFFAIRS.IT	1 Cibo e vino determinanti per 3 italiani su 4 nella scelta dei viaggi - Foodaffairs: news su food, comunicazione, adv, mktg, sostenibilità	98
02/12/21	GAZZETTINODELCHIANTI.IT	1 Il sindaco Roberto Ciappi ha rappresentato l'Ambito Turistico Chianti alla BTO di Firenze - Il Gazzettino del Chianti e delle colline fiorentine	100
22/12/21	GAZZETTINODELCHIANTI.IT	1 Pil dell'area metropolitana di Firenze: +7,2% nel 2021, +4,4% nel 2022 - Il Gazzettino del Chianti e delle colline fiorentine	118
24/11/21	GONEWS.IT	1 BTO – Be Travel Onlife, il futuro sono i viaggi di prossimità e per lavoro si alle trasferte - gonews.it	136
22/11/21	GONEWS.IT	1 Bto 2021, si parte: cinque giorni su innovazione e turismo post Covid - gonews.it	138
11/11/21	GONEWS.IT	1 Torna a Firenze BTO, la cinque giorni dedicata a turismo e innovazione - gonews.it	141
26/11/21	GONEWS.IT	1 Turismo, in cantiere una nuova piattaforma web: servizi online per visitatori e operatori - gonews.it	143
03/12/21	GONEWS.IT	1 Turismo, la prima edizione ibrida di BTO fa il botto: raggiunte 10mila visualizzazioni - gonews.it	146
27/11/21	GROSSETONOTIZIE.COM	1 "Smart Village": il progetto di Santa Fiora protagonista alla Bto	148

22/11/21	GROSSENOTIZIE.COM	1 Bto 2021: 5 giornate per parlare di innovazione e turismo	...	151
30/11/21	GUIDAVIAGGI.IT	1 Bto, enogastronomia e cultura per innalzare la qualità dell'offerta turistica - GuidaViaggi	...	155
06/12/21	GUIDAVIAGGI.IT	1 Bto, numeri di successo tra presenze, virtual e ologrammi - GuidaViaggi	...	157
23/11/21	GUIDAVIAGGI.IT	1 Conto alla rovescia per Bto - GuidaViaggi	...	159
24/11/21	GUIDAVIAGGI.IT	1 E' il Bto-day: a Firenze in scena il turismo "frictionless" - GuidaViaggi	...	161
01/12/21	GUIDAVIAGGI.IT	1 Il turismo di domani: sostenibilità, innovazione, semplificazione - GuidaViaggi	...	163
12/11/21	GUIDAVIAGGI.IT	1 Tutto pronto per Bto Week - GuidaViaggi	...	165
19/11/21	GUSTOH24.IT	1 Turismo, Firenze per 5 giorni vera capitale del travel onlife - GustoH24	...	166
23/11/21	HORECANEWS.IT	1 BTO dedica un'intera giornata al Food & Wine Tourism	...	170
24/11/21	ILCITTADINOONLINE.IT	1 Al via BTO 2021 new frictionless world - Il Cittadino Online	...	174
02/12/21	ILCITTADINOONLINE.IT	1 BTO21: arriverci al prossimo anno - Il Cittadino Online	...	178
02/12/21	ILCITTADINOONLINE.IT	1 Destination M.I.C.E: come sarà il settore dopo la pandemia - Il Cittadino Online	...	184
23/11/21	ILCITTADINOONLINE.IT	1 Parte il Bto2021: "Bto – Be travel on line" - Il Cittadino Online	...	189
30/11/21	ILCORRIEREDELLACITTÀ.COM	1 Boom del turismo enogastronomico in Italia	...	192
03/12/21	ILGIORNALEDITALIA.IT	1 Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti - Il Giornale d'Italia	...	193
26/11/21	ILGIORNALEDITALIA.IT	1 Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani - Il Giornale d'Italia	...	195
27/11/21	ILGIUNCO.NET	1 Turismo e innovazione: il modello Santa Fiora "Smart village" a Firenze - IlGiunco.net	...	197
26/11/21	ILGIUNCO.NET	1 Turismo in Toscana, nuovi servizi web: «Guardiamo al futuro tutti insieme» - IlGiunco.net	...	198
12/11/21	ILMESSAGGERO.IT	1 A Roma il lancio della BTO week: dal 24 al 30 novembre il mondo del turismo si dà appuntamento a Firenze	...	201
03/12/21	ILSANNIOQUOTIDIANO.IT	1 Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti Il Sannio Quotidiano	...	205
27/11/21	ILSANNIOQUOTIDIANO.IT	1 Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani Il Sannio Quotidiano	...	207
22/11/21	ILSITODIFIRENZE.IT	1 A Firenze torna BTO: 5 giorni tra i big players del turismo per ridefinire il post Covid Il Sito di Firenze	...	209
12/11/21	ILSOLE24ORE.COM	1 Dal Bto di Firenze le linee guida dei nuovi modi di viaggiare per lavoro	...	211
03/12/21	ILTEMPO.IT	1 Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti – Il Tempo	...	213
26/11/21	ILTEMPO.IT	1 Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani – Il Tempo	...	216
05/11/21	INSIDEMARKETING.IT	1 BTO - Be Travel Onlife Firenze novembre 2021 - Inside Marketing	...	218
26/11/21	INTOSCANA.IT	1 Ambiente protagonista a BTO: oggi il turista viaggia smart e in modo sostenibile - intoscana	...	222
22/11/21	INTOSCANA.IT	1 BTO 2021 sta per cominciare, tra ologrammi e nuove visioni di futuro - intoscana	...	224
11/11/21	INTOSCANA.IT	1 BTO 2021, da TikTok agli open data: le nuove evoluzioni del turismo - intoscana	...	236
24/11/21	INTOSCANA.IT	1 BTO al via tra ologrammi e nuove tendenze: è il turismo post pandemia - intoscana	...	245

11/11/21	INTOSCANA.IT	1 BTO: il futuro del turismo si scrive a Firenze - intoscana	...	247
26/11/21	INTOSCANA.IT	1 Dallo smart living e alle app per gestire i flussi: le nuove frontiere del viaggio - intoscana	...	249
29/11/21	INTOSCANA.IT	1 Il turismo di prossimità è la chiave del futuro. BTO, ecco i dati del "boom" - intoscana	...	251
24/11/21	INTOSCANA.IT	1 Le tendenze del travel 2.0 si presentano a Firenze, taglio del nastro per BTO 2021 - intoscana	...	260
26/11/21	INTOSCANA.IT	1 Sostenibilità e big data, elementi chiave per le politiche turistiche del futuro - intoscana	...	262
30/11/21	INTOSCANA.IT	1 Sostenibilità, innovazione, frictionless: le parole chiave del turismo di domani - intoscana	...	269
11/11/21	INTOSCANA.IT	1 Turismo, torna BTO 2021: al lavoro per costruire una nuova ospitalità in "un mondo senza attriti"	...	271
27/11/21	INTOSCANA.IT	1 Turismo, Toscana sempre più in rete con nuovi servizi web - intoscana	...	273
24/11/21	INTOSCANA.IT	1 Turismo, tra voli spaziali e ologrammi, "vincono" le mete nazionali: i dati presentati a BTO - intoscana	...	282
25/11/21	INTOSCANA.IT	1 Turismo: borghi, comuni e regioni d'Italia alla prova del post-Covid nella 3a giornata di BTO - intoscana	...	290
22/11/21	ITALIAATAVOLA.NET	1 Tecnologia e digitale, una spinta in più per la crescita del turismo enogastronomico	...	298
17/11/21	ITALIAOGGI.IT	1 Turismo, Firenze si trasforma nella capitale del travel onlife - ItaliaOggi.it	...	301
30/11/21	ITALPRESS.COM	1 Boom del turismo enogastronomico in Italia Agenzia di stampa Italtour - Italtour	...	303
30/11/21	LADISCUSSIONE.COM	1 Boom del turismo enogastronomico in Italia – La Discussione	...	304
26/11/21	LAGENZIADIVIAGGI.IT	1 A Bto il Destination Day: protagonisti borghi e comunità locali - www.lagenziadiviaggi.it	...	305
25/11/21	LAGENZIADIVIAGGI.IT	1 A Bto tra ologrammi, dati e fantasia: "Il futuro è già qui" - www.lagenziadiviaggi.it	...	306
07/12/21	LAGENZIADIVIAGGI.IT	1 Bto chiude la sua settimana ibrida e torna a novembre 2022	...	309
07/12/21	LAGENZIADIVIAGGI.IT	1 Bto chiude la week e torna a novembre 2022 - www.lagenziadiviaggi.it	...	311
12/11/21	LAGENZIADIVIAGGI.IT	1 Bto Week, a Firenze domande (e risposte) sul turismo che verrà - www.lagenziadiviaggi.it	...	313
12/11/21	LAGENZIADIVIAGGI.IT	1 Bto Week, a Firenze le domande (e le risposte) sul turismo che verrà - www.lagenziadiviaggi.it	...	315
29/11/21	LAGENZIADIVIAGGI.IT	1 Il Destination Day di Bto, mete più sostenibili e attente ai big data - www.lagenziadiviaggi.it	...	317
19/11/21	LAGENZIADIVIAGGI.IT	1 Regione Toscana, Marras: «Il nostro turismo riparte da Bto Week» - www.lagenziadiviaggi.it	...	318
29/11/21	LAGENZIADIVIAGGI.IT	1 Sostenibilità e big data: il travel del futuro a Bto 2021 - www.lagenziadiviaggi.it	...	320
19/11/21	LAGENZIADIVIAGGI.IT	1 Toscana, l'assessore Marras: «Così il turismo riparte da Bto Week» - www.lagenziadiviaggi.it	...	321
03/01/22	LAGENZIADIVIAGGI.IT	1 Travel hi-tech, la Cina dà lezione al mondo - www.lagenziadiviaggi.it	...	323
12/11/21	LANAZIONE.IT	1 Bto, cinque giorni per il futuro del turismo - Cronaca - lanazione.it	...	325
24/11/21	LANAZIONE.IT	1 Il digitale e il turismo: Bto, ecco l'hotel del futuro. Così chatteremo con la reception - Economia	...	327
23/12/21	LANAZIONE.IT	1 L'export traina la ripresa, consumi in risalita "E ora lavoriamo uniti per il nostro territorio" - Cronaca	...	330
24/11/21	LANAZIONE.IT	1 La prima conferenza tenuta da un ologramma: Firenze, alla Bto un battesimo speciale - Tech	...	332
28/11/21	LANAZIONE.IT	1 Smart Village Santa Fiora fa scuola - Cronaca - lanazione.it	...	334

11/11/21	LANAZIONE.IT	1 Torna la Bto: Firenze capitale del Travel Onlife - Cronaca - lanazione.it	...	336
23/11/21	LANAZIONE.IT	1 Turismo, da Firenze il modello post Covid - Cronaca - lanazione.it	...	338
22/11/21	LANAZIONE.IT	1 Turismo, il ministro Garavaglia inaugurerà Bto a Firenze - Cronaca - lanazione.it	...	340
30/11/21	LANOTIFICA.IT	1 Boom del turismo enogastronomico in Italia - LaNotifica.it	...	342
27/11/21	LEXTRA.NEWS	1 Santa Fiora: il sindaco alla BTO di Firenze per parlare del progetto Smart Village - lextra.news	...	344
03/12/21	LIBEROQUOTIDIANO.IT	1 Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti – Libero Quotidiano	...	345
26/11/21	LIBEROQUOTIDIANO.IT	1 Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani – Libero Quotidiano	...	347
17/11/21	LINKIESTA.IT	1 Firenze si trasforma nella capitale del travel onlife - Linkiesta.it	...	349
27/11/21	LUCIANOPIGNATARO.IT	1 BTO a Firenze, lunedì è di scena la pizza. Turismo, cibo e vino determinanti per 3 italiani su 4 Italia al primo posto tra le mete enogastronomiche nel mondo - Luciano Pignataro Wine Blog	...	352
12/11/21	MANTOVAFUTURA.COM	1 Dal Bto di Firenze le linee guida dei nuovi modi di viaggiare per lavoro - Mantova Futura	...	356
23/11/21	MAREMMANEWS.IT	1 Bto2021, cinque giornate dense di eventi per parlare di innovazione e turismo post Covid - Maremma News	...	358
28/11/21	MAREMMANEWS.IT	1 Il sindaco di Santa Fiora alla BTO di Firenze per parlare del progetto Smart Village - Maremma News	...	360
03/12/21	MEDIAKEY.TV	1 Media Key: Oltre 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti nella prima edizione ibrida di BTO: appuntamento a novembre 2022	...	361
23/11/21	MEDIAKEY.TV	1 Media Key: Torna a Firenze BTO: 5 giorni tra i big players del turismo E ologrammi per ridefinire il turismo post covid	...	363
30/11/21	MET.CITTAMETROPOLITANA.FI.IT	1 Sostenibilità, innovazione, frictionless: le parole chiave del turismo di domani emerse dalla 13/a edizione di BTO	...	365
22/11/21	MET.PROVINCIA.FI.IT	1 Regione. Bto2021, cinque giornate dense di eventi per parlare di innovazione e turismo post Covid	...	366
30/11/21	MIXERPLANET.COM	1 Turismo enogastronomico, in Italia è boom dei viaggi food&wine - Mixer Planet	...	368
18/11/21	MONDOINTASCA.IT	1 Firenze: BTO2021 nel Salone dei Cinquecento a Palazzo Vecchio	...	369
26/11/21	MONEY.IT	1 Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani - News AdnKronos	...	371
09/11/21	MONTI-TAFT.ORG	1 BTO 2021 Monti & Taft	...	373
22/11/21	MSN.COM	1 Firenze: BTO Week tra turismo, innovazione e tecnologia	...	374
17/11/21	MSN.COM	1 Turismo, Firenze si trasforma nella capitale del travel onlife	...	376
03/12/21	NOTIZIE.IT	1 Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti	...	377
26/11/21	NOTIZIE.IT	1 Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani	...	379
14/11/21	NOVE.FIRENZE.IT	1 Turismo: ologrammi e relatori virtuali e reali per guardare al futuro • Nove da Firenze	...	381
30/11/21	OKFIRENZE.COM	1 Boom del turismo enogastronomico in Italia	...	383
30/11/21	OKMUGELLO.IT	1 Boom del turismo enogastronomico in Italia	...	384
30/11/21	OKVALDISIEVE.IT	1 Boom del turismo enogastronomico in Italia	...	385
03/12/21	OLBIANOTIZIE.IT	1 Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti OlbiaNotizie 24 ore - 599266	...	386

26/11/21	OLBIANOTIZIE.IT	1 Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani OlbiaNotizie 24 ore - 598205	...	388
22/11/21	OSSERVATOREITALIA.EU	1 Firenze, si accendono i riflettori sulla 13ima edizione di BTO L'Osservatore d'Italia	...	389
17/11/21	OSSERVATOREITALIA.EU	1 Firenze: turismo, innovazione e tecnologia. Tutto pronto per la settimana BTO L'Osservatore d'Italia	...	394
28/11/21	PISAINVIDEO.IT	1 Turismo, nuovi servizi web a disposizione di visitatori ed operatori – Pisa in Video	...	398
23/11/21	PUNTOZIP.NET	1 A Firenze torna BTO: 5 giorni tra i big players del turismo e ologrammi per ridefinire il turismo post Covid - PuntoZip	...	400
25/11/21	PUNTOZIP.NET	1 Turismo, il futuro sono i viaggi di prossimità e per lavoro si alle trasferte - I dati Google e Sociometrica per BTO - PuntoZip	...	404
25/11/21	QUALITYTRAVEL.IT	1 A BTO 2021 i relatori in ologramma: sarà il futuro del turismo congressuale? - Qualitytravel.it	...	408
26/11/21	QUALITYTRAVEL.IT	1 BTO 2021, la terza giornata è dedicata alle Destinazioni - Qualitytravel.it	...	410
27/11/21	QUALITYTRAVEL.IT	1 BTO 2021: viaggi, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani - Qualitytravel.it	...	412
01/12/21	QUALITYTRAVEL.IT	1 Cinque giornate, oltre 100 eventi e 270 relatori: il bilancio di BTO 2021 - Qualitytravel.it	...	414
30/11/21	QUALITYTRAVEL.IT	1 Il boom del turismo enogastronomico a BTO 2021: sui social pizza e pasta battono sushi e ramen - Qualitytravel.it	...	417
12/11/21	QUALITYTRAVEL.IT	1 Il programma di BTO 2021: una settimana di eventi - Qualitytravel.it	...	419
06/12/21	QUALITYTRAVEL.IT	1 Per BTO 2021 oltre 10mila visualizzazioni online - Qualitytravel.it	...	423
22/11/21	QUALITYTRAVEL.IT	1 Torna a Firenze BTO: 5 giorni tra i big player del turismo - Qualitytravel.it	...	425
12/11/21	QUALITYTRAVEL.IT	1 Torna BTO in modalità ibrida (e olografica): dal 24 al 30 novembre Firenze capitale del Travel Onlife - Qualitytravel.it	...	427
24/11/21	RADIOBRUNOBRESCIA.IT	1 Visit Brescia alla BTO di Firenze - Radio Bruno	...	429
30/11/21	RADIONBC.IT	1 Boom del turismo enogastronomico in Italia - Radio NBC Rete Regione	...	430
24/11/21	RADIOTOSCANA.IT	1 BTO 2021: il turismo del futuro e quello del presente in Toscana Radio Toscana	...	431
24/11/21	RAINEWS.IT	1 A Firenze punto sul turismo online: il settore è in sofferenza ma non si arrende	...	432
24/11/21	RAINEWS.IT	1 A Firenze punto sul turismo online: il settore è in sofferenza ma non si arrende - Video - Rai News	...	433
26/11/21	REPORTPISTOIA.COM	1 Turismo, nuovi servizi web a disposizione di visitatori ed operatori - Reportpistoia	...	435
28/11/21	ROMA.CORRIERE.IT	1 Il turismo tra convegni e digitale: cosa succederà nel post pandemia?- Corriere.it	...	437
03/12/21	SASSARINOTIZIE.COM	1 Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti SassariNotizie 24 ore - 607277	...	439
26/11/21	SASSARINOTIZIE.COM	1 Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani SassariNotizie 24 ore - 606224	...	441
22/12/21	STAMPTOSCANA.IT	1 Firenze: il Pil è cresciuto nel 2021 di oltre il 7 per cento StampToscana	...	442
30/11/21	STYLISE.IT	1 Boom del turismo enogastronomico in Italia	...	443
30/11/21	SUPERTVORISTANO.IT	1 Boom del turismo enogastronomico in Italia – SUPERTV Oristano	...	444
24/11/21	TAKETHEDATE.IT	1 13a edizione di Bto - Be Travel Onlife	...	445
26/11/21	TARANTOBUONASERA.IT	1 Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani Tarantobuonasera	...	447

22/11/21	TEATRIONLINE.COM	1	BTO – Be Travel Onlife Teatrionline	...	449
12/11/21	TEATRIONLINE.COM	1	Programma Bto week Teatrionline	...	450
30/11/21	TEMPOSTRETTO.IT	1	Boom del turismo enogastronomico in Italia - Tempo Stretto - Ultime notizie da Messina e Reggio Calabria	...	454
08/11/21	TOSCANA24.ILSOLE24ORE.COM	1	Turismo, Bto mantiene il nome ma cambia formula	...	455
22/11/21	TOSCANA24.ILSOLE24ORE.COM	1	Turismo: «Difficoltà per flussi extraUe anche nel 2022»	...	456
23/11/21	TOSCANANEWS.NET	1	TURISMO - Al via Bto2021, cinque giorni di eventi su innovazione e turismo post Covid - Toscana News	...	457
12/11/21	TOSCANANEWS.NET	1	TURISMO - Torna BTO, tra ologrammi, relatori virtuali e reali per guardare al futuro dei viaggi - Toscana News	...	460
22/11/21	TOSCANA-NOTIZIE.IT	1	Bto2021, cinque giornate dense di eventi per parlare di innovazione e turismo post Covid - Toscana Notizie	...	462
19/11/21	TOSCANA-NOTIZIE.IT	1	Bto2021, conferenza stampa il 22 novembre alle ore 13 - Toscana Notizie	...	465
26/11/21	TOSCANA-NOTIZIE.IT	1	Turismo, nuovi servizi web a disposizione di visitatori ed operatori - Toscana Notizie	...	466
22/11/21	TOSCANATV.IT	1	AL VIA BTO 2021, TRA INNOVAZIONE E TURISMO – ToscanaTv	...	468
19/11/21	TOURINGCLUB.IT	1	Turismo, tecnologia e innovazione: torna a Firenze la BTO	...	469
22/11/21	TRAVELQUOTIDIANO.COM	1	Bto 2021, le sfide digitali vanno in onda a Firenze dal 24 novembre	...	472
30/11/21	TRAVELQUOTIDIANO.COM	1	Bto: Google conferma il successo del nostro turismo enogastronomico	...	474
12/11/21	TRAVELQUOTIDIANO.COM	1	BTO:il turismo riparte da Firenze tra nuove tendenze e turismo digitale	...	476
07/12/21	TRAVELQUOTIDIANO.COM	1	Giuseppe Salvini, Camera di commercio di Firenze: "Dopo Bto, bilancio straordinario"	...	478
26/11/21	TTGITALIA.COM	1	Bto: Cina laboratorio d'innovazione per il turismo TTG Italia	...	480
25/11/21	TTGITALIA.COM	1	Bto: così la tecnologia può aiutare il turismo enogastronomico TTG Italia	...	481
13/11/21	TURISMOITALIANEWS.IT	1	APPUNTAMENTI Tutto pronto a Firenze per la Bto Week: dal 24 al 30 novembre Toscana capitale del travel onlife - Turismo Italia News	...	482
23/11/21	VIAGGI.CORRIERE.IT	1	BTO2021 torna a Firenze per parlare di viaggi e innovazione Dove Viaggi	...	484
30/11/21	VIDEONORD.IT	1	Boom del turismo enogastronomico in Italia – VIDEONORD	...	487
30/11/21	WINENEWS.IT	1	Italia “batte” Francia e Giappone conquistando il primo posto tra le mete gourmand nel mondo - WineNews	...	488

Link: <https://www.055firenze.it/art/209878/Turismo-Firenze-torna-Bto-tra-relatori-anche-ologrammi>



Cerca



AUTOSAS



Home Cronaca Comuni ▼ Lavoro Curiosità Fiere Spettacoli Arte Salute Gusto Sport Eccellenze

Turismo, a Firenze torna Bto: tra i relatori anche ologrammi

Il 24 novembre l'Opening Day in Palazzo Vecchio a cui parteciperà, tra gli altri, il ministro del Turismo Massimo Garavaglia



Potrebbe interessarti anche

-  Lavoro, nasce ToscanaJobs.it: il nuovo portale al servizio di cittadini e imprese
-  Novembre alla scoperta di Firenze: visite guidate tra musei, mostre e capolavori rivelati della città
-  Turismo, il Direttore degli Uffici: 'Stop affitti selvaggi e nuovi minimarket, più bagni pubblici e infopoint'
-  La Toscana vola sul web: è la Regione più cercata dai turisti
-  Nasce Florence RockinArt, alla scoperta di Firenze attraverso le rocce
-  Firenze, nel Salone dei Cinquecento al via il Festival Nazionale dell'Economia Civile

lunedì 22 novembre 2021 18:59

La 13a edizione di **BTO - Be Travel Onlife** prenderà il via il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze. Tra i protagonisti della giornata inaugurale che potrà essere seguita eccezionalmente anche online sui canali Facebook e Youtube di **BTO**, ci saranno anche gli **ologrammi**. La manifestazione dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a Firenze, volge da sempre il suo sguardo sull'evoluzione del binomio tra turismo e innovazione. Più di 100 appuntamenti, oltre 200 relatori, 3 sedi, format ibrido online e in presenza per la 13a edizione che avrà per tema "New Frictionless World".

WEB

BTO2021 si snoderà in altre **4 giornate tematiche – 25, 26, 29 e 30 novembre** – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importanti player del settore. 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.

L'Opening Day del 24 novembre si aprirà con gli interventi del **ministro del Turismo Massimo Garavaglia**, del presidente della Regione Toscana Eugenio Giani insieme all'Assessore comunale al Turismo Cecilia Del Re, al presidente della Camera di Commercio di Firenze Leonardo Bassilichi e al direttore scientifico di BTO2021 Francesco Tapinassi, per poi entrare nel vivo con la sessione "Visione", che vedrà sul palco ospiti nazionali e internazionali tra cui Valentina Superti DG Grow - Commissione Europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Nel pomeriggio si avrà la sessione "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro topic delle giornate successive (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso tavole rotonde a cui parteciperanno speaker in presenza, collegati via web ma non solo.

Gli **ologrammi** di Roberta Garibaldi Ad di Enit, Marco Gilardi Operations Direction Italy & Usa NH Hotel Group, Massimo Canducci Chief Innovation Officer Engineering e Simone Puerto Founder Travel Singularity faranno la loro apparizione sul palco del Salone di Cinquecento, in dimensione reale, interagendo con i moderatori. È l'azienda pisana Alkedo Produzioni a curare la parte tecnica di quella che loro stessi definiscono Holopresenza, e cioè un sistema che utilizza l'illusione ottica dell'ologramma integrandola in un contesto reale senza l'utilizzo di supporti visivi come occhiali o visori.

Il tema del **turismo d'affari** sarà al centro della ricerca di Sociometrica dal titolo "Il futuro del turismo business in Italia" che verrà presentata in anteprima a BTO il 24/11 da Antonio Preiti, professore all'Università di Firenze. Lo studio, che vedrà anche una presentazione più estesa il 30/11, ha preso in esame 2500 aziende in tutta Italia sull'impatto del Covid su viaggi d'affari, meeting, congressi e viaggi di istruzione. I dati saranno protagonisti anche nel panel in programma sempre il 24 e dedicato a Google Trends e Google Destination Insights in cui interverranno Furio Gianforme Industry Head Travel, Apps & Education Google e Giovanni Benassi Analytical Lead per il Travel Google. La ricerca di Ipsos "Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia", verrà illustrata in anteprima il 29 novembre durante la giornata con focus sul Food and wine. E la Toscana ne uscirà da protagonista risultando al secondo posto tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica, dopo la Sicilia e prima di Emilia-Romagna, Puglia e Campania.

Riflettori puntati ancora sulla **Toscana** il 26/11 in occasione del panel "**Smart Tuscany**" in cui verranno illustrati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di visittuscany.com, la struttura del futuro Destination Management System regionale e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. Parteciperanno l'assessore al Turismo della Regione Toscana Leonardo Marras, i direttori di FST Francesco Palumbo e TPT Francesco Tapinassi. A seguire, sempre il 26, un confronto tra Regioni italiane sarà il focus dell'incontro "Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane" a cui parteciperanno Bianca Bronzino Head of Digital systems, Puglia promozione / WeAreinPuglia, Sabrina Pesarini - Head of CRM & Digital Marketing, Trentino Marketing / VisitTrentino, Stefan Marchioro - Progetti territoriali e governance del turismo, Regione del Veneto e Costanza Giovannini - Head of Communications, Fondazione Sistema Toscana / Visit Tuscany.

Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno le altre quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Digital Strategy & Innovation, sezione curata da Giulia Eremita e Rodolfo Baggio, il 26 novembre è Destination che vede la regia di Emma Taveri; il 29 novembre è Food & Wine, topic a cura di Roberta Milano; il 30 novembre è Hospitality giornata coordinata da Lara Fantoni.

Eugenio Giani: "I cinque giorni di Bto ci consentono di mettere a fuoco la ripresa catalizzata da politiche del turismo vincenti: il turismo è asse portante della nostra economia. Mi sento ottimista anche sul Natale in Toscana, rispetto all'andamento pandemico: considerando i dati fin qui, ritengo che possiamo vivere le prossime 4/5 settimane con i contagi sotto controllo. Ne approfitto per fare un appello: partiamo subito con il clima natalizio, al fine di evitare assembramenti nei giorni prenatalizi, così eviteremo successive impennate"

Leonardo Marras, Assessore al Turismo Regione Toscana: "Con BTO la Toscana torna protagonista del dibattito nazionale e internazionale.

Sarà anche l'occasione per misurare le nostre azioni e programmare il futuro. Ci sono segnali positivi, anche per turismo d'affari, fortemente limitato da Covid. I valori della Toscana ci rendono ancora molto attrattivi".

Francesco Tapinassi, Direttore BTO: "Grazie agli ospiti e alle ricerche che presenteranno in anteprima a BTO, manteniamo il mood della manifestazione: guardare sempre avanti. Quest'anno il claim è frictionless: l'esperienza del viaggio deve essere semplice. Per il sistema italiano significa una grande rivoluzione: siamo caratterizzati da tanti piccoli soggetti che operano in modo diverso. Ma il visitatore oggi ha bisogno di risposte immediate e semplici. La pandemia ha fatto riscoprire la voglia di viaggiare e incontrare nuovamente le persone: il concetto di vacanza sta tornando e la dimensione fisica torna determinante. La Toscana rappresenta sempre una grande attrazione per l'Italia e l'estero".

Francesco Palumbo, Direttore Fondazione Sistema Toscana: "Toscana diffusa e innovativa: il 26 novembre punteremo i riflettori su questo. Racconteremo come stiamo organizzando in maniera altamente competitiva il sistema di booking regionale attraverso una nuova architettura del sito regionale Visittuscany.com e ci confronteremo con le altre regioni. Sapersi muovere in coerenza con il Pnrr in questo ambito sarà una delle sfide più importanti".

Massimo Manetti, PromoFirenze: "Se si arriva a un evento come questo vuol dire che la Toscana ha saputo fare squadra, coinvolgendo Istituzioni pubbliche e privati. Sarà un momento fondamentale per guardare alle sinergie del futuro".

Alessandro Sordi, Nana Bianca: "Questa sarà ricordata come la Quarta rivoluzione industriale, totalmente digitale. E il turismo avrà una parte fondamentale in questo. Le aziende che oggi stanno scrivendo la storia - come Google e Facebook - sono nate come startup 15 anni fa. Faremo in tempo a vedere questo cambiamento".

Leonardo Bassilichi, Camera di Commercio di Firenze: "Stiamo vivendo un momento fondamentale, sono giorni molto delicati: crediamo che il turismo si possa ridisegnare e il digitale è uno strumento incredibile per farlo. Possiamo arrivare ad avere un turismo non più solo fisico, ciò consentirà di ridurre impatto over tourism. Saremo noi ad andare dai turisti, grazie agli strumenti tecnologici".

Notizie più lette



Firenze, dipendenti senza mascherine: chiuso un locale



Firenze, al via i primi mercatini di Natale in città: torna il Weihnachtsmarkt in Santa Croce



Firenze, rinvenuto un corpo senza vita in Arno



Terremoto, tre scosse in Toscana: chiuse le scuole a Livorno



Papa Francesco a Firenze, la visita annunciata per il 27 febbraio 2022



Firenze, muro pericolante in via Cosimo il Vecchio: strada chiusa

Notizie Recenti



Link: <https://www.94018.it/boom-del-turismo-enogastronomico-in-italia/>

Meteo Necrologi

30 Novembre 2021

f @ y



TROINA NEWS | SICILIA NEWS | POLITICA | MONDO v | SPORT | SPECIALI v | TURISMO v | TROINA LIVE



Boom del turismo enogastronomico in Italia

Redazione 94018 | Novembre 30, 2021

6:01 pm | Nessun commento

Boom per il turismo enogastronomico in Italia nel 2021. Tra gennaio e ottobre, il Belpaese è primo tra le mete più golose nel mondo, seguito da Francia e Giappone. È quanto emerge da una ricerca Ipsos e dalle tendenze presentate da Google nel corso di [BTO](#) – [Be Travel Onlife](#).

mgg/sat/red

Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato.

Nome

Email

Nickname

Scrivi un commento

SCRIVI UN COMMENTO

CONDIVIDI L'ARTICOLO



Mondo

News

Politica

Speciali

Sport

Troina

Ultima ora

Pecoraro Scanio incontra Armao: "C'è impegno per Zone franche montane"

VIDEO DAL MONDO

Sanità, Zingaretti: "La Regione Lazio oggi è un modello da

30 Novembre 2021

VIDEO DAL MONDO

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: <http://www.adcgroup.it/e20-express/portfolio-eventi/b2b/bto-be-travel-onlife-presentata-a-roma-la-13ma-edizione-1.html>



ABBONAMENTI

CONTATTI

ABOUT US

MY ADC

LOGIN



ADC Group ▾ ADVexpress ▾ **e20express ▾** ADVexpressTV ▾ Health&Wellness ▾ Awards ▾

Cerca ▾

UPDATE:

[Home](#) / [e20express](#) / [Portfolio eventi](#) / [Evento b2b](#) / A Firenze torna **BTO**: 5 giorni tra i big players...



Evento b2b

A Firenze torna **BTO**: 5 giorni tra i big players del turismo e ologrammi per ridefinire il turismo post Covid

Il 24 novembre si alza il sipario sulla manifestazione con l'Opening Day in Palazzo Vecchio a cui parteciperanno, tra gli altri, il ministro del Turismo Massimo Garavaglia, l'AD di ENIT Roberta Garibaldi e la DG Grow della Commissione Europea Valentina Superti. Più di 100 appuntamenti, oltre 200 relatori, 3 sedi, format ibrido online e in presenza per la 13a edizione che avrà per tema "New Frictionless World".

In programma il 24 novembre il via ufficiale della 13a edizione di **BTO** – Be Travel Onlife nel **Salone dei Cinquecento** di **Palazzo Vecchio**, a **Firenze**. Tra i protagonisti della giornata inaugurale che potrà essere seguita eccezionalmente anche **online sui canali Facebook e Youtube di BTO** ci saranno anche gli **ologrammi**.

LEGGI le ultime notizie della sezione

Numeri oltre le aspettative per Vinitaly Special Edition con più di 12mila operatori e 2.500 buyer da oltre 60 Paesi

20/10/2021 09:36

La ripartenza del tessile per la casa passa da Firenze Home Textstyle International Fair, alla Fortezza da Basso di Firenze dal 4 al 7 febbraio 2022

25/10/2021 11:42

SG Company scelta anche per il 2021 per Il Salone dei Pagamenti in versione full digital

04/11/2021 11:50

Il 9 novembre appuntamento con la quarta edizione di Quattroruote Fleet&Business

08/11/2021 15:40

La manifestazione dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a Firenze, volge da sempre il suo sguardo sull'evoluzione del binomio tra turismo e innovazione, e anticipa i trend ancora prima che le nuove mode si affermino. Come accadde anni fa per la diffusione del fenomeno Airbnb, passando dai robot umanoidi con funzioni di concierge fino ai chip sottopelle in grado di aprire la porta della camera in hotel. **BTO2021 si snoderà in altre 4 giornate tematiche – 25, 26, 29 e 30 novembre** – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i **più importati player del settore**. **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**.

L'Opening Day del 24 novembre si aprirà con gli interventi del ministro del Turismo **Massimo Garavaglia**, del presidente della Regione Toscana **Eugenio Giani** insieme all'Assessore comunale al Turismo **Cecilia Del Re**, al presidente della Camera di Commercio di Firenze **Leonardo Bassilichi** e al direttore scientifico di BTO2021 **Francesco Tapinassi**, per poi entrare nel vivo con la sessione **"Visione"**, che vedrà sul palco ospiti nazionali e internazionali tra cui **Valentina Superti** DG Grow - Commissione Europea, **Maud Bailly** di Accor e **Jane Sun** di Trip.com Group. Nel pomeriggio al via la sessione **"Focus"**, in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei **quattro topic delle giornate successive** (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso **tavole rotonde** a cui parteciperanno speaker in presenza, collegati via web ma non solo.

Gli ologrammi di **Roberta Garibaldi** Ad di Enit, **Marco Gilardi** Operations Direction Italy & Usa NH Hotel Group, **Massimo Canducci** Chief Innovation Officer Engineering e **Simone Puerto** Founder Travel Singularity faranno la loro apparizione sul palco del **Salone di Cinquecento**, in dimensione reale, interagendo con i moderatori. È l'azienda pisana Alkedo Produzioni a curare la parte tecnica di quella che loro stessi definiscono **Holopresenza**, e cioè un sistema che utilizza l'illusione ottica dell'ologramma integrandola in un contesto reale senza l'utilizzo di supporti visivi come occhiali o visori. Il sistema dell'Holopresenza può essere utilizzato in numerosi ambiti, tra cui il **turismo business** che con le sue migliaia di congressi e meeting ogni anno, rappresenta l'1% del PIL nazionale (dato 2019).

E il tema del turismo d'affari sarà al centro della ricerca di **Sociometrica** dal titolo **"Il futuro del turismo business in Italia"** che verrà presentata in anteprima a **BTO** il 24/11 da **Antonio Preiti**, professore all'Università di Firenze. Lo studio, che vedrà anche una presentazione più estesa il 30/11, ha preso in esame **2500 aziende** in tutta Italia sull'impatto del Covid su viaggi d'affari, meeting, congressi e viaggi di istruzione. I dati saranno protagonisti anche nell'atteso panel in programma sempre il 24 e dedicato a **Google Trends e Google Destination Insights** in cui interverranno **Furio Gianforme** Industry Head Travel, Apps & Education Google e **Giovanni Benassi** Analytical Lead per il Travel Google. La ricerca di **Ipsos** **"Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia"**, verrà illustrata in anteprima il 29 novembre durante la giornata con focus sul Food and wine. E la **Toscana** ne uscirà da protagonista risultando al **secondo posto tra le regioni italiane** in grado di **raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica**, dopo la Sicilia e prima di Emilia-Romagna, Puglia e Campania.

Riflettori puntati ancora sulla Toscana il 26/11 in occasione del panel **"Smart Tuscany"** in cui verranno illustrati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di **visittuscany.com**, la struttura del futuro **Destination Management System regionale** e le novità dell'**Osservatorio turistico di destinazione**. Parteciperanno l'assessore al Turismo della Regione Toscana **Leonardo Marras**, i direttori di FST **Francesco Palumbo** e TPT **Francesco Tapinassi**. A seguire, sempre il 26, un confronto tra Regioni italiane sarà il focus dell'incontro "Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane" a cui parteciperanno **Bianca Bronzino** Head of Digital systems, PugliaPromozione / WeAreinPuglia, **Sabrina Pesarini** - Head of CRM & Digital Marketing, Trentino Marketing / VisitTrentino, **Stefan Marchioro** - Progetti territoriali e governance del turismo, Regione del Veneto e **Costanza Giovannini** - Head of Communications, **Fondazione Sistema Toscana** / Visit Tuscany.

Le sedi di **Nana Bianca** e della **Camera di Commercio di Firenze** ospiteranno le altre quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il **25 novembre** è **Digital Strategy & Innovation**, sezione curata da Giulia Eremita e Rodolfo Baggio, il **26 novembre** è **Destination** che vede la regia di Emma Taveri; il **29 novembre** è **Food & Wine**, topic a cura di Roberta Milano; il **30 novembre** è **Hospitality** giornata coordinata da Lara Fantoni.

La filiera Ho.Re.Ca del Triveneto si reinventa a Cosmofood, l'evento di rilancio del settore targato Italian Exhibition Group

11/11/2021 15:00

Tutto pronto a Firenze per la BTO Week che torna in presenza con 100 appuntamenti e 5 giornate tematiche

12/11/2021 16:26

A Cremona l'unica mostra Zootecnica internazionale: 470 capi da 75 allevamenti italiani e stranieri e 4 razze da latte

15/11/2021 16:37

Rai Pubblica Utilità e Radio 24 media partner di Made Expo dal 22 al 25 novembre

18/11/2021 10:42

Linecheck 2021 presenta #Reverse, un festival diffuso dal vivo e in streaming. Al via da BASE Milano 130 appuntamenti tra panel, showcase e masterclass

22/11/2021 12:33

A Firenze torna BTO: 5 giorni tra i big players del turismo e ologrammi per ridefinire il turismo post Covid

23/11/2021 16:26

CHI SIAMO

CANALI

PUBBLICAZIONI

Abbonamenti

ADC Group
ADVexpress
ADVexpress TV
e20express
Awards

Link: <http://www.adcgroup.it/e20-express/portfolio-eventi/b2b/bto-firenze-novembre-2022.html>



ABBONAMENTI

CONTATTI

ABOUT US

MY ADC

LOGIN



ADC Group ▾ ADVexpress ▾ **e20express ▾** ADVexpressTV ▾ Health&Wellness ▾ Awards ▾

Cerca ▾

UPDATE:

[Home](#) / [e20express](#) / [Portfolio eventi](#) / [Evento b2b](#) / [BTO – Be Travel Onlife](#) chiude a Firenze la prima...

04/12/2021 16:26

Evento b2b

BTO – Be Travel Onlife chiude a Firenze la prima edizione ibrida con oltre 10mila visualizzazione e 274 speaker e dà appuntamento a novembre 2022

Cinque giornate, tre location diverse, ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: si chiude a Firenze il main event dedicato al turismo e al digitale. Oltre 5000 minuti di formazione resteranno fruibili online

Oltre **10mila visualizzazioni da remoto**, **274 speaker** esperti della Travel Industry, **102 eventi** distribuiti in **cinque giornate** e tre diverse location, con ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: si è chiusa a **Firenze** la prima edizione ibrida di **BTO – Be Travel Onlife**, manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione Sistema Toscana**. Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano **nel novembre 2022**.

L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da **24 Paesi** nel mondo. Nella top 10: **Italia, USA, Finlandia, Austria, Svizzera, UK, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone**.

Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di **BTO**, hanno partecipato attivamente alle 4 tematiche protagoniste dell'edizione 2021, totalizzando **oltre 10.000 presenze** live agli eventi. Il più seguito in termini di presenze, il **Digital Innovation & Strategy Day**, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle **Destination**, quella specificatamente riservata al mondo **Hospitality** e quella dedicata al **Food & Wine Tourism**. Una tendenza forse destinata a cambiare, considerando il fatto che proprio il turismo enogastronomico è emerso come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine.

LEGGI le ultime notizie della sezione

LiveZone (This Is Ideal) firma "Next in Hair", l'evento di L'Oréal Prodotti Professionali dedicato alle tendenze del 2022

30/11/2021 15:45

La 19ª edizione di **MECSPE** si chiude con **48.562 visitatori**. La fiera organizzata da Senaf tornerà a BolognaFiere dal 9 all'11 giugno 2022

29/11/2021 14:28

VisitRimini e Convention Bureau della Riviera/ Palacongressi di Rimini promuovono la destinazione alla fiera **IBTM World di Barcellona**

26/11/2021 14:21

Blueroads firma l'evento inaugurale del nuovo headquarter di NHOA

25/11/2021 14:35

Host B2B organizzata e

Su MyBTO, la piattaforma online di **BTO 2021**, le attività dedicate alle quattro tematiche chiave hanno superato i **75.000 minuti**. Conclusa la **BTO Week**, la manifestazione adesso prosegue per gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, dando la possibilità di rivivere online gli eventi con **5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica** integralmente fruibili sul web.

*"Questa tredicesima edizione di **BTO** è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo – commenta **Leonardo Marras**, assessore all'Economia e al Turismo della Regione Toscana –. **BTO** per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022".*

*"Il successo di questa edizione di **BTO** è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business", dice **Leonardo Bassilichi**, presidente della Camera di commercio di Firenze. "La **BTO** - aggiunge - è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati".*

*"Un grazie a tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente – dichiara **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico di BTO2021. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i 274 speakers, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesso di fare una **BTO** del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel".*

Maggiori informazioni www.bto.travel

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**.

Media Partner: Travel Quotidiano, Guida Viaggi, L'Agenzia di Viaggi, Trend, Quality Travel, Turismo&Attualità, Travel World e Pop Economy.

promuove "Short Stay Week", la Conferenza Digitale Europea

25/11/2021 14:26

Grande successo per l'evento Amazon Made in Italy Rooftop a Roma dedicato alle piccole e medie imprese italiane e al Made in Italy

24/11/2021 16:30

A Firenze torna **BTO**: 5 giorni tra i big players del turismo e ologrammi per ridefinire il turismo post Covid

23/11/2021 16:26

Linecheck 2021 presenta #Reverse, un festival diffuso dal vivo e in streaming. Al via da BASE Milano 130 appuntamenti tra panel, showcase e masterclass

22/11/2021 12:33

Rai Pubblica Utilità e Radio 24 media partner di Made Expo dal 22 al 25 novembre

18/11/2021 10:42



Copyright © 2016-2020 ADC Group Srl – Via Copernico 38, 20125 Milano - P.IVA 03670830961
Licenza Streaming SIAE n° 202000000125



CHI SIAMO

Abbonamenti

CANALI

ADC Group
ADVexpress
ADVexpress TV
e20express
Awards

PUBBLICAZIONI

Link: <http://www.adcgroup.it/e20-express/portfolio-eventi/b2b/bto-be-travel-onlife-presentata-a-roma-la-13ma-edizione.html>



ABBONAMENTI

CONTATTI

ABOUT US

MY ADC

LOGIN



ADC Group ▾ ADVexpress ▾ **e20express ▾** ADVexpressTV ▾ Health&Wellness ▾ Awards ▾

Cerca ▾

UPDATE:

[Home](#) / [e20express](#) / [Portfolio eventi](#) / [Evento b2b](#) / Tutto pronto a Firenze per la **BTO** Week che torna...



Evento b2b

Tutto pronto a Firenze per la **BTO** Week

LEGGI le ultime notizie della sezione

Tutto pronto a Firenze per la **BTO** Week che torna in presenza con 100 appuntamenti e 5 giornate tematiche

12/11/2021 16:26

La filiera Ho.Re.Ca del Triveneto si reinventa a Cosmofood, l'evento di rilancio del settore targato Italian Exhibition Group

11/11/2021 15:00

che torna in presenza con 100 appuntamenti e 5 giornate tematiche

Dal 24 al 30 novembre un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà in Toscana alcuni tra i più importati player del settore, alcuni intervengono in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma. Oltre 200 speaker nelle sedi dell'evento: Palazzo Vecchio, Nana Bianca, Camera di Commercio. Tra i player più attesi: AccorHotels, Best Western, Ctrip, Booking.com, The Student Hotel, TikTok

Sta per tornare a Firenze, in presenza e online, **BTO**, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa **13a edizione** ha scelto un **payoff tutto nuovo** - "**Be Travel Onlife**" - che continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento, di cui si è discusso nell'ultima edizione e che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia.

BTO2021 si snoderà in 5 giornate tematiche - 24, 25, 26, 29 e 30 novembre - un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i **più importati player del settore**, alcuni intervengono in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di **ologramma**. Oltre **200 speaker** nelle sedi dell'evento: Palazzo Vecchio, Nana Bianca, Camera di Commercio. Tra i player più attesi: AccorHotels, Best Western, Ctrip, Booking.com, The Student Hotel, TikTok

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**.

Il tema che farà da filo rosso degli oltre **100 appuntamenti in programma** è "**New Frictionless World**", letteralmente "un nuovo mondo senza attrito", che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di BTO2021, **Francesco Tapinassi**: "*La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un "new frictionless world" nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19.*"

Il **taglio del nastro** è in programma il **24 novembre** nel **Salone dei Cinquecento** di **Palazzo Vecchio**, a **Firenze** con due sessioni di lavoro: "**Visione**", con ospiti da tutto il mondo e "**Focus**", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei **quattro main topic** (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso delle "**round table**" a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di **Nana Bianca** e della **Camera di Commercio di Firenze** ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online.

Nel dettaglio, il **25 novembre** è **Digital Innovation**, il **26 novembre** è **Destination**, il **29 novembre** è **Food & Wine** e il **30 novembre** è **Hospitality**.

Maggiori informazioni www.bto.travel

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**.

Media Partner: Travel Quotidiano, Guida Viaggi, L'agenzia di Viaggi, Trend, Quality Travel, Turismo&Attualità, Travel World e Pop Economy.

Il 9 novembre appuntamento con la quarta edizione di **Quattroruote Fleet&Business**

08/11/2021 15:40

SG Company scelta anche per il 2021 per Il Salone dei Pagamenti in versione full digital

04/11/2021 11:50

La ripartenza del tessile per la casa passa da Firenze Home Textstyle International Fair, alla Fortezza da Basso di Firenze dal 4 al 7 febbraio 2022

25/10/2021 11:42

Numeri oltre le aspettative per Vinitaly Special Edition con più di 12mila operatori e 2.500 buyer da oltre 60 Paesi

20/10/2021 09:36

Al Palacongressi di Rimini la nuova edizione dell'Hospitality day, l'evento per il mondo dell'ospitalità

06/10/2021 14:24

Debutta Wine Business City, l'evento di due giorni dedicato a 250 aziende che fa da apripista alla Milano Wine Week

30/09/2021 11:04

Micam Milano dà slancio alla ripresa del calzaturiero con un nuovo format di 3 giorni e 652 espositori presenti all'edizione 2021

19/09/2021 11:57

Le fiere ripartono. Le tecnologie del vetro si mettono in mostra a Fieramilano Rho con Vitrum 2021

16/09/2021 11:48

Link: <https://www.advtraining.it/news/76949-be-travel-onlife-bto-torna-a-firenze>



Home Chi siamo News Turismo & Attualità

AdV Training

Contatti Iscriviti alla Newsletter

Cerca nel sito



News online Rivista online Reportage Piano Editoriale Turismo tematico Login/Report registrati L'intervista Destinazioni Start-up

Be Travel Onlife, BTO torna a Firenze

11 Novembre 2021 |



Be Travel Onlife. È questo il payoff dell'edizione 2021 di BTO che si svilupperà tra online ed offline con 100 appuntamenti e cinque giornate tematiche dal 24 al 30 novembre. Il file rouge della kermesse fiorentina sarà "New Frictionless World" un mondo senza attrito: "La semplificazione delle esperienze digitali -

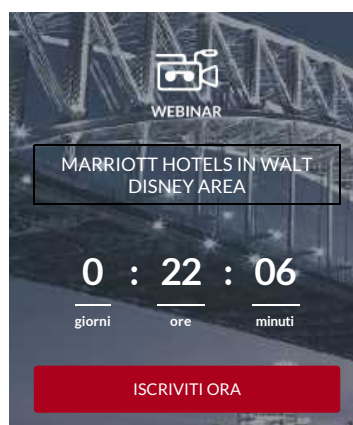
le parole di Francesco Tapinassi, direttore scientifico - *rappresenta il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi possa diventare un esempio anche nella generazione di strutture ed esperienze turistiche per il viaggiatore contemporaneo*".

Si parte il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio con una doppia sessione di lavoro denominate 'Focus' e 'Visione' in cui verranno fornite, attraverso delle round table, le anticipazioni dei quattro main topic: digital innovation, destination, food and wine and hospitality.

Per le aziende la possibilità di comprare il ticket per ogni singolo evento: "Il programma - prosegue Tapinassi - è molto vasto, con eventi in presenza e non. Abbiamo ridotto del 70% il costo di ingresso per andare incontro a un settore che ha sofferto".

G.Focone

(Articolo completo su T&A Magazine)



AREA
AGENTI
DI VIAGGI

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: <https://www.advtraining.it/articolo/754-bto-2021-dietro-le-quinte-del-food-and-wine>



BTO 2021, dietro le quinte del Food and Wine

di Giuseppe Focone | 24 Novembre 2021

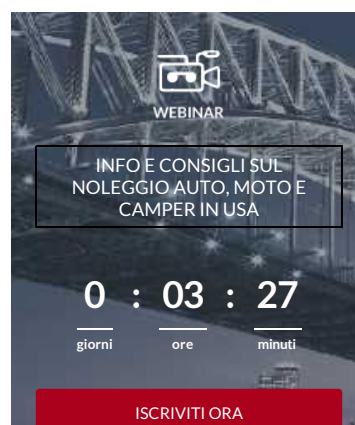


Fornire nuovi strumenti per potenziare e migliorare l'esperienza digitale ma allo stesso tempo evidenziare la centralità dell'aspetto umano. E' questa la mission, doppia ed ambiziosa, che **Roberta Milano**, esperta di marketing e comunicazione turistica e coordinatrice topic food and wine tourism, vuole percorrere per l'appuntamento del 29 novembre del Be Tourism Onlife, quando i riflettori saranno concentrati sul Food and Wine: "Il settore del turismo enogastronomico si conferma in crescita e soprattutto in una fase di grande cambiamento – dichiara – ad oggi la presenza di esperienze legate all'enogastronomia risulta importante per il 71% delle persone quando scelgono la meta di viaggio. Noi siamo partiti da questo aspetto per disegnare un panel completo che dia spunti di riflessione ma anche strumenti concreti per affrontare le nuove sfide del mercato".

Un palinsesto ricco dove si alterneranno big player della comunicazione digitale e massimi esperti di strategie turistiche: "Partiremo con un'intervista a Davide Rampello, direttore creativo del Padiglione Italia a Expo Dubai e alla filosofa Maura Gancitano che aiuterà a capire come mantenere la nostra centralità e non venire usati da tecnologie e digitale, Fabio Galetto di Google, ci racconterà le novità nelle ricerche sul tema sostenibilità mentre Danilo Campisi analizzerà le nuove funzionalità di promozione per ristoranti e imprese locali di Facebook-Instagram. Non mancherà uno spazio TikTok, con Giuliano Cini, Brand Lead TikTok Italia e Gabriele Colasanto di Mondadori Media per raccontare il boom nel mondo food". Sarà una giornata intensa, durante la quale non mancheranno senz'altro nuove chiavi di lettura per il futuro del travel: "La difficoltà maggiore – prosegue Roberta Milano – è stata proprio selezionare i temi da affrontare, siamo dentro un cambiamento epocale accelerato dalla pandemia che di fatto ha contribuito ad un'avanzata digitale di 7 anni in pochi mesi. E' stato un lavoro di analisi approfondito con lo scopo di creare cassette degli attrezzi con contenuti innovativi e soprattutto immediati".

Si parlerà tanto di comunicazione e di big data: "Presenteremo il case history del Consorzio del Parmigiano Reggiano che ha recentemente prodotto un mediometraggio modificando linguaggi, contenuti e pianificazioni tradizionali e verrà illustrata in anteprima la ricerca di Ipsos Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia. Sarà anche l'occasione per parlare di big data declinati in tema di enogastronomia con il contributo di aziende che si occupano di tecnologia come Motion Analytica, Vodafone, Var Group, GS1 Italy, Data Appeal".

Riflettori puntati, inoltre, anche sull'evoluzione del delivery, con la sua virata al b2b mentre in chiave destinazioni saranno presenti VisitFlander, VisitMonaco, Emilia-Romagna, Friuli Venezia Giulia, Puglia, Visit Langhe Monferrato e Roero e Parma che, insieme alla Toscana, racconteranno le strategie per il turismo enogastronomico. Grande attesa, infine, per il panel di Rosario Scarpato, founder and director di Italian Wine Crypto Bank che parlerà di Non-Fungible Tokens con la prima experience culinaria certificata NFT.



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: <https://www.advtraining.it/news/77080-il-marketing-di-sojern-a-bto-con-luca-romozzi>



Home Chi siamo News Turismo & Attualità > AdV Training > Contatti Iscriviti alla Newsletter

News online | Rivista online | Reportage | Piano Editoriale | Turismo tematico | Login/Report registrati | L'intervista | Destinazioni | Start-up |

Cerca nel sito



Il marketing di Sojern a BTO con Luca Romozzi

24 Novembre 2021 | f t in e p

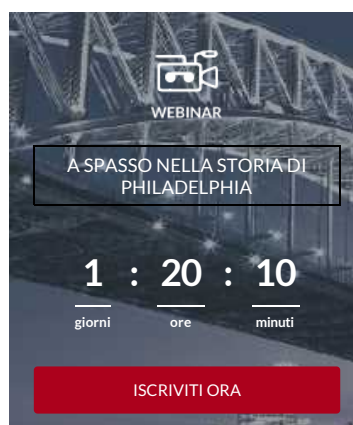
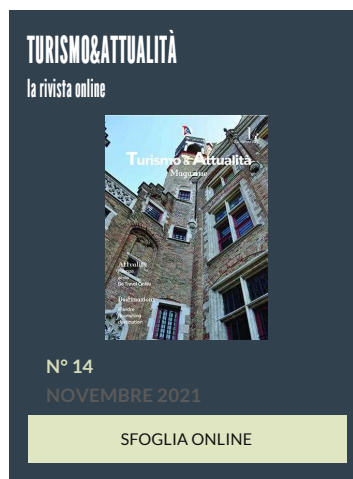


Sojern partecipa a BTO Betravel Onlife con Luca Romozzi, direttore senior destination Europa, che sarà in collegamento come relatore all'evento del **26 novembre alle 9** dal titolo **"L'efficacia dei media di viaggio digitali nella comunicazione innovativa delle destinazioni"**.

"La tecnologia ci permette di scoprire anche le emozioni che ci sono dietro alcune scelte e intenzioni di viaggio - anticipa Luca Romozzi - ma oltre a calcolare l'impatto emotivo, l'efficacia di una campagna deve essere misurabile anche a livello pratico". Sojern coglie l'occasione di BTO per sensibilizzare gli esperti di destination marketing sulle nuove possibilità che offre la tecnologia.

Per Sojern fare rete nella comunicazione tra enti, associazioni ricettive, tour operator, vettori, sistemi museali e naturalistici costituisce il metodo migliore e più remunerativo per proporsi, a patto che, come Sojern, si realizzino campagne personalizzate, tempestive, flessibili, rivolte al singolo, quindi per ogni tipo di target, che aiutino la destinazione a capire quali sono i viaggiatori che la prediligono e come cambiano nel tempo.

A questo scopo Sojern ha lanciato da un mese, anche in Europa, il **Co-Op Marketing Program** progettato per aiutare le DMO (Destination Marketing Organization) a incanalare la domanda dei viaggiatori. La pandemia ha avuto un impatto enorme su viaggi e turismo e questo programma consente la collaborazione su campagne di marketing digitale tra DMO, hotel e attrazioni, per sostenere insieme la ripresa del mercato.



AREA AGENTI DI VIAGGI
8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: <https://www.advtraining.it/news/77098-la-toscana-fa-rotta-sulla-bmta>



Home Chi siamo News **Turismo & Attualità** ▼

AdV Training >

Contatti Iscriviti alla Newsletter

Cerca nel sito

News online | Rivista online | Reportage | Piano Editoriale | Turismo **tema** | L'intervista | Destinazioni | Start-up |

La Toscana fa rotta sulla BMTA

26 Novembre 2021 |



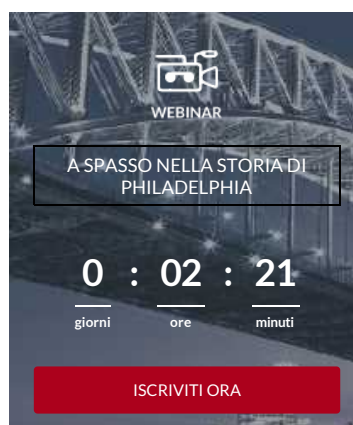
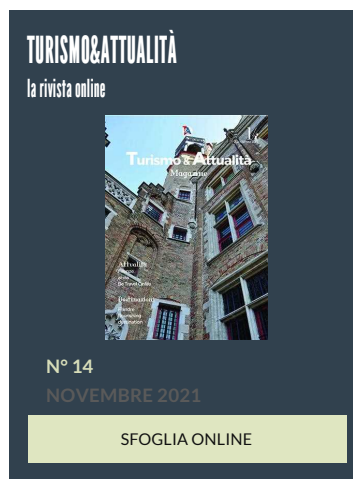
La Toscana sarà presente alla **Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico (BMTA) in programma a Paestum**, in Campania, **da oggi fino al 28 novembre** con uno spazio espositivo dedicato alla scoperta delle civiltà etrusca. Lo farà con la presenza di strumenti innovativi che cattureranno l'attenzione del pubblico della manifestazione. In particolare sarà possibile sperimentare un'esperienza unica attraverso animazioni 3D di opere etrusche e strumenti di realtà aumentata applicata ai beni culturali con il progetto Dhomus del Dipartimento di Architettura dell'Università di Firenze. Al centro dell'iniziativa, nella giornata del 27 novembre, sarà il **progetto Toscana Terra Etrusca che ha permesso a diversi territori della Regione di aggregarsi nella promozione del turismo archeologico dedicato alla scoperta degli etruschi**.

Alle **18.30 di sabato 27 novembre nella Sala Velia si terrà la presentazione del progetto con un convegno dal titolo "In Viaggio con gli Etruschi in Toscana: buone pratiche e progetti di eccellenza"** che vedrà la partecipazione dei partner del progetto toscano e alcuni tra i principali esperti di archeologia etrusca. *"L'offerta turistica che parte dalla nostra storia e dalla cultura, collegate nel nome degli Etruschi, è uno degli elementi chiave per proporre esperienze immersive che tengano conto di vocazioni particolari di città e territori, il contrario del turismo mordi e fuggi, insomma. Gli Etruschi sono un forte denominatore comune per una Toscana diffusa"* così **Eugenio Giani presidente della Regione Toscana**.

*"La forza del modello toscano di turismo è il perfetto connubio tra innovazione e storia, commenta **Leonardo Marras, assessore all'economia e al turismo della Regione Toscana**. Proprio in questi giorni, a Firenze, si stanno illustrando le nuove tendenze del turismo digitale nell'appuntamento annuale con **BTO** e come sempre ne faremo tesoro per valorizzare il nostro territorio a partire, anche, dagli etruschi e dal prodotto turistico dedicato. La Bmta è una grande occasione di condivisione di esperienze a cui siamo orgogliosi di partecipare!"*

*"Il progetto Toscana Terra Etrusca, che ha come capofila il comune della Città di Chiusi, vede oggi coinvolti molti comuni toscani uniti sotto il segno del patrimonio della grande civiltà etrusca, ha detto **Francesco Tapinassi direttore di Toscana Promozione Turistica**. La sfida è di trasformare gli Etruschi anche in un grande attrattore turistico quale motivo di esperienza per la valorizzazione e promozione dei territori. E' in programma un percorso di promozione a livello nazionale che a breve partirà grazie al lavoro dell'agenzia Toscana Promozione Turistica anche al fine di strutturare il progetto a livello interregionale con il coinvolgimento di altre regioni italiane".*

La presentazione di sabato 27 sarà seguita da animazione con musicisti e rievocatori Etruschi delle Associazioni Suodales ed Herentas e a completamento del percorso alla scoperta degli etruschi anche quello che lega questa civiltà alle tradizioni enogastronomiche dei territori interessati. A questo proposito **Vetrina Toscana** proporrà una degustazione di ispirazione etrusca. Un vero e proprio viaggio a ritroso nel tempo, alla ricerca delle origini del gusto. Si partirà con le uova, alimento immancabile del banchetto etrusco. Agli ospiti di riguardo, infatti, si offriranno uova sode prima di iniziare il pasto. Si proseguirà con piatti a base di farro, alla base della dieta etrusca e ancora oggi talmente diffuso in Toscana da essere un prodotto a denominazione (Farro della Garfagnana IGP), salumi, formaggi e pesce.



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE
AREA AGENZIA DI VIAGGI

Partecipa
al nuovo corso di formazione online
e diventa Seychelles Specialist

16

BTO del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel".

LE NEWS

visualizza tutte



07/12/2021

UN FAM TRIP PER SAUDI TOURISM AUTHORITY

Saudi Tourism Authority ha completato con successo il suo primo



07/12/2021

OLTRE 10MILA VISUALIZZAZIONE E 274

Oltre 10mila visualizzazioni da remoto, 274 speaker esperti della



07/12/2021

AIR DOLOMITI: "NUOVO SERVIZIO A BORDO"

A partire da metà dicembre, Air Dolomiti rilancia il servizio di bordo,



07/12/2021

CONFINDUSTRIA ALBERGHI: "RISCHIO STOP SU

Le nuove linee guida delle Regioni recepite in un'ordinanza del Ministro



07/12/2021

IL TUCANO RICEVE IL PREMIO PAESTUM MARIO NAPOLI

Il Tucano Viaggi Ricerca, nella persona di Willy Fassio, è stato



APPUNTAMENTI DI SETTORE

Di seguito troverete gli avvenimenti più importanti relativi al mondo del turismo.

giovedì

16 DICEMBRE
dal 16/12 al 18/12/2021
Italy at hand

Milano

sabato

15 GENNAIO
dal 15/01 al 16/01/2022
ROMA SPOSA

ROMA

mercoledì

19 GENNAIO
dal 19/01 al 23/01/2022
FITUR

MADRID

domenica

13 FEBBRAIO
dal 13/02 al 15/02/2022
BIT

Milano

martedì

01 MARZO
dal 01/03 al 04/03/2022
Geco Expo

ONLINE

FIND A JOB

Sezione dedicata agli annunci di lavoro. Scopri di quale figure abbiamo bisogno

SCOPRI LE OFFERTE



Il nuovo corso di formazione alla scoperta della Spagna

ISCRIVITI ORA

CLUB DEGLI SPECIALISTI

Tutti gli esperti certificati AdvTraining



Annamaria Bonfanti
El Tiburon Viaggi

Le Seychelles incontrano gli agenti di viaggio

I nostri Webinar



Non solo città. Sport e natura in Polonia



Le città della Germania con focus sulla Baviera



E' ora di ripartire. TAP Air Portugal Ready to Go!



Canarie: i segreti delle isole minori La Palma, El Hierro e La Gomera



Viaggi, weekend ed esperienze per sorprendere chi ami



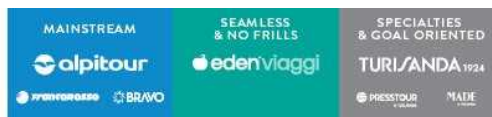
Il Visual Merchandising
Corso Agente di Viaggio
Cliente Boscolo

11 novembre 2021



MADRID SCONOSCIUTA. LUOGHI DA SCOPRIRE NEI DINTORNI DI MADRID
SPAGNA
Giovanni Marzocchi - Roma, Roma
Marcello Biondi - Roma, Roma
Marcello Biondi - Roma, Roma
Marcello Biondi - Roma, Roma

Link: <https://www.advtraining.it/news/77069-parte-a-firenze-l-edizione-xiii-di-be-travel-onlife>



Home Chi siamo News Turismo & Attualità

AdV Training

Contatti Iscriviti alla Newsletter

Cerca nel sito



News online Rivista online Reportage Piano Editoriale Turismo tematico Login/Report registrati L'intervista Destinazioni Start-up

Parte a Firenze l'edizione XIII di Be Travel Onlife

24 Novembre 2021 |



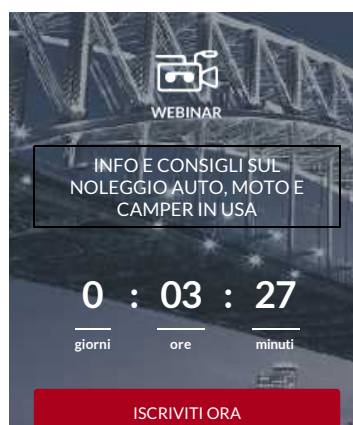
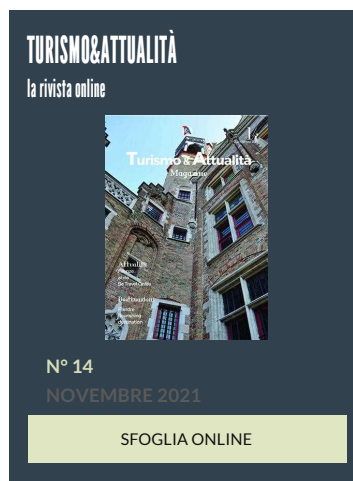
Al via a Firenze la 13a edizione di **BTO** - Be Travel Onlife in programma oggi nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze. Tra i protagonisti della giornata inaugurale che potrà essere seguita eccezionalmente anche online sui canali Facebook e Youtube di **BTO**, ci saranno anche gli ologrammi. La manifestazione dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a Firenze,

volge da sempre il suo sguardo sull'evoluzione del binomio tra turismo e innovazione, e anticipa i trend ancora prima che le nuove mode si affermino. Come accadde anni fa per la diffusione del fenomeno Airbnb, passando dai robot umanoidi con funzioni di concierge fino ai chip sottopelle in grado di aprire la porta della camera in hotel. BTO2021 si snoderà in altre 4 giornate tematiche - 25, 26, 29 e 30 novembre - un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importanti player del settore. **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.

L'Opening Day del 24 novembre si aprirà con gli interventi del ministro del Turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Toscana Eugenio Giani insieme all'Assessore comunale al Turismo Cecilia Del Re, al presidente della Camera di Commercio di Firenze Leonardo Bassilichi e al direttore scientifico di BTO2021 **Francesco Tapinassi**, per poi entrare nel vivo con la sessione "Visione", che vedrà sul palco ospiti nazionali e internazionali tra cui Valentina Superti DG Grow - Commissione Europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Nel pomeriggio al via la sessione "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro topic delle giornate successive (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso tavole rotonde a cui parteciperanno speaker in presenza, collegati via web ma non solo.

Gli ologrammi di Roberta Garibaldi Ad di Enit, Marco Gilardi Operations Direction Italy & Usa NH Hotel Group, Massimo Canducci Chief Innovation Officer Engineering e Simone Puerto Founder Travel Singularity faranno la loro apparizione sul palco del Salone di Cinquecento, in dimensione reale, interagendo con i moderatori. È l'azienda pisana Alkedo Produzioni a curare la parte tecnica di quella che loro stessi definiscono Holopresenza, e cioè un sistema che utilizza l'illusione ottica dell'ologramma integrandola in un contesto reale senza l'utilizzo di supporti visivi come occhiali o visori. Il sistema dell'Holopresenza può essere utilizzato in numerosi ambiti, tra cui il turismo business che con le sue migliaia di congressi e meeting ogni anno, rappresenta l'1% del PIL nazionale (dato 2019).

E il tema del turismo d'affari sarà al centro della ricerca di Sociometrica dal titolo "Il futuro del turismo business in Italia" che verrà presentata in anteprima a **BTO** il 24/11 da Antonio Preiti, professore all'Università di Firenze. Lo studio, che vedrà anche una presentazione più estesa il 30/11, ha preso in esame 2500 aziende in tutta Italia sull'impatto del Covid su viaggi d'affari, meeting, congressi e viaggi di istruzione. I dati saranno protagonisti anche nell'atteso panel in programma sempre il 24 e dedicato a Google Trends e Google Destination Insights in cui interverranno Furio Gianforme Industry Head Travel, Apps & Education Google e Giovanni Benassi Analytical Lead per il Travel Google. La ricerca di Ipsos "Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia", verrà illustrata in anteprima il 29 novembre durante la giornata con focus sul Food and wine. E la Toscana ne uscirà da protagonista risultando al secondo posto tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica, dopo la Sicilia e prima di Emilia-Romagna, Puglia e Campania.



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE

LE NEWS

visualizza tutte

AEROPORTI



24/11/2021

TORNA IN PRESENZA IL VENEZIA AIRPORT

Si è svolta all'aeroporto Marco Polo di Venezia l'edizione invernale

TOUR OPERATOR



24/11/2021

REISENPLATZ: NUOVE SINERGIE CON VOLONLINE

Inverno ricco di novità per Reisenplatz, a cominciare

TOUR OPERATOR



24/11/2021

MICHELE MATONE NUOVO PM DEL GRUPPO NICOLAUS

Nuovo potenziamento dell'area prodotto per il Gruppo Nicolaus con

TOUR OPERATOR



24/11/2021

ALPITOUR WORLD LANCIA IL BLACK FRIDAY 2021

Alpitour World lancia una nuova selezione di proposte in

FIERE TURISTICHE



24/11/2021

PARTE A FIRENZE L'EDIZIONE XIII DI BE TRAVEL ONLIFE

Al via a Firenze la 13a edizione di **BTO** - Be Travel Onlife in



APPUNTAMENTI DI SETTORE

Di seguito troverete gli avvenimenti più importanti relativi al mondo del turismo.

martedì

30 NOVEMBRE
dal 30/11 al 02/12/2021
IBTM WORLD

BARCELONA

lunedì

06 DICEMBRE
dal 06/12 al 09/12/2021
ILTM CANNES

CANNES

FIND A JOB

Sezione dedicata agli annunci di lavoro. Scopri di quale figure abbiamo bisogno

SCOPRI LE OFFERTE

Travel Safe *Spain On Tour*
Portale ufficiale del turismo spagnolo #BacktoSpain

Il nuovo corso di formazione alla scoperta della Spagna

ISCRIVITI ORA

CLUB DEGLI SPECIALISTI

Tutti gli esperti certificati AdvTraining

Alessio e Virna Colnago
Evolution Travel

Le città della Germania con Focus sulla Baviera

I nostri Webinar



E' ora di ripartire. TAP Air Portugal Ready to Go!

Webinar del 18 novembre 2021



Canarie: i segreti delle isole minori La Palma, El Hierro e La Gomera



Storie di vino



Diventa un esperto in Visual Merchandising



Madrid sconosciuta, luoghi da scoprire nei dintorni di Madrid



Riflessi di Murano



Spagna e Canarie

SEGUICI SUI
CANALI SOCIAL



ADV Training - Turismo & Attualità
Via di S. Prisca 16 00153 Roma
Tel.065747450
P.IVA 14031121008
Tutti i diritti sono riservati

- Home
- News
- Contatti
- Iscriviti alla Newsletter
- Chi siamo
- Rivista on line
- Area Agenti
- Login/registratori

Cerca nel sito

EDitt | Web Agency

Link: <https://www.advtraining.it/news/77093-spagna-valladolid-si-promuove-sul-mercato-italiano>



Home Chi siamo News **Turismo & Attualità** ▼

AdV Training >

Contatti Iscriviti alla Newsletter

Cerca nel sito



News online | Rivista online | Reportage | Piano Editoriale | Turismo **tema** | Login/Report registrati

Spagna, Valladolid si promuove sul mercato italiano

26 Novembre 2021 |



Valladolid, famosa soprattutto per la sua *Settimana della Passione* punta forte sul mercato italiano. "Non credo di esagerare" ha dichiarato il **sindaco Óscar Puente**, presente ad una conferenza stampa a Roma insieme al direttore dell'**Istituto Cervantes** di Roma, **Juan Carlos Reche**, "quando dico che la qualità di queste opere fa di Valladolid una delle principali esposizioni di immagini sacre e religiose del mondo. Sebbene la Settimana Santa si celebri in molte altre parti, quella di Valladolid ha caratteristiche uniche". La città diventa un

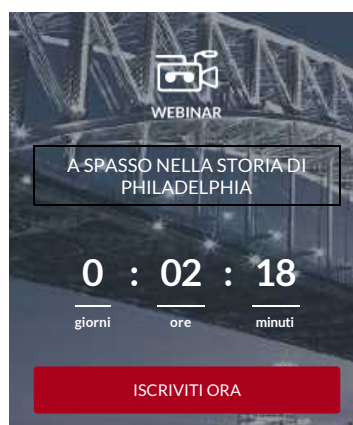
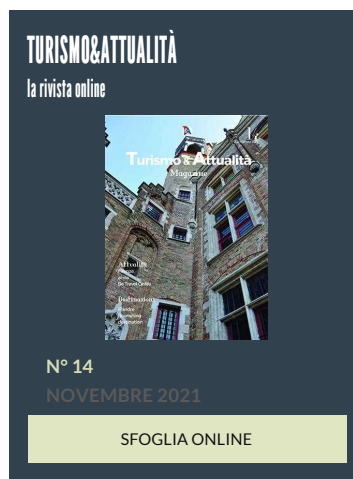
museo a cielo aperto con una trentina di processioni che si diramano per le vie e le piazze in cui vengono esposte le grandi opere dei maestri della scultura del XVI e XVII secolo. "Gli abitanti di Valladolid, indipendentemente da come la pensano o dal loro credo religioso, sono molto orgogliosi della loro Settimana Santa, la considerano un tesoro da conservare e condividere con coloro che desiderano visitare la città per assorbire la sua energia", ha concluso il Sindaco. La città oltre che un patrimonio artistico, storico, culturale notevole vanta anche un'ottima tradizione eno gastronomica e di accoglienza.

La Spagna, intanto, è ripartita con buoni numeri, recuperando almeno la metà dei flussi pre pandemici con l'obiettivo di raggiungere i livelli pre pandemia tra il 2023 e il 2024 come ha sottolineato **Arturo Escudero Garcia**, marketing dept dell'Ufficio Spagnolo del Turismo a Roma, ci spiega l'approccio e le attività che l'Ente ha intenzione di improntare nel prossimo futuro: "Uno dei nostri capisaldi sarà incentrato soprattutto sulla formazione degli agenti di viaggio perché riteniamo che in questo momento di ripresa il loro ruolo sia decisivo. Il consulente di viaggio deve diventare la figura di riferimento principale. Specialmente quelli che si occupano di attività tailor-made, in quanto primo punto di contatto col cliente devono saper trasmettere fiducia per la destinazione" ha chiarito. "Continueremo con la nostra serie di Webinar che stanno andando molto bene e della quale siamo molto contenti e sicurante porteremo avanti anche altre iniziative indirizzate alla formazione degli agenti di viaggio, senza tralasciare i rapporti con la stampa con press trip in diverse destinazioni spagnole".

Alla luce di questo, oltre alla formazione, gli eventi in presenza saranno fondamentali. "Parteciperemo non solo a quelli organizzati da noi ma anche quelli dei nostri partner e degli altri operatori del settore", ha spiegato, "quest'anno abbiamo fatto un grande sforzo per essere alla BMT pur sapendo che non era una situazione semplice, anche e soprattutto per dare un messaggio di supporto all'intero comparto turistico, consapevoli del ruolo di appoggio e stimolo che gli Enti del Turismo devono avere".

Confermate, dunque, le presenze alla BMTA di Salerno, al salone di IALCA e alla **BTO** di Firenze in corso di svolgimento: "Un altro momento molto importante della nostra programmazione dell'anno prossimo" ha concluso, "sarà un FamTrip e Workshop con giornate formative alle Canarie, che vogliamo organizzare insieme a Fiavet, di cui siamo diventati soci membri quest'anno. Vorremmo portare un buon numero di agenzie con un grande evento".

Laura Lo Turco



AREA
AGENTI
DI VIAGGI

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: <https://www.agenfood.it/cibo/a-firenze-dal-24-al-30-novembre-torna-be-travel-onlife-i-dessert-di-vetrina-toscana/>

22/11/2021 17:48



[CIBO&BEVANDE](#) [AGRICOLTURA](#) [TURISMO](#) [ISTITUZIONI](#) [TECNOLOGIE](#) [APPROFONDIMENTI](#)

[CONTATTACI](#) [ACCOUNT](#)



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

A Firenze dal 24 al 30 novembre torna Be Travel Onlife: i dessert di Vetrina Toscana

© NOV 22, 2021 dessert, eventi

(Agen Food) – Firenze, 22 nov. – Dal 24 al 30 novembre torna l'edizione 2021 di BTO – Be Travel Onlife: a Firenze si tengono incontri, panel e laboratori per discutere su innovazione e turismo.

Il 24 novembre, durante il pranzo, l'angolo dei dessert sarà firmato da Vetrina Toscana, il progetto di Regione e Unioncamere Toscana che promuove ristoranti, produttori botteghe e attività che offrono esperienze enogastronomiche. Il tema sarà dedicato ai dolci della tradizione con zuppa inglese, castagnaccio e Cantuccini Toscani IGP.

#BeTravelOnlife #VetrinaToscana #Unioncamere

Post Views: 4

LE INTERVISTE DI

[Intervista a Max Cozzoli di Sugood \(19 Novembre 2021\)](#)



[Intervista a Simona Limentani, fondatrice di Zolle \(30 Ottobre 2021\)](#)





67esima edizione della guida Michelin Italia, già noti i Bib Gourmand: il primato a Roma »

Di Redazione Agenfood

Simona Limentani – Zolle

[Intervista Pierantonio Sgambaro – Presidente Pasta Sgambaro \(29 giugno 2021\)](#)



[Intervista Andrea Arizzi – portavoce The Fork Italia \(9 giu 2021\)](#)

ARTICOLI CORRELATI



67esima edizione della guida
© NOV 22, 2021



Roadhouse eletta insegna
© NOV 22, 2021



Fiera Nazionale "Bologna in"
© NOV 22, 2021





NEWSLETTER

Nome o nome completo

Email

☐ Procedendo accetti la privacy policy

Iscriviti



COLLABORA CON NOI

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



Scrivi a
redazione@agenfood.it





Agenparl Italia Comunicati Stampa Social Network Regioni Toscana

Santa Fiora: il sindaco BTO di Firenze per parlare del progetto Smart Village

By Redazione - 27 Novembre 2021

2 0

 Search

- Advertisement -

Ricevi le nostre notifiche!

Clicca qui per ricevere le nostre notifiche!

(AGENPARL) – sab 27 novembre 2021 Santa Fiora: il sindaco alla BTO di Firenze per parlare del progetto Smart Village

Il sindaco di Santa Fiora, Federico Balocchi, venerdì pomeriggio, è stato invitato a Firenze, come ospite della manifestazione BTO, Buy Tourism Online, principale evento italiano dedicato al connubio tra innovazione e turismo, per parlare del progetto Smart Village.

Il sindaco è intervenuto durante l'incontro "I borghi italiani tra conservazione e innovazione per un'offerta turistica più sostenibile".

"Sono rimasto piacevolmente impressionato – ha commentato il sindaco – dagli attestati di apprezzamento per il progetto che sono arrivati da parte di tutti gli interlocutori. Un bel riconoscimento per l'esperienza che stiamo portando avanti a Santa Fiora che nasce dalla volontà di cogliere le opportunità che la fibra e il lavoro da remoto possono offrire ai borghi dell'entroterra come il nostro, che erogano servizi di qualità in un ambiente ancora a misura d'uomo. Il progetto ha dato dei risultati importanti: in due anni hanno risposto al nostro bando oltre 20 lavoratori che si sono trasferiti per il periodo previsto a Santa Fiora, alcuni di

essi con le famiglie. E tra questi 5 hanno deciso di trasferirsi in modo permanente a Santa Fiora.”

“Dopo l’incontro alla **BTO**, la visita alla Nana Bianca di Firenze, – prosegue il sindaco Balocchi – uno dei più moderni spazi di coworking e innovazione in Italia, è stata fonte di ispirazione per quello che dobbiamo ancora realizzare sull’Amiata, trasformando l’ex albergo del Pratuccio in un moderno polo funzionale del lavoro, con spazi attrezzati per il coworking a disposizione di lavoratori e di imprese, che decidono di delocalizzare e di investire sul nostro territorio.”

Comune di Santa Fiora



Previous article

Comunicato Regione: Acqua. Proroga concessioni gestione servizio idrico, Priolo:
“Necessaria per realizzare nei tempi previsti gli investimenti su reti e servizi con le risorse del PNRR e non perdere i fondi europei. Mercato e concorrenza importanti, ma gli investimenti pubblici per preservare questa risorsa primaria lo sono di più”

Next article

ENERGIA, SALVINI: “GIÙ LE BOLLETTE CON I TAGLI AGLI SPRECHI DEL REDDITO DI CITTADINANZA”

Redazione

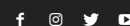
RELATED ARTICLES

MORE FROM AUTHOR

Link: <https://agenparl.eu/sojern-a-bto/>

mercoledì 24 Novembre 2021

Sign in / Join



HOME ITALIA ▾ INTERNATIONALI ▾ EDITORIALI ABBONATI ▾ LOGIN AGENPARL ▾



Home > Comunicati Stampa > Sojern a BTO

Comunicati Stampa Economia Politica Interna

Sojern a BTO

By Redazione - 24 Novembre 2021

2 0

Search

- Advertisement -

Ricevi le nostre notifiche!

Clicca qui per ricevere le nostre notifiche!

(AGENPARL) – mer 24 novembre 2021 Il marketing di Sojern a BTO con Luca Romozzi Sojern partecipa a BTO Betravel Onlife, di scena dal 24 al 30 novembre a Firenze. Luca Romozzi, direttore senior destination Europa, sarà in collegamento come relatore all'evento del 26 novembre alle 9 dal titolo "L'efficacia dei media di viaggio digitali nella comunicazione innovativa delle destinazioni". Romozzi condivide nel panel il modus operandi di Sojern nel marketing del turismo.

Nella comunicazione digitale dei territori per Sojern diventa indispensabile, non solo la brand awareness, ma anche l'efficacia e il ritorno economico dei propri investimenti promozionali. Anche il turismo può garantire la misura dei risultati dei propri investimenti promozionali attraverso i KPIs (Key Performance Indicators) "La tecnologia ci permette di scoprire anche le emozioni che ci sono dietro alcune scelte e intenzioni di viaggio – anticipa Luca Romozzi – ma oltre a calcolare l'impatto emotivo, l'efficacia di una campagna deve essere misurabile anche a livello pratico". Sojern coglie l'occasione di BTO per sensibilizzare gli esperti di destination marketing sulle nuove possibilità che offre la tecnologia.

In questo momento ci sono meno risorse e bisogna essere estremamente precisi e tempestivi negli investimenti sulle destinazioni.

Per Sojern fare rete nella comunicazione tra enti, associazioni ricettive, tour operator, vettori, sistemi museali e naturalistici costituisce il metodo migliore e più remunerativo per proporsi, a patto che, come Sojern, si realizzino campagne personalizzate, tempestive, flessibili, rivolte al singolo, quindi per ogni tipo di target, che aiutino la destinazione a capire quali sono i viaggiatori che la prediligono e come cambiano nel tempo.

A questo scopo Sojern ha lanciato da un mese, anche in Europa, il Co-Op Marketing Program progettato per aiutare le DMO (Destination Marketing Organization) a incanalare la domanda dei viaggiatori. La pandemia ha avuto un impatto enorme su viaggi e turismo e questo programma consente la collaborazione su campagne di marketing digitale tra DMO, hotel e attrazioni, per sostenere insieme la ripresa del mercato.

E' necessaria una cooperazione coordinata ora più che mai al fine di costruire un turismo più resiliente, responsabile e sostenibile. Il programma cooperativo di Sojern può essere personalizzato per soddisfare gli obiettivi specifici di ciascun partecipante, sia che si tratti di generare consapevolezza per una destinazione o di aumentare le visite. Indipendentemente

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

dall'obiettivo della campagna. Con questo programma Sojern ha realizzato 11 miliardi di euro di prenotazioni per oltre 10.000 brand turistici globali tra cui destinazioni, attrazioni, hotel, compagnie aeree, operatori di crociere e altro ancora. Per questo Sojern è stata nominata dall'UNWTO come semifinalista per il premio 'Healing Solutions for Tourism' che le riconosce di aver contribuito a mitigare l'impatto del COVID-19 nel settore.

Per saperne di più vi aspettiamo in collegamento o in presenza a BTO 2021.

Per ulteriori informazioni sulle soluzioni di marketing cooperativo di Sojern, visitare www.sojern.com/destinations.

Scarica il rapporto sulle tendenze di Skift: "Co-Op Marketing for Destinations: The Path Forward for Covid-19 Recovery" che esplora i vantaggi e i meccanismi del marketing cooperativo e fornisce le migliori pratiche basate su case history e interviste.

A proposito di Sojern

Sojern è una piattaforma di marketing digitale leader progettata per i professionisti del marketing dei viaggi. Utilizzando l'intelligenza artificiale e i dati sulle intenzioni dei viaggiatori, Sojern fornisce soluzioni di marketing multicanale per attrarre turisti verso le destinazioni. 10.000 hotel, attrazioni, enti del turismo e agenzie di marketing di viaggio si affidano a Sojern ogni anno per attrarre e convertire i viaggiatori di tutto il mondo.

Letizia Strambi

PR & press office Italy

+39 333.957905

www.sojern.com

Sojern in the Press

Link: <https://www.agricolae.eu/bto-de-castro-turismo-pezzo-importante-del-paese-paesaggi-storici-rurali-uniscono-enogastronomia-a-cultura-ma-dipendono-da-agricoltura/>

AGRICOLAE.EU

Bto, De Castro: turismo pezzo importante del Paese. Paesaggi storici rurali uniscono enogastronomia a cultura ma dipendono da agricoltura - Agricolae :Agricolae

"La Bto di Firenze è un'occasione importante per ricordare quanto l'Italia sia un Paese che vive di turismo e che come tale questo debba mettersi al passo con i tempi. Anche perché turismo non è solo viaggiare ma anche conoscere e capire il territorio che si visita".


Così ad AGRICOLAE Paolo De Castro, già ministro delle Politiche agricole e Primo Vice-Presidente della Commissione Agricoltura e Sviluppo Rurale del Parlamento Ue in occasione della BTO Betravelonlife, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia in tutte le sue declinazioni che si svolge a Firenze a partire dal 24 novembre.

Bto è anche l'occasione per ricordare quanto siano importanti, nell'ottica di un nuovo turismo cosiddetto 'di lusso', i paesaggi storici rurali. "Non soltanto rappresentano una meta ambita per gli stranieri, ma uniscono il turismo enogastronomico a quello storico. E costituiscono una garanzia per le attività agricole delle aree interne. Ma senza agricoltura non sopravvivono".

25/11/21, 09:23

Bto, De Masi: turismo tra i primi settori ad essere stato digitalizzato. Per ora decide ancora tutto il Covid - Agricolae :Agricolae

Bto, De Masi: turismo tra i primi settori ad essere stato digitalizzato. Per ora decide ancora tutto il Covid

 [agricolae.eu/bto-de-masi-turismo-tra-i-primi-settori-ad-essere-stato-digitalizzato-per-ora-decide-ancora-tutto-il-covid](https://www.agricolae.eu/bto-de-masi-turismo-tra-i-primi-settori-ad-essere-stato-digitalizzato-per-ora-decide-ancora-tutto-il-covid)

24 novembre 2021

Turismo24/11/2021 11:45

"Il turismo è cambiato da tempo, da prima della pandemia. Basti pensare a Trip advisor o alle altre piattaforme di offerta turistica esistenti sul web. D'altronde il piano nazionale di resilienza prevede 57 miliardi di digitalizzazione e l'Italia sarà il paese più digitalizzato d'Europa". Così ad AGRICOLAE Domenico De Masi, in occasione della Bto BeTravelOnlife di Firenze che apre un dialogo sulle nuove opportunità offerte dall'innovazione tecnologica e dalla digitalizzazione per il settore. "Il turismo ormai è già digitalizzazione", prosegue il sociologo. "Ma soprattutto a cambiare il turismo è stata la pandemia. I dati sono molto ballerini per cui qualsiasi progetto è molto difficile da fare. Nessuno in questo momento può prevedere il futuro e sappiamo che quando ci sono i focolai si disdicono le presenze, vedi ultimamente quanto accaduto a Cortina. Il vero attore in questo momento è ancora il Covid, tutto il resto è contorno", conclude.

Questo sito utilizza cookies di Sessione, Tecnici e di Profilazione. Cliccando su "OK", questi cookies si attiveranno. Per maggiori informazioni o per eventuali limitazione dei cookie, clicca sul link e visita la nostra apposita sezione.
This website uses Session, Permanent and Third-Party cookies. by clicking on "Ok", these cookies will be enabled. For further informations or for cookie limitation, please click on the link and visit our dedicated section.
 Cookie & Privacy Policy

25/11/21, 09:25

Bto, il viaggiatore di domani sceglie il turismo di prossimità. Ma alle call online preferisce le trasferte - Agricolae :Agricolae

Bto, il viaggiatore di domani sceglie il turismo di prossimità. Ma alle call online preferisce le trasferte

 [agricolae.eu/bto-il-viaggiatore-di-domani-sceglie-il-turismo-di-prossimita-ma-alle-call-online-preferisce-le-trasferte](https://www.agricolae.eu/bto-il-viaggiatore-di-domani-sceglie-il-turismo-di-prossimita-ma-alle-call-online-preferisce-le-trasferte)

24 novembre 2021

Cresce la domanda domestica a livello globale, ma recupera anche il turismo business, dopo *l'annus horribilis* del Covid: si è aperta questa mattina a Firenze la **13/a edizione di BTO – Be Travel Onlife**, evento leader su turismo e innovazione con un programma ibrido tra incontri in presenza e online, che si snoderà poi in cinque giornate tematiche (**24, 25, 26, 29, 30 novembre**) e tre location diverse in città. 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**.

Oggi l'opening a Palazzo Vecchio ha visto per la prima volta intervenire alcuni relatori in versione **ologramma nel Salone dei Cinquecento**. Gli ologrammi, infatti, rappresentano una delle nuove modalità per viaggiare, sfruttata soprattutto a livello di turismo congressuale. Il **settore business** però non si arrende e anzi vede segnali di ripresa nell'anno che verrà: secondo una ricerca effettuata da **Sociometrica** appositamente per BTO, su un campione di 2.500 imprese, rappresentativo delle aziende italiane sia per dimensione e distribuzione geografica, sia per settore di attività, oltre **il 63% non ha intenzione di tagliare** le spese per i viaggi di lavoro **e oltre il 72% intende lasciare invariato il totale dei viaggi di lavoro rispetto al periodo pre-Covid**, mentre più della metà degli intervistati ritiene insostituibili le riunioni in presenza. Più nello specifico: alla domanda se le **call online** possano sostituire le occasioni reali di discussione il 6,3% ha risposto "sì, sempre", il 35% "sì in molti casi", il 44% "solo in alcuni casi" e il 14,7% "no, in nessun caso".

Ancora penalizzate le mete internazionali, a causa del periodo di incertezza legato alla pandemia: secondo i trend di ricerca di **Google**, cresce la domanda domestica a livello globale. In generale, la domanda travel sta vivendo una buona ripresa e si sta riavvicinando ai valori del 2019. Globalmente, le ricerche travel nell'estate del 2021 hanno toccato quasi gli stessi livelli misurati nel 2019 (fonte: **Destination Insights**, strumento di Google accessibile senza costi online).

Guardando all'Italia i trend delle ricerche Google dimostrano come la crescita della domanda abbia avuto diverse fasi. Prima della pandemia, era maggiormente concentrata su destinazioni internazionali. Nel corso del 2020 è stata prima guidata da diverse destinazioni locali, mentre ora è guidata dalle grandi città, dove Roma, Milano e Catania risultano le tre città a livello domestico in Italia con la più grande crescita di interesse di ricerca nel periodo di Aprile-Luglio 2021 (Fonte: Google Destination

25/11/21, 09:25

Bto, il viaggiatore di domani sceglie il turismo di prossimità. Ma alle call online preferisce le trasferte - Agricolae :Agricolae

insights). Guardando alla città di Firenze, sempre consultando Destination Insights si nota come nel periodo ottobre-novembre 2021 sia in quarta posizione per interesse tra le città italiane. Allo stesso tempo, l'interesse verso la Toscana come destinazione guardando alla domanda domestica proviene principalmente dal territorio toscano stesso, seguito dal Lazio e dalla Lombardia.

BTO – Be Travel Onlife prosegue **domani**, giovedì 25 novembre, con il **Digital Strategy & Innovation Day**, nella sede di Nana Bianca presso il Granaio dell'Abbondanza, in piazza del Cestello. Si comincia alle ore 9 con la Guida agli Open Data del turismo, con **Rodolfo Baggio** dell'Università Bocconi e **Giorgia Lodi**, Istituto di Scienze e Tecnologie della Cognizione del CNR, si prosegue alle ore 10 con **Patrizia Asproni**, Presidente Museo Marino Marini, per scoprire il nuovo volto dei musei. Alle 14 focus sui big data nel settore pubblico con **Monica Scannapieco** di ISTAT, tour virtuali vs realtà con la docente di social e influencer **Elena Farinelli**. Chiude la giornata l'intervista doppia con **Luca Bove** (Local Strategy) e **Francesca Ruvolo**(Wildflowermood). Tema: **i nuovi nomadi digitali**.

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

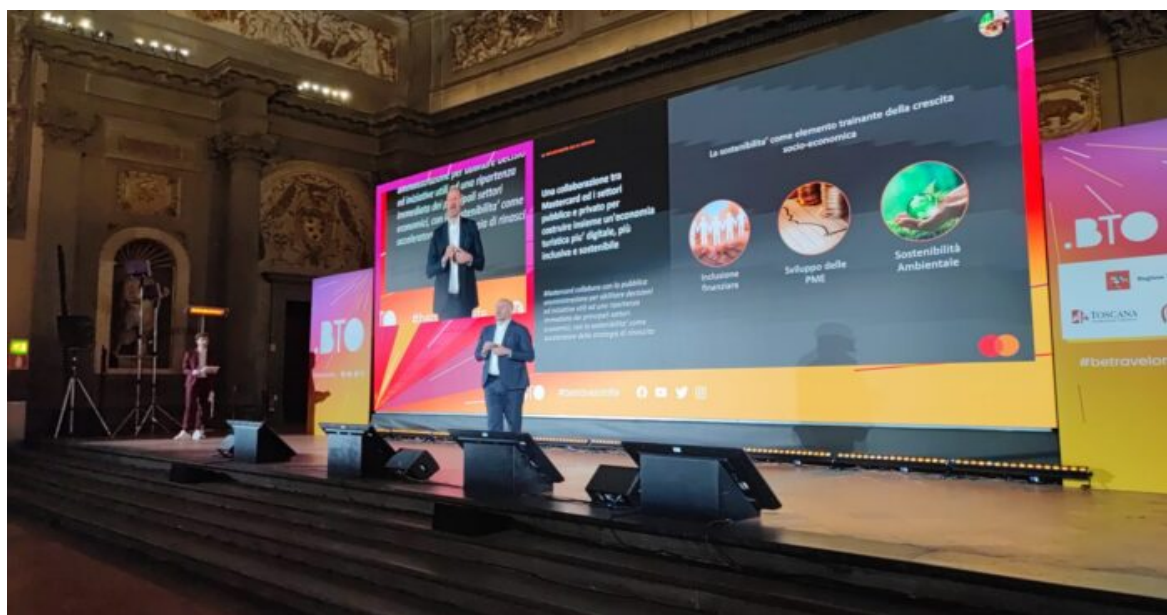
25/11/21, 09:25

Bto, la presentazione delle quattro giornate: innovation, destination, food&wine e hospitality - Agricolae :Agricolae

Bto, la presentazione delle quattro giornate: innovation, destination, food&wine e hospitality

 [agricolae.eu/bto-la-presentazione-delle-quattro-giornate-innovation-destination-foodwine-e-hospitality](https://www.agricolae.eu/bto-la-presentazione-delle-quattro-giornate-innovation-destination-foodwine-e-hospitality)

24 novembre 2021



Il Bto si dispiegherà in quattro giornate che si concentreranno su aspetti diversi del turismo. **Il 25 novembre sarà dedicato alla digital innovation, il 26 novembre alla destination, il 29 novembre al food and wine e infine il 30 novembre all'hospitality.** Nell'arco del pomeriggio Bto ha ripreso i lavori parlando ancora della vision d'insieme con **Gabriele Burgio**, di Alpitour World: "La domanda è spinta dalla voglia delle persone di viaggiare. La conferma arriva da ottobre, quando con la riapertura delle Maldive, Repubblica Dominicana e Egitto abbiamo registrato un'esplosione delle richieste. Tuttavia ci troviamo di fronte ad una riduzione dell'offerta. Stiamo ora vivendo decisioni last minute che portano difficoltà nella pianificazione sia dei viaggi. Ad oggi abbiamo un febbraio ancora vuoto e un gennaio in fase di riempimento. Oggi, dopo la pandemia, la richiesta dell'organizzazione di un viaggio è di nuovo in aumento, riscoprendo l'attività dei tour operator, a patto di avere flessibilità, oggi un cambiamento irreversibile. Oggi la parte digitale chiede un potenziamento e questo viene confermato dai 10mila preventivi al giorno che i nostri sistemi creano, tutti uno diverso dall'altro e sempre più personalizzati".

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

25/11/21, 09:25

Bto, la presentazione delle quattro giornate: innovation, destination, food&wine e hospitality - Agricolae :Agricolae



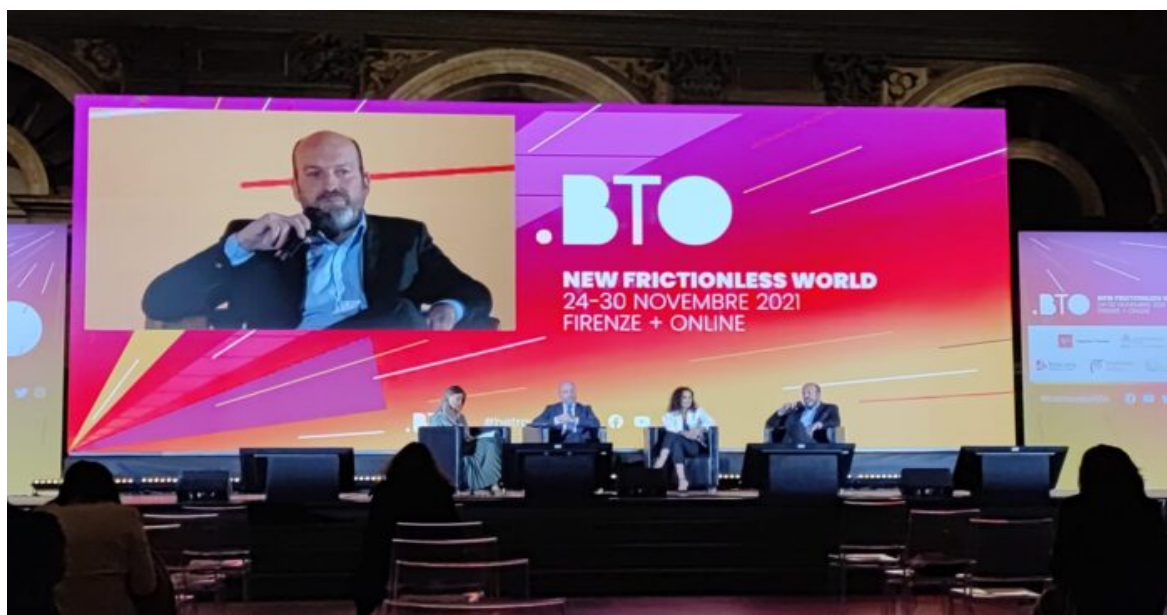
Il professor **Dimitrios Buhalis**, della Bournemouth University, si è soffermato sul cambiamento nell'approccio ad una esperienza turistica che sarà diversa rispetto a quella a cui siamo abituati: "Stiamo cercando di tornare alla normalità, ma la tecnologia ha rivoluzionato tutte le nostre vite, compreso il turismo. La Mixed reality può aiutare, come la realtà aumentata, a farci scoprire le cose che davvero ci interessano e non quello che magari vuole farci vedere una guida turistica. Poi c'è l'intelligenza artificiale con i big data che ci aiuteranno a contestualizzare il prodotto giusto al momento giusto. Il terzo elemento sarà l'automazione, e possiamo prendere esempio dalla robotizzazione di Amazon".

Tutto gioca attorno al concetto dei dati, perché sono la chiave di volta che potrà permettere ad un settore in difficoltà come quello turistico a fare il salto di qualità verso il futuro: "Una parte del nostro lavoro è legata alla raccolta di big data in partnership con le pubbliche amministrazioni, così da capire cosa stesse succedendo al tessuto turistico durante la pandemia - spiega **Nicola Villa**, Executive Vice president di Mastercard -. Per questo abbiamo spesso a che fare con il concetto di "Reset", ovvero far ripartire il turismo in chiave più sostenibile e inclusiva. Per questo stiamo sviluppando alcune iniziative per aiutare le piccole e medie imprese. Uno dei trend è lo staycation, un mix tra vacanza e lavoro in tempi prolungati. Abbiamo rilevato anche un utilizzo maggiore dei trasferimenti su gomma, preferiti ad altre modalità proprio a causa della pandemia. I viaggi business iniziano a ripartire, soprattutto per le piccole e medie imprese".

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

25/11/21, 09:25

Bto, la presentazione delle quattro giornate: innovation, destination, food&wine e hospitality - Agricolae :Agricolae



La presentazione ha accolto quattro panel specificatamente dedicati alle quattro giornate del BTO. Vista la forma ibrida della manifestazione i contributi saranno poi disponibili per quattro mesi. L'innovation, come ha sottolineato **Francesca Benati**, di Amadeus, si giocherà sulla capacità di risposta degli operatori: "La chiave sarà l'agilità. Abbiamo parlato di innovazione, di velocità, ma dovremo essere capaci di muoverci rapidamente dal punto di vista del marketing. Non basterà aggiungere risorse, dovremo cambiare il modo di fare partnership con varie aziende che possono completare il nostro business e diversificare così i costi". Le fa eco **Rita Juszina Varga**, RAIZUP: "Al momento i dati ci dicono che in Italia ci sono più di 50mila posizioni aperte nel settore dell'ospitalità, una sfida da affrontare per il prossimo decennio", mentre **Simone Puorto**, di Travel Singularity, non vuole parlare di punto di non ritorno: "Il cambiamento era già in corso prima del Covid, che ha solo accelerato alcuni processi. Semplicemente abbiamo tagliato circa 10-15 anni. e oggi abbiamo tre tendenze: la richiesta del viaggiatore medio per la flessibilità della prenotazione".

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

25/11/21, 09:25

Bto, la presentazione delle quattro giornate: innovation, destination, food&wine e hospitality - Agricolae :Agricolae



Misa Labarile, della Commissione europea, parla di destination, di come cambieranno i luoghi: "Dobbiamo certamente tornare alla normalità e il turismo deve tornare nell'agenda della Commissione Europea. L'UE può creare accordi con stati e regioni e un memorandum di intesa metterà assieme tutte le idee per i prossimi dieci anni. Si tratta di una visione che si è evoluta grazie al contributo di tutti. Uno degli obiettivi è avere accesso ai dati libero a tutti, perché la condivisione è fondamentale". Per **Dolorez Ordonez**, legata al programma Smart Cities della Commissione, l'obiettivo è offrire servizi migliori ai cittadini: "La città smart deve offrire servizi sia a chi ci abita sia ai turisti. L'intelligence cities challenge coinvolge 30 città. Dobbiamo individuare le necessità di ciascuna e una strategia. Come rendere queste destinazioni sostenibili ma efficaci? Serve un esperto per ogni città e per ogni aspetto". Ma non deve essere tralasciato l'aspetto degli abitanti dei luoghi visitati, come conferma **Patrick Torrent**, dell'Agenzia catalana per il turismo: "Abbiamo bisogno di un nuovo patto sociale, serve una luce verde da parte dei residenti, chiediamo un impegno globale per il turismo responsabile, mettere dietro lo stesso tavolo l'industria del turismo e gli attori locali".

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

25/11/21, 09:25

Bto, la presentazione delle quattro giornate: innovation, destination, food&wine e hospitality - Agricolae :Agricolae



Ma quali sono le sfide del turismo enogastronomico? Per **Magda Antonioli**, della Bocconi di Milano, "si tratta di una componente importante del turismo, capace di convogliare risorse per un territorio e la sua tradizione, ma solo a patto di confezionare un pacchetto esperienziale cucito addosso ad ogni turista". **Stefano Mosca**, della Fiera internazionale del tartufo bianco d'Alba, ha coniato un neologismo: Turismo "enogastronobile", che unisce insieme enogastronomia e sostenibilità, che però deve essere anche sociale".

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

AGRICOLAE.EU

BTO, Nardella: Grazie a questo evento Firenze è al centro del dibattito e della sperimentazione per il turismo - Agricolae :Agricolae

MADE IN UE

Turismo24/11/2021 11:49

BTO, Nardella: Grazie a questo evento Firenze è al centro del dibattito e della sperimentazione per il turismo

"Bto colloca Firenze al centro del dibattito e della sperimentazione per il turismo, declinato attraverso l'innovazione tecnologica. Il messaggio di quest'anno è l'essere: il turismo è parte di un'esperienza. Per questo dobbiamo essere pionieri. Bto Firenze è un'opportunità per tutti gli operatori, ma dobbiamo investire sulle infrastrutture e fare squadra, tanto più dopo la terribile esperienza del Covid". Così Dario Nardella, sindaco di Firenze, in occasione della giornata inaugurale del BTO di Firenze, a Palazzo vecchio.

Articoli correlati

24/11/2021

Bto, Del Re (Firenze): La nostra città da della creatività e dell'innovazione digitale la sua cifra

24/11/2021

25/11/21, 09:24

Parte il BTO, il turismo in Italia rinasce attraverso l'innovazione digitale - Agricolae :Agricolae

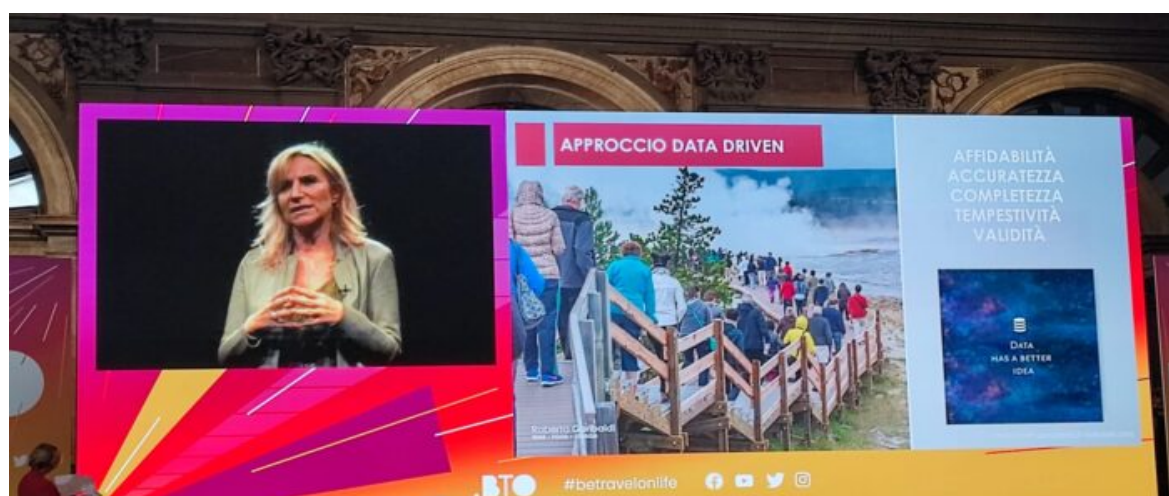
Parte il BTO, il turismo in Italia rinasce attraverso l'innovazione digitale

 [agricolae.eu/parte-il-bto-il-turismo-in-italia-rinascere-atteverso-linnovazione-digitale](https://www.agricolae.eu/parte-il-bto-il-turismo-in-italia-rinascere-atteverso-linnovazione-digitale/)

24 novembre 2021

Frictionless. Questa è la parola chiave per la tredicesima edizione di BTO, presentata oggi a Firenze. L'Opening Day è stato accolto nella cornice di Palazzo Vecchio e nel corso dell'anteprima sono stati annunciati i quattro temi portanti della manifestazione, Digital Innovation, Destination, Food and Wine e Hospitality. L'evento si concluderà infatti dopo 4 giorni di dibattiti e interventi, il 30 novembre, tutti legati dal fil rouge del Be Travel Onlife. Ridurre gli attriti significa, allargare la visione di un paese a forte vocazione turistica come il nostro e l'innovazione digitale e tecnologica permetterà di superare le difficoltà della pandemia per presentarsi con nuovi strumenti a chi oggi non vuole solamente fare il turista, ma vuole vivere una esperienza che inizia ancora prima della partenza.

"Sono passati 620 giorni dalla presente edizione, ben 22 mesi di cesura. Ma come avremmo vissuto la pandemia senza gli strumenti digitali?" si chiede **Francesco Tapinassi, direttore scientifico della manifestazione**. "Abbiamo sperimentato una socializzazione diversa, virtuale, ma soprattutto il viaggio è tornato una vera vacanza, uno stacco dalle restrizioni. Per questo il claim del 2021 è "Frictionless", senza più attrito - continua Tabinassi -. Per questo BTO guarda al futuro del turismo e come impatteranno tecnologie come virtual reality e augmented reality. C'è poi il tema dello Smart working: potremo decidere dove lavorare. Ma oggi già pensiamo al "Metaturismo": ci sarà spazio per il turismo virtuale?".



Del resto l'annuncio di Facebook sul Metaverso sta già aprendo nuove strade verso le esperienze immersive, che permettono di avere informazioni prima e ricordi più vividi dopo. "La tecnologia diventa molto più facile da utilizzare ed entra anche nel momento della pre visita, ma le app ci accompagneranno anche durante la visita, anche con la

25/11/21, 09:24

Parte il BTO, il turismo in Italia rinasce attraverso l'innovazione digitale - Agricolae :Agricolae

realtà aumentata e senza cartelli invasivi, potendo anche acquistare prodotti o una degustazione digitale: così la nostra esperienza Sara ancora più piena - spiega **Roberta Garibaldi, Ad di Enit** -. C'è poi la questione del Blockchain che aiuterà a combattere l'italian sounding. La raccolta dei data sarà fondamentale, insieme alla loro precisione e tempestività di raccolta, ma il tema del benessere sarà preminente, quello che si può ottenere immersi nella natura e anche in ambito rurale. Proprio per questo il cibo sarà sempre più legato alla sostenibilità, anche sociale: oggi il turista enogastronomico è sempre più consapevole. Sarà così necessario creare connessioni tra ambiente urbano e rurale. Un esempio è l'olio del Colosseo, ma attraverso l'educazione al cibo possiamo migliorare il nostro approccio all'alimentazione".



"Il settore turistico è stato quello più colpito dalla pandemia. Nel 2019 l'Europa era la regione più visitata, ma la Commissione ha messo in campo molte misure, rendendo disponibili diversi strumenti di politica regolamentare e finanziamenti - conferma **Valentina Superti DG Grow della Commissione Europea**. Ad esempio il certificato Covid, chiamato Green pass in Italia: questo ha salvato la stagione estiva. Sono stati scaricati oltre 600 milioni di certificati, ma sappiamo che molto resta da fare. Non sappiamo quando il turismo tornerà ai livelli del 2019 - continua Superti -, possiamo però dire che in futuro il turismo sarà più sostenibile e digitale. Questo è inevitabile e essenziale, perché la domanda si è evoluta. Oggi il viaggiatore vuole vacanze sostenibili e l'offerta dovrà adeguarsi. I dati ci dicono che i 2/3 dell'ospitalità fa uso degli strumenti digitali, e quindi si può crescere. Dobbiamo poi raccogliere e organizzare i dati, così da migliorare l'offerta. Entro il 2030 ci serve un piano solido e ambizioso, un progetto approvato e monitorato dall'intero sistema, tutti devono sostenerlo. Ci saranno delle tappe: prima dell'estate abbiamo coinvolto molti attori di questo ambito nella discussione".

Gli operatori dovranno configurare la propria offerta in base alle nuove necessità e ai desideri dei turisti: "Abbiamo registrato una maggiore importanza della cultura del dato per tutti gli operatori- sottolinea **Furio Gianforme, di Google** -. Per questo abbiamo creato degli strumenti pubblici, che permettono a tutti di ottimizzare campagne di

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

25/11/21, 09:24

Parte il BTO, il turismo in Italia rinasce attraverso l'innovazione digitale - Agricolae :Agricolae

marketing ad hoc". La pandemia di fatto non ha cambiato le abitudini, ma ha accelerato un processo che era già in corso. "Abbiamo fatto un'esperienza che ci ha portato ad accelerare sulle tecnologie. Nel mondo conteranno atteggiamenti e valori e chi lavora nel mondo del consumo dovrà averne a che fare - spiega **Giovanni Boccia Altieri, professore dell'Università di Urbino** -. C'è poi la realtà esperienziale mixed, analogico e digitale si fonderanno. Il consumatore del futuro sarà sempre più phygital, interagirà attraverso schermi o realtà immersive. Ci sono tre tendenze da tenere in mente per il prossimo futuro: il remote working, il big data driven e infine l'automation con l'AI".



Ma come sarà la nuova esperienza turistica? "Ci sono cinque fasi: desiderare, scegliere, prenotare, vivere e ricordare - conferma **Massimo Canducci, Chief Innovation Officer del Gruppo Engineering** -. In futuro avremo nuovi dispositivi, come occhiali smart in grado di sostituire tutto quello che oggi facciamo con gli smartphone. Quindi l'azione del marketing dovrà passare anche attraverso questi device. Il turista non utilizzerà più singole applicazioni, ma ecosistemi digitali: da mobile first a glasses first".

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

AGRICOLAE.EU

Turismo, la prima edizione ibrida di BTO chiude a quota 10k visualizzazioni e dà appuntamento al 2022 - Agricolae :Agricolae

Turismo03/12/2021 16:34 Turismo, la prima edizione ibrida di BTO chiude a quota 10k visualizzazioni e dà appuntamento al 2022 Oltre 10mila visualizzazioni da remoto, 274 speaker esperti della Travel Industry, 102 eventi distribuiti in cinque giornate e tre diverse location, con ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: si è chiusa a Firenze la prima edizione ibrida di BTO – Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana. Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano nel novembre 2022. L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da 24 Paesi nel mondo. Nella top 10: Italia, USA, Finlandia, Austria, Svizzera, UK, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone. Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di BTO, hanno partecipato attivamente alle 4 tematiche protagoniste dell'edizione 2021, totalizzando oltre 10.000 presenze live agli eventi. Il più seguito in termini di presenze, il Digital Innovation & Strategy Day, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle Destination, quella specificatamente riservata al mondo Hospitality e quella dedicata al Food & Wine Tourism. Una tendenza forse destinata a cambiare, considerando il fatto che proprio il turismo enogastronomico è emerso come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine. Su MyBTO, la piattaforma online di BTO 2021, le attività dedicate alle quattro tematiche chiave hanno superato i 75.000 minuti. Conclusa la BTO Week, la manifestazione adesso prosegue per gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, dando la possibilità di rivivere online gli eventi con 5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica integralmente fruibili sul web. "Questa tredicesima edizione di BTO è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo – commenta Leonardo Marras, assessore all'Economia e al Turismo della Regione Toscana –. BTO per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche

nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022". "Il successo di questa edizione di BTO è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business", dice Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze. "La BTO - aggiunge - è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati". "Un grazie a tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente – dichiara Francesco Tapinassi, direttore scientifico di BTO2021. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i 274 speakers, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesse di fare una BTO del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel". Articoli correlati 03/12/2021 Concordato Ferrarini, Pini: la notizia di delocalizzazioni di produzioni di Ferrarini e Vismara è priva di ogni fondamento e soprattutto di ogni logica industriale e commerciale 03/12/2021

Link: <https://www.agricultura.it/2021/11/30/turismo-enogastronomico-centinaio-mipaaf-italia-meta-preferita-boom-conferma-che-sinergia-dei-due-settori-era-strada-giusta/>

CHI SIAMO PARTNERS CONTATTI

f @ in t v

agricultura.it
IL GIORNALE DELL'AGRICOLTURA ITALIANA

HOME CRONACHE RUBRICHE MULTIMEDIA AGENDA SPECIALI PSR AZIENDE E PRODOTTI PUBBLICITÀ CONTATTI



Home > Cronache > Dai Campi > Turismo enogastronomico, Centinaio (Mipaaf): Italia meta preferita, boom conferma che sinergia dei...

Cronache Dai Campi

Turismo enogastronomico, Centinaio (Mipaaf): Italia meta preferita, boom conferma che sinergia dei due settori era strada giusta

di Agricultura.it - 30 Novembre 2021

CERCA SU AGRICOLTURA.IT

 Search

ULTIME NOTIZIE

Agricoltura contadina. Murgia (Regioni), diverse criticità nella...

DAI CAMPI 30 Novembre 2021

Piccola pesca artigianale. Mipaaf: attivi gli acceleratori...

ZOOTECNIA 30 Novembre 2021

Crisi olivicoltura. Parentela (M5S) attacca il sottosegretario...

OLIO 30 Novembre 2021

Turismo enogastronomico, Centinaio (Mipaaf): Italia meta preferita,...

DAI CAMPI 30 Novembre 2021

Trattori, telescopici e escavatori. Il 9 e...

AGENDA 30 Novembre 2021

ROMA – “Il boom che ha fatto registrare in Italia il turismo enogastronomico nel 2021 conferma che la strada che avevamo intrapreso nel 2018 era quella giusta. I due settori che avevo unito in sinergia hanno grandi potenzialità e devono essere sempre più complementari, perché il nostro – più di altri – è un paese non solo da vedere, ma anche da mangiare e da bere”.

Il sottosegretario alle Politiche agricole alimentari e forestali, **Gian Marco Centinaio**, commenta con queste parole una ricerca Ipsos e le tendenze presentate da Google nel corso di **BTO. Be Travel Onlife** a Firenze, secondo cui fra gennaio e ottobre di quest'anno il Belpaese è risultato primo fra le mete più golose al mondo seguito da Francia e Giappone.

CERCHI UN TRATTORE O ALTRE ATTREZZATURE AGRICOLE?

VISITA MASCUS.IT

CLICCA QUI

“La ricerca dei tour enogastronomici ha fatto registrare un più 39 per cento e quella relativa alle cantine

WEB

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

+30 per cento. Numeri importanti che possono continuare a crescere. Complice la pandemia – ricorda il sottosegretario – viene sempre più apprezzato un turismo sostenibile che ha come protagonisti territori e aree interne finora meno conosciute con tutto quello che hanno da offrire anche a tavola. L'agroalimentare Made in Italy e le sue tante eccellenze da Nord a Sud sono un'opportunità di crescita per tutte le nostre regioni. L'offerta enogastronomica, insieme all'arte e alla cultura, i nostri migliori ambasciatori all'estero", conclude Centinaio.

Nella foto un'icona del **paesaggio della Val d'Orcia** – Podere Belvedere – San Quirico d'Orcia (Si)

Informazione pubblicitaria

TAGS centinaio gian marco centinaio in evidenza Mipaaf turismo turismo enogastronomico

Articolo precedente

Trattori, telescopici e escavatori. Il 9 e 10 dicembre l'asta online di Ritchie Bros. Come fare per partecipare

Articolo successivo

Crisi olivicoltura. Parentela (M5S) attacca il sottosegretario Battistoni: urgente convocare tavolo olio

Agricoltura.it

<http://www.agricultura.it>

Le news dal mondo dell'agricoltura, informazioni dal produttore al consumatore...e poi, normative, curiosità, appuntamenti enogastronomici e itinerari all'aria aperta.

ARTICOLI CORRELATI ALTRO DALL'AUTORE

DAI CAMPI

Agricoltura contadina. Murgia (Regioni), diverse criticità nella proposta di legge in discussione al Senato

DAI CAMPI

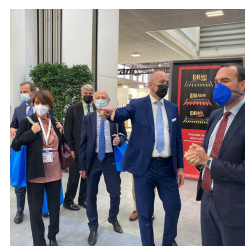
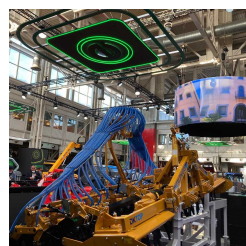
Nasce Anaprobio. Riunisce 6 mila produttori biologici aderenti a Copagri

DAI CAMPI

Corpi Forestali regionali. M5S: al lavoro in Legge di Bilancio per riconoscere trattamento previdenziale



SEGUICI SU INSTAGRAM @AGRICOLTURA.IT



Testata giornalistica registrata al Tribunale di Siena.
Registro Periodici: n. 714 del 3/7/2001
Direttore responsabile: **Lorenzo Benocci**

Contattaci: redazione@agricultura.it



[Chi Siamo](#)

[Partners](#)

[Contatti](#)

[Privacy Policy](#)

© 2018, Agricultura.it | Sito realizzato da: Alfio Tondelli Comunicazione

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: <https://www.agrodolce.it/2022/01/05/il-futuro-del-vino-tra-bitcoin-e-nft/>



NEWS LIFESTYLE RICETTE LA GUIDA DI AGRODOLCE VIDEO



BEVANDE | CHEF | CIBO | HOW TO | DOVE MANGIARE | PRODUTTORI | TV E MEDIA



HOME BEVANDE Il futuro del vino tra Bitcoin e N...

Il futuro del vino tra Bitcoin e NFT

di Silvia Pace • 5 Gennaio 2022



Gli NFT, la blockchain e i bitcoin sono arrivati anche nel mondo del vino: che sia questo il futuro anche in questo campo?

Il futuro del **vino** è nel segno di **Bitcoin** e **NFT**. Merito dell'*Italian Wine Crypto Bank* (Iwcb), la prima banca del vino italiano costruita su **blockchain**, il grande registro contabile, condiviso e immutabile, che tiene traccia delle transazioni virtuali. L'istituto di credito dal cuore italiano ma con sede a Dubai e Hong Kong ha lanciato da poche settimane l'**Iwb**, la **moneta virtuale per l'acquisto delle bottiglie**.

Per la prima volta nel mondo, i possessori di **Bitcoin**, **Ethereum** e delle principali **criptovalute** hanno la possibilità di utilizzarle per acquistare i vini della **Italian Wine Crypto Bank** tramite la piattaforma di scambio **Latoken**. Sta agli acquirenti decidere se godersi subito il vino o se scegliere di conservare le bottiglie, opportunamente personalizzate, nel magazzino della banca in Belgio come forma di investimento. In quest'ultimo caso il valore del vino non solo si incrementa mese dopo mese ma la clientela ottiene anche dei bonus esclusivi in base all'andamento della *criptomoneta* usata.

PUBBLICITÀ

All'acquisto vengono assegnati degli **NFT** (token crittografici, in pratica gettoni virtuali) che rappresentano un vero e proprio **atto di proprietà delle immagini ad alta risoluzione della bottiglia personalizzata**. Duplici i vantaggi per **collezionisti**, **investitori** e *wine lovers*: da una parte diventano proprietari di una **speciale bottiglia numerata e firmata** dall'enologo o dal proprietario, proveniente direttamente dalle cantine che aderiscono al progetto. Dall'altra la riproduzione dell'etichetta firmata è invece conservata in esemplare unico nella *blockchain* della Banca. In questo modo si può vendere la bottiglia per ricavarne un guadagno e dall'altra si possiede anche l'unicità artistica del token. In pratica il valore di quel vino resta praticamente immutato anche una volta consumato il contenuto in quanto si potrà collezionare la **bottiglia originale**, seppur vuota, con l'etichetta firmata e c'è anche l'etichetta unica digitale tracciata da poter rivendere sul mercato degli **NFT**.

Per il produttore che aderisce al progetto **IWCB** il vantaggio è che riceve subito un **terzo del valore di mercato del vino** e un altro terzo alla vendita mentre se dopo due anni il vino non viene venduto diventa di proprietà dell'istituto di credito stesso. *"L'Italian Wine Crypto Bank è una maniera vincente per proporre i vini pregiati delle nostre cantine partner al nuovo mercato degli utilizzatori di crypto, che sono ormai oltre 221 milioni nel mondo, e che potrebbero raddoppiare nei prossimi mesi. E' un pubblico curioso e spesso con un forte potere d'acquisto"*, ha spiegato **Rosario Scarpato**, fondatore e direttore della Iwcb in occasione della ultima **BTO** Be Travel Online a Firenze.

PUBBLICITÀ

Tra le cantine partner che hanno aderito al progetto troviamo Allegrini, Arnaldo Caprai, Banfi, Barone Ricasoli, Castello Di Querceto, Fattoria La Magia, Fontanafredda, Marchesi Mazzei, Planeta, Podere Il Carnasciale, Poggio al Tesoro, Tasca d'Almerita, Tenuta di Capezzana, Tua Rita, Vini Franchetti Tenuta di Trinoro, San Filippo e Tenuta Setteponti.

Se vuoi aggiornamenti su *Il futuro del vino tra Bitcoin e NFT* inserisci la tua email nel box qui sotto:

Scrivi la tua email...

☐ Si ☐ No

Iscriviti

Acconsento al trattamento dei dati per attività di marketing.

Compilando il presente form acconsento a ricevere le informazioni relative ai servizi di cui alla presente pagina ai sensi dell'[informativa sulla privacy](#).

Cerca...

Al via la 13esima edizione di **BTO**: innovazione e turismo post Covid

Di [Maria Antonietta Conso](#) Mercoledì, 24/11/2021



Si apre a Firenze oggi, mercoledì 24 novembre, la 13esima edizione di **Bto** 2021: "**Bto** – Be travel on line". La manifestazione si svolgerà in presenza da Palazzo Vecchio il 24 e presso Nana Bianca e Camera di commercio di Firenze il 25, 26, 29 e 30 novembre. Ancora in modalità ibrida, gli eventi potranno essere seguiti anche on line.

Durante l'evento, promosso da Regione e Camera di Commercio ed organizzato da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione sistema Toscana, si parlerà di futuro, innovazione, congressi, meeting, viaggi, istruzione, destinazione, territori e sviluppo dopo la pandemia.

Cinque giornate intense dove esperti del settore si susseguiranno in incontri e dibattiti per fare il punto della situazione e della ripartenza. Ancora una volta le eccellenze del cibo e del vino a far da traino per flussi identitari sui territori. Nuove tecnologie, ecosistemi digitali e analisi dei vari strumenti utilizzati dalle regioni per promuovere e promuoversi.

Sarà un momento fondamentale per focalizzarsi sulle politiche del turismo, "motore indiscusso dell'economia" come ha detto il Presidente della Regione Eugenio Giani in conferenza stampa: una narrazione adeguata e una ridistribuzione dei flussi e dei servizi adeguati.

Per l'assessore al turismo Leonardo Marras "parlare di digitale all'inizio della **BTO** era pionieristico. Oggi il digitale costituisce un elemento essenziale e centrale di sviluppo e nel digitale il turismo si esprime al massimo. La cinque giorni di incontri sarà infatti anche l'occasione per misurare le nostre azioni, per rendicontare quanto fatto e per programmare il futuro. Proviamo a capire cosa cambia dopo il Covid".

I lavori del 24 novembre – in streaming sui canali Facebook e Youtube di **Bto** – si apriranno con gli interventi del Ministro del Turismo Massimo Garavaglia; del Presidente della Regione Eugenio Giani, dell'Assessore comunale al Turismo Cecilia Del Re; del Presidente della Camera di Commercio Leonardo Bassilichi e del Direttore Scientifico Btpo2021 e Direttore di Toscana Promozione Turistica Francesco Tapinassi. A seguire gli interventi di Valentina Superti della Direzione generale Crescita della Commissione europea, di Maud Bailly di Accor e di Jane Sun di Trip.com Group per parlare dello sviluppo futuro. Anche se a distanza, saranno presenti anche Roberta Garibaldi, Amministratrice Delegata di Enit (ente nazionale per il turismo); Marco Gilardi di Operations Direction Italy & Usa NH hotel Group; Massimo Canducci, che di professione aiuta le imprese ad innovarsi, e Simone Puerto, fondatore di Travel Singularity.

Il 25 novembre sarà invece la giornata dedicata all'innovazione e il 26 novembre l'assessore al turismo della Toscana, Leonardo Marras, con i direttori di Fondazione Sistema Toscana Francesco Palumbo e di Toscana Promozione turistica Francesco Tapinassi interverranno sulla "Smart Tuscany", dove saranno



FOTONEWS



illustrati i passi programmati per ridefinire la parte informativa di www.visittuscany.com, ma anche la struttura del futuro sistema regionale della destinazione e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. Seguirà poi un confronto tra gli ecosistemi digitali di Puglia, Trentino, Veneto e Toscana.

Il 30 novembre, giornata conclusiva della manifestazione, sarà dedicato all'ospitalità. Nelle cinque giornate si avvicenderanno ben centodieci eventi con momenti altamente formativi e relatori di spicco.

L'obiettivo rimane quello di distribuire i flussi turistici in maniera intelligente. "Nei cinque giorni della [Bto](#) – aggiunge ancora Giani – avremo quanto di meglio dal punto di vista dell'analisi scientifica si possa in questo momento trovare e questo ci consentirà di indirizzare ancor meglio il turismo della Toscana del domani, per farne uno degli elementi di maggiore impulso e forza".

Pubblicato in [Varie](#)

Maria Antonietta Conso

Ultimi da Maria Antonietta Conso

- [Agroalimentare, sviluppo e nuovo lavoro tramite una svolta green](#)
- [Pac, l'appello dei sindacati a europarlamentari: "approvate la riforma"](#)
- [Al via la Carta dei valori: un patto tra le filiere per il rilancio del sistema agroalimentare](#)
- [Legambiente, presentato rapporto ecomafie: la pandemia non frena i reati ambientali](#)
- [Pensioni: c'è l'impegno di Draghi](#)

Altro in questa categoria:

- [Pac, l'appello dei sindacati a europarlamentari: "approvate la riforma"](#)
- [Agroalimentare, sviluppo e nuovo lavoro tramite una svolta green](#)



ARTICOLI POPOLARI

[Il volto di Giorgio Di Ponzio sul murale di Jorit a Taranto](#)



[Al via Il Cinema attraverso i Grandi Festival: Cannes, Locarno, Venezia a Roma e in Regione](#)



[Auguri a Irene Papas](#)



[Un ricordo di Leo Penn nel centenario della sua nascita](#)



[La città di Camerino ha ospitato la 20ma edizione del Premio internazionale Bronzi di Riace](#)



Link: <https://www.alberghiconfindustria.it/tema/appuntamenti/notizia/45103/capitale-umano-e-alta-formazione-turistica/>

Login Privacy



ASSOCIAZIONE ITALIANA CONFINDUSTRIA ALBERGHI

Cerca nel sito ...



HOME



CHI SIAMO



ASSOCIATI SUBITO



CONVENZIONI



TEMI



COMUNICAZIONI



PRESS AREA



FOCUS



Appuntamenti

ALTRI TEMI

- > Coronavirus
- > Accordi e convenzioni
- > Ambiente e sicurezza
- > Analisi e dati
- > Comunicazione Associativa
- > Fisco e Finanza
- > Formazione
- > Investimenti
- > Iniziative e progetti
- > Lavoro e relazioni industriali
- > News
- > Normativa e diritto d'impresa
- > Stampa e Comunicazione

Evento - 30/11/2021

Capitale umano e alta formazione turistica

Appuntamento a cura di [BTO](#) | Be Travel Onlife

BTO 2021 - BE TRAVEL ONLIFE **Martedì 30 novembre 2021** **Hospitality**



30 novembre

09:30 - 09:55

Auditorium - Camera di Commercio

Scientific Hospitality In Italiano

Capitale umano e alta formazione turistica

Il panel trae ispirazione dai risultati di "Turismo & Talenti Education" (2021), la prima indagine nazionale sull'offerta di alta formazione in.....

[Barbara Casillo](#) Associazione Italiana Confindustria Alberghi

[Beppe Giaccardi](#) Studio Giaccardi & Associati

Capitale umano e alta formazione turistica

Scientific Hospitality In Italiano

Il panel trae ispirazione dai risultati di "Turismo & Talenti Education" (2021), la prima indagine nazionale sull'offerta di alta formazione in Italia.

Barbara Casillo, Confindustria Alberghi, e Beppe Giaccardi, consulente di strategia e autore della ricerca, affrontano il "nodo dei nodi": valorizzare il capitale umano del turismo a livello di life long learning, giovani e start up, donne, design e ricerca & sviluppo, inclusione dei lavoratori stranieri, sostenibilità, digitale e PNRR.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI CLICCA [QUI](#)
WEB

Link: <http://www.amiatanews.it/s-fiora-balocchi-alla-bto-per-parlare-del-progetto-smart-village/>

Informativa breve ([informativa estesa](#))
Questo sito o gli strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie necessari al funzionamento ed utili alle finalità illustrate nella cookie policy. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, consulta la cookie policy. Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina, cliccando su un link o proseguendo la navigazione in altra maniera, acconsenti all'uso dei cookie.

Accetto

Info

[Ambiente e Geotermia](#), [Scuola e Formazione](#), [Economia](#)

Amiata Val d'Orcia Toscana Salute e Sanità Ambiente Geotermia Scuola e formazione Economia e Lavoro Rubriche Privacy



S. Fiora. Balocchi alla BTO per parlare del progetto Smart Village

27/11/2021 di Redazione

Amiatanews: Santa Fiora 27/11/2021

Il sindaco è intervenuto a Firenze durante l'incontro "I borghi italiani tra conservazione e innovazione per un'offerta turistica più sostenibile".

Il sindaco di Santa Fiora, Federico Balocchi, venerdì pomeriggio, è stato invitato a Firenze, come ospite della manifestazione **BTO, Buy Tourism Online**, principale evento italiano dedicato al connubio tra innovazione e turismo, per parlare del progetto Smart Village.

Il sindaco è intervenuto durante l'incontro "I borghi italiani tra conservazione e innovazione per un'offerta turistica più sostenibile".

"Sono rimasto piacevolmente impressionato - ha commentato il sindaco - dagli attestati di apprezzamento per il progetto che sono arrivati da parte di tutti gli interlocutori. Un bel riconoscimento per l'esperienza che stiamo portando avanti a Santa Fiora che nasce dalla volontà di cogliere le opportunità che la fibra e il lavoro da remoto possono offrire ai borghi dell'entroterra come il nostro, che erogano servizi di qualità in un ambiente ancora a misura d'uomo. Il progetto ha dato dei risultati importanti: in due anni hanno risposto al nostro bando oltre 20 lavoratori che si sono trasferiti per il periodo previsto a Santa Fiora, alcuni di essi con le famiglie. E tra questi 5 hanno deciso di trasferirsi in modo permanente a Santa Fiora."

"Dopo l'incontro alla BTO, la visita alla Nana Bianca di Firenze, - prosegue il sindaco Balocchi - uno dei più moderni spazi di coworking e innovazione in Italia, è stata fonte di ispirazione per quello che dobbiamo ancora realizzare sull'Amiata, trasformando l'ex albergo del Pratuccio in un moderno polo funzionale del lavoro, con spazi attrezzati per il coworking a disposizione di lavoratori e di imprese, che decidono di delocalizzare e di investire sul nostro territorio."

Fonti
Comunicato stampa del 25/10/2021

Print PDF

Follow

Amiata, Amiata GR, Dai Comuni, Santa Fiora

< Siena. Violenza sessuale sull'autobus al rientro dalla discoteca: ventunenne arrestato dai Carabinieri

Articoli recenti

S. Fiora. Balocchi alla BTO per parlare del progetto Smart Village 27/11/2021

Siena. Violenza sessuale sull'autobus al rientro dalla discoteca: ventunenne arrestato dai Carabinieri 27/11/2021

Toscana. Coronavirus: 477 nuovi casi; 9.196 test molecolari e 22.338 antigenici; 10 decessi; +183 guarigioni; 294 i ricoveri Covid (-3); 48 in T.I. (-1) 27/11/2021

CB6 Toscana Sud. In consegna i bollettini per il versamento del contributo consortile 27/11/2021

Toscana. Saccardi: "Olivicoltura, al fianco della filiera con piano di rilancio e contrasto alle fragilità" 27/11/2021

Toscana. Torna "Eccellenza di Toscana", manifestazione dell'Associazione Italiana Sommelier 27/11/2021

Toscana. ITS Mita protagonista al Job Orienta in corso a Verona. 8 su 10 dei diplomati negli Istituti Tecnici Superiori toscani trovano lavoro entro un anno. 27/11/2021

Fondi europei, la Toscana centra ancora l'obiettivo: virtuosa su impegni e spesa certificata 27/11/2021

Conferenza nazionale politiche antidroga: la Dadone esclude i rappresentanti delle comunità terapeutiche e dei servizi. 27/11/2021

Grosseto e provincia. Terremoto in Forza Italia Grosseto: Bartalucci e Marrini passano a Coraggio Italia 27/11/2021

Archivio

Seleziona mese

Pubbliche Amministrazioni ed Enti

Abbadia S. Salvatore

Arcidosso

Castel del Piano

Castell'Azzara

Castiglione d'Orcia

Cinigiano

Piancastagnaio

Radiconi

Santa Fiora

Seggiano

Semproniano

Unione Comuni Amiata Grossetana

Unione Comuni Amiata Val d'Orcia

Tweet di @amiatanews

Lascia un commento

Devi essere [connesso](#) per inviare un commento.

Link: <http://www.amiatanews.it/toscana-turismo-nuovi-servizi-web-a-disposizione-di-visitatori-ed-operatori/>

Informativa breve ([informativa estesa](#))
Questo sito o gli strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie necessari al funzionamento ed utili alle finalità illustrate nella cookie policy. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, consulta la cookie policy. Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina, cliccando su un link o proseguendo la navigazione in altra maniera, acconsenti all'uso dei cookie.

Accento

Info

Ambiente e Geotermia, Scuola e Formazione, Economia

Amiata Val d'Orcia Toscana Salute e Sanità Ambiente Geotermia Scuola e formazione Economia e Lavoro Rubriche Privacy



Toscana. Turismo, nuovi servizi web a disposizione di visitatori ed operatori

26/11/2021 di Redazione

Amiatanews: Firenze 26/11/2021

Il progetto è stato presentato nel corso della BTO2021 in corso di svolgimento a Firenze

(Riprendiamo da Toscana Notizie, Agenzia di Informazione della Giunta Regionale) Articolo del 23/11/2021 di [Walter Fortini](#)
Tutti in rete, ancor più che adesso: tecnologia e spirito di squadra. "Per rendere sempre migliore l'esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi" rimarca l'assessore al turismo, Leonardo Marras. Tutti in rete dunque per offrire più velocemente informazioni ai potenziali turisti o a chi in Toscana abita ed è in cerca di esperienza da vivere. Tutti in rete per meglio promuoversi e magari anche per misurare, quasi in tempo reale (e più velocemente comunque di quanto si possa fare oggi), i flussi dei visitatori e gli effetti delle azioni di promozione, per definire nuove strategie o confrontarsi sulle iniziative messe in atto e scambiarsi buone idee.

La Toscana si appresta a ridefinire il proprio ecosistema digitale turistico: ovvero la piattaforma che dispensa informazioni per programmare un viaggio, dal sito ufficiale www.visituscany.com ai database, in rete anche loro, in grado di alimentare altri luoghi del web fino alle applicazioni, per inserire dati e contenuti, rivolte agli operatori, ma anche ai Comuni e, tra le novità del nuovo progetto, anche agli uffici di informazione ed accoglienza turistica sparsi per tutte la regione. Una piccola rivoluzione, nell'era dell'iperconnessione, per offrire migliori servizi ai potenziali visitatori e per ragionare in tempo reale sull'evoluzione e la risposta da parte del mercato turistico.

Se n'è parlato nella terza giornata della Bto2021, che da tredici anni da Firenze volge lo sguardo all'innovazione, in tutte le sue varie forme, applicata al turismo e che sa anticipare trend prima ancora che nuove mode si affermino. Un evento promosso da Regione e Camera di commercio.

"Per rendere sempre migliore l'esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi è indispensabile potenziare costantemente i propri strumenti, a partire da quelli digitali - spiega l'assessore Marras - in modo da offrire interfacce semplici ed efficaci, proposte mirate, spazi in cui operatori e amministrazioni possono interagire integrando l'uno le attività dell'altro".

La progettazione della nuova architettura sarà ultimata entro marzo 2022, quando si inizieranno anche a formare gli operatori. Il primo rilascio della nuova piattaforma è previsto per novembre del prossimo anno, con il collaudo da ultimare entro febbraio 2023.

Nel corso della terza giornata del [Bto](#), che ha visto nel pomeriggio il confronto pure, quanto ad ecosistemi digitali, con Puglia, Trentino Alto Adige e Veneto, sono state riproposte pure le azioni di promozione in atto e quelle che ci saranno.

Per il 2022 è stata ad esempio programmata la promozione di 55 prodotti turistici prioritari, che coinvolgono 1663 operatori. Ma il piano 2022, costantemente aggiornato e misurato on line, conta un parco ancora più ampio, addirittura di 334 progetti, che interessano 581 'attrattori', ovvero punti ed occasioni per spostarsi e visitare un luogo, e 108 centri storici dei ventotto ambiti in cui si suddivide la regione. La campagna di promozione è partita a maggio scorso con tre focus: Firenze, il mare e il ritorno ai borghi e ai sapori autentici: mercati di riferimento Italia, Francia, Germania, Olanda e Svizzera. E' proseguita quindi a giugno - ancora mare e vacanze nella natura: Italia, Francia, Germania, Regno Unito e Svizzera - mentre ad ottobre la promozione ha interessato più da vicino le città d'arte e il turismo termale, con un occhio attento di nuovo ai turisti italiani, francesi, tedeschi e del Regno Unito.

"La costruzione delle politiche sul turismo non può che passare dalla condivisione delle scelte con i territori - afferma l'assessore Marras - Per questo, la costruzione del nuovo ecosistema digitale della toscana è un obiettivo molto importante e che stiamo per raggiungere: mettiamo a sistema

Articoli recenti

S. Fiora. Colonnine per la ricarica delle e-bike in ogni frazione e nel capoluogo
26/11/2021

Abbadia S. Salvatore. Riapre il centro vaccinale alla Macchia Faggeta 26/11/2021
Toscana. Stop al TGR di mezzanotte, Gianni invita la RAI a ripensarci 26/11/2021

Toscana. Il tampone innovativo del Meyer, Gianni: "Ecco cosa vuol dire eccellenza toscana" 26/11/2021

Toscana. Turismo, nuovi servizi web a disposizione di visitatori ed operatori
26/11/2021

Amiata. Coronavirus: cresce ancora il numero degli attuali positivi. 26/11/2021

Firenze. Dal Meyer un tampone unico per scovare Covid e virus sinciale 26/11/2021

ASL Toscana SE. Il punto sui vaccini al 26 Novembre 2021 26/11/2021

Arcidosso. La famiglia Santini dona al Comune due immobili a Montelaterone. Saranno destinati a pubblica utilità
26/11/2021

Toscana. Potenziata la rete regionale del trapianto di rene 26/11/2021

Pubbliche Amministrazioni ed Enti

Abbadia S. Salvatore

Arcidosso

Castel del Piano

Castell'Azzara

Castiglione d'Orcia

Cinigiano

Piancastagnaio

Radicondani

Santa Fiora

Seggiano

Semproniano

Unione Comuni Amiata Grossetana

Unione Comuni Amiata Val d'Orcia

Amministra

Tweet di [@amiatanews](#)

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

il lavoro degli ultimi anni e guardiamo al futuro, tutti insieme”.

“Costruire un ecosistema digitale – sottolinea Francesco Tapinassi, direttore scientifico Bto 2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica – significa facilitare la collaborazione tra i soggetti della governance pubblica e privata, una vera sfida di competitività per tutta l’offerta regionale”.

“La Toscana ha messo in atto una decisa spinta verso la promozione digitale e la digitalizzazione dell’ecosistema delle policy di settore – continua il direttore di Fondazione Sistema Toscana, Francesco Palumbo. La Fondazione, che assieme a Toscana Promozione Turistica e PromoFirenze si occupa dell’organizzazione della Bto, gestisce il sito ufficiale della destinazione Toscana www.visittuscany.com. “I risultati lusinghieri di questa accelerazione sul fronte delle digitalizzazione – prosegue Palumbo – sono stati fotografati dalla ricerca Demoskopika, che vede la Toscana al secondo posto nella classifica sulla reputazione turistica delle Regioni italiane”

 **Print**  **PDF**

 **Follow**

- Toscana
- < Amiata. Coronavirus: cresce ancora il numero degli attuali positivi.
- > Toscana. Il tampone innovativo del Meyer, Giani: “Ecco cosa vuol dire eccellenza toscana”

Lascia un commento

Devi essere [connesso](#) per inviare un commento.

Amiatanews © 2014 - di IT 2000 di Marco Conti Vicolo della Musica, 25 - Piancastagnaio (Siena) amiatanews@gmail.com - +39 3381437834

LUNEDÌ, DICEMBRE 13, 2021



anagnia

POLITICA, CULTURA, ATTUALITÀ, CRONACA, SPORT e SPETTACOLI



HOME ANAGNI AREA NORD PROVINCIA ROMA SUD CRONACA CULTURA SPORT PRIMO PIANO



Home > Primo piano > Turismo enogastronomico: il fascino della tradizione

PRIMO PIANO

Turismo enogastronomico: il fascino della tradizione

"La Strada del Cesanese" promuove i prodotti tipici del territorio

13 Dicembre 2021

Nuova tappa per la manifestazione "La Strada del Cesanese per un Natale di...Vino", organizzata dall'associazione per la Strada del Vino Cesanese, in collaborazione con Arsial, **presente a Paliano nel suo tour promozionale che sta interessando i sei comuni che fanno parte della Strada del Cesanese.** Dopo Anagni e Paliano, infatti, domenica 19 dicembre, doppio appuntamento a Piglio ed Acuto; mentre il 28 dicembre la manifestazione si concluderà ad Affile e Serrone.

L'iniziativa nasce in un'ottica di promozione del territorio anche attraverso i suoi prodotti tipici, ha detto Antonio Borgia,

WEB

Articoli Recenti

Coldiretti Lazio, filiera carni ovine: fondamentali gli aiuti al settore

Redazione - 13 Dicembre 2021

Frosinone, apre il Villaggio di Natale al Parco Matusa

Redazione - 13 Dicembre 2021

Sars-Cov2. 48 nuovi positivi in provincia di Frosinone a fronte di un numero di...

Redazione - 13 Dicembre 2021

Colleferro. Controlli a tappeto dei Carabinieri nel fine settimana

Redazione - 13 Dicembre 2021

presidente dell'associazione organizzatrice. La novità presentata oggi, oltre al pampepato, una prelibatezza molto in uso nei nostri borghi, ha raccontato il presidente durante la presentazione **che si è svolta presso la caffetteria Igloo, alla presenza dell'assessore all'agricoltura del Comune di Paliano, Eleonora Campoli, sono le ciambelline, preparate dall'Azienda Agricola Bertacco.** Per preparare questi dolci si utilizzano farine provenienti dal grano monococco, un grano che nasce da una spiga molto antica, **con caratteristiche uniche che lo rendono leggero e digeribile, che si sta lavorando per riportarlo in coltura utilizzando tecniche a basso impatto ambientale che ne fanno un cereale biologico dalle molte proprietà, per preparare pane, pasta e prodotti da forno,** ma anche una birra cruda, non pastorizzata.

Il turismo è fatto di numeri, trend, tendenze. **L'ultima ricerca Ipsos e le tendenze Google presentate nel corso di BTO, evento dedicato a turismo, innovazione e tecnologia che si è svolto a Firenze nel mese di novembre, fotografano una situazione che vede il turismo enogastronomico in crescita.** Nel 2021 l'Italia è il primo paese tra le mete enogastronomiche, nel periodo gennaio ottobre, seguita da Francia e Giappone. **Il dato interessante è che si registra un aumento del 39% per la ricerca di tour enogastronomici e del 30% nella ricerca di un tour in cantina.**

È evidente che proprio l'enogastronomia può essere un volano per il turismo di queste zone, **accompagnata ad un'offerta di qualità sempre più completa, in un territorio ricco di storia, arte e tradizione, dove nasce il Vino Cesanese del Piglio Docg, eccellenza italiana,** unico rosso del Lazio a fregiarsi del prestigioso riconoscimento.

Il questionario proposto **ha evidenziato la conoscenza del vino cesanese da parte dei presenti,** la qualità dei prodotti presentati e la simpatia per l'iniziativa in generale.

Al termine dell'incontro il Presidente Borgia ha premiato i vincitori della caccia al tesoro Safari d'Arte organizzata dall'associazione **Ara Macao che, dopo aver individuato i sei indizi disseminati per il bel borgo rinascimentale,** utilizzando l'app gratuita Safari d'Arte, ed aiutandosi con mappa e coordinate, si sono aggiudicati una selezione di prodotti del territorio della strada del Cesanese.

Prossimo appuntamento Piglio ed Acuto, **domenica 19 dicembre.**

Alle ore 12.00 inizio presentazione e degustazione. Per chi vuole partecipare alla caccia al tesoro la partenza è prevista alle ore 11.00: Acuto (Via Umberto I, app.to davanti la statua di Padre Pio); Piglio.

nota stampa a cura della **collega giornalista Domitilla Baldoni**

TAGS ACUTO ANAGNI CESANESE DOMITILLA BALDONI ENOGASTRONOMIA GASTRONOMIA PALIANO PIGLIO
VINO CESANESE

Articolo precedente

Mafie. Terminata la conferenza dei servizi ANBSC per il Lazio per assegnare 134 beni confiscati

Articolo successivo

Anagni. Addio a Marilena Ivretti venuta a mancare a soli 45 anni

CONTENUTI CORRELATI

ALTRI ARTICOLI DELL'AUTORE

< >

Anagni

Anagni. Addio a Marilena Ivretti venuta a mancare a soli 45 anni

Primo piano

Sars-Cov2. 48 nuovi positivi in provincia di Frosinone a fronte di un numero di tamponi pari a 714

Primo piano

Sars-Cov2. 174 nuovi casi a fronte di 1718 tamponi processati in provincia di Frosinone

anagnia

POLITICA, CULTURA, ATTUALITÀ, CRONACA, SPORT e SPETTACOLI

anagnia.com è una testata giornalistica registrata al tribunale di Frosinone, autorizzazione n. 2394/17. Direttore responsabile: dott. Ivan Quiselli. Tutti i diritti sono riservati: per ogni utilizzo dei media e dei contenuti presenti sulla piattaforma anagnia.com è richiesta esplicita documentazione scritta da parte della redazione. "Anagnia" è un marchio registrato presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico, num. registrazione: 302017000014044 del 9 febbraio 2017, Per contatti: redazione[at]anagnia.com

ALTRE NOTIZIE

Coldiretti Lazio, filiera carni ovine: fondamentali gli aiuti al settore
13 Dicembre 2021

Frosinone, apre il Villaggio di Natale al Parco Matusa
13 Dicembre 2021

Anagni. Addio a Marilena Ivretti venuta a mancare a soli 45...
13 Dicembre 2021

SEZIONI PIU' LETTE

In evidenza	2620
Primo piano	1430
Cronaca	1417
Provincia	1357
Area Nord	1258
Anagni	973
Cultura e spettacoli	851

Link: https://www.ansa.it/pressrelease/cultura/2021/11/29/un-nuovo-modo-di-fare-turismo-intervista-allavv.-giovanni-giordano-direttore-di-uninform-group_ef64aafb-b5c0-4ec3-81bf-8d66ab0c2c03.html

EDIZIONI > Mediterraneo | Europa-Ue | NuovaEuropa | America Latina | Brasil | English | Podcast | ANSAcheck | Social:      

ANSA.it Press Release

Fai la ricerca

ABBONATI



 Cronaca | Politica | Economia | Regioni + | Mondo | Cultura | Tecnologia | Sport | FOTO | VIDEO | Tutte le sezioni +

SPECIALI | Ambiente • ANSA2030 • ANSA ViaggiArt • Eccellenze • Expo Dubai • Industry 4.0 • Legalità • Lifestyle • Mare • Motori • Salute • Scienza • Terra&Gusto

ANSA.it > Cultura > Press Release > “Un nuovo modo di fare Turismo” intervista all’Avv. Giovanni Giordano, Direttore di Uninform Group

PRESS RELEASE

Responsabilità editoriale:

PAGINE SÌ! SPA

COMUNICATO STAMPA - Responsabilità editoriale Pagine SÌ! SpA

“Un nuovo modo di fare Turismo” intervista all’Avv. Giovanni Giordano, Direttore di Uninform Group

Pagine SÌ! SpA 29 novembre 2021 12:21



“Il turismo è forse il settore che maggiormente è stato colpito dalla pandemia, ma è anche quello con il più grande potenziale di ricrescita” - è così che l’Avv. Giovanni Giordano, Direttore di Uninform Group, definisce l’attuale scenario, e continua - “ci troviamo di fronte ad un’evoluzione digitale estremamente accelerata, che ci porterà inevitabilmente ad un nuovo modo di fare Turismo”.

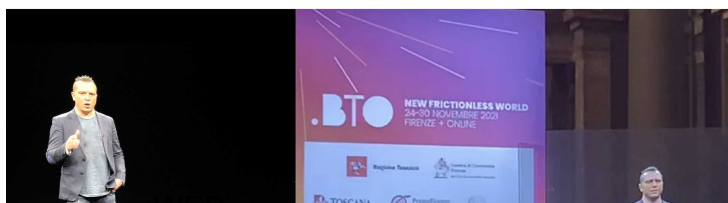
Dall’ENIT di Roma al **BTO** di Firenze con il teletrasporto!

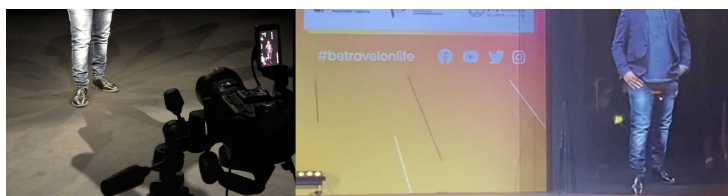
“Ne ho avuto la riprova lo scorso 24 novembre, quando sono stato ospite del **BTO** di Firenze, evento di risonanza internazionale sul turismo e l’innovazione, al quale è intervenuto, trasmettendo dalla sede dell’ENIT di Roma il proprio **ologramma**, [Simone Puorto](#), Founder di Travel Singularity e Docente di Marketing Digitale ed Intelligenza Artificiale del [Master TQM - Tourism Quality Management](#).”

Il Dott. Puorto, è uno dei più affermati big player del settore, ha interagito con i moderatori trattando dei punti di non ritorno post-Covid, ovvero quelle esigenze e cambi di strategia imposti dalla pandemia ma che verranno conservati anche nel futuro, come ad esempio la grande richiesta di flessibilità nelle prenotazioni, di gran peso nelle scelte del cliente. Ha fatto tutto questo rivoluzionando il concetto di business travel al quale siamo abituati, caratterizzato da trasferte che durano giorni per interventi anche di poche ore, teletrasportando la sua immagine sul palco a centinaia di chilometri di distanza per il solo tempo utile all’intervento, e dunque avendo la mattinata libera, magari per lavorare ad altro. Una cosa del genere fino a poco tempo fa sarebbe stata fantascienza”

**DALL’ENIT
DI ROMA**

**AL BTO DI FIRENZE
in ologramma!**





Si prevede quindi un turismo un po' diverso da quello a cui siamo abituati a conoscere, orientato verso il digitale

"Sì, esatto, ed è per questo che uno dei moduli del Master TQM di Uninform Group è improntato proprio sull'intelligenza artificiale, perché in un periodo storico come questo, governato da algoritmi in grado di influenzare le nostre scelte da consumatori, o ci si forma, e si rimane al passo, oppure ci si ancora a modelli di turismo ormai obsoleti.

È un trend confermato da McKinsey che, in una recente [pubblicazione](#), ha stimato che in Europa le aziende hanno accelerato la propria digitalizzazione anticipando in pochi mesi quello che sarebbe stato lo sviluppo di 3 anni, per quanto riguarda il rapporto con i clienti, e lo sviluppo di 7 anni per quel che concerne l'aggiornamento dei devices in struttura. Insomma, in una corsa agli armamenti, perché è di questo che si tratta, arrivare per primi e battere i competitors può voler dire **sopravvivere**".

Ma come ci si forma per un assetto del settore che, almeno per ora, non esiste?

"Affidandosi ad Enti di Formazione con una reale, e soprattutto comprovata, esperienza nella formazione in ambito turistico. Il Master TQM, ad esempio, vanta una rosa di Docenti che prima di essere tali sono figure di spicco del settore, in grado di trasmettere ai propri allievi non solo nozioni teoriche, ma quel know-how che solo chi mastica il turismo tutti i giorni, e lo fa ad un determinato livello, può insegnare. Come ad esempio il Dott. Puorto, che grazie ad esperienze come quelle del [BTO](#) sopracitata può portare in aula esempi concreti, spunti geniali e speculazioni che, per chi ambisce a costruire una carriera nel settore, rappresentano punti di riferimento.

È per questo che un Allievo del Master TQM è un allievo estremamente competitivo sul mercato del lavoro, lo è grazie alla Formazione specialistica che riceve da un Master in continua evoluzione, che non guarda semplicemente al presente ma si orienta verso il futuro".

SCOPRI DI PIÙ

[Visita il sito](#)

COMUNICATO STAMPA - Responsabilità editoriale Pagine Si! SpA

AGENZIA ANSA - periodicità quotidiana - Iscrizione al Registro della Stampa presso il Tribunale di Roma n. 212/1948
P.I. IT00876481003 - © Copyright ANSA - Tutti i diritti riservati

ANSAit

Scegli edizioni ▼

HOME

- Ultima Ora
- Cronaca
- Politica
- Economia
- Mondo
- Cultura
- Cinema
- Tecnologia
- Sport
- Calcio
- FOTO
- VIDEO
- PODCAST
- Magazine
- Speciali
- Meteo

ECONOMIA

- Borsa
- Industry 4.0
- Professioni
- Real Estate
- PMI
- Ambiente & Energia
- Motori
- Mare
- Aziende ed Emergenza Covid19

REGIONI

- Abruzzo
- Basilicata
- Calabria
- Campania
- Emilia Romagna
- Friuli Venezia Giulia
- Lazio
- Liguria
- Lombardia
- Marche
- Molise
- Piemonte
- Puglia
- Sardegna
- Sicilia
- Toscana
- Trentino-Alto Adige/Suedtirolo
- Umbria
- Valle d'Aosta
- Veneto

MONDO

- Europa
- Nord America
- America Latina
- Africa
- Medio Oriente
- Asia
- Oceania
- Dalla Cina
- Europa-Ue

CULTURA

- Cinema
- Moda
- Teatro
- TV
- Musica
- Libri
- Arte
- Un Libro al giorno
- Un Film al giorno

TECNOLOGIA

- Hi-Tech
- Internet & Social
- TLC
- Software&App
- Osservatorio Intelligenza Artificiale

SPORT

- Calcio
- Formula 1
- Moto
- Golf
- Basket
- Tennis
- Nuoto
- Vela
- Sport Vari

2030

ANSA
2030

AE.

AMBIENTE
&
ENERGIA

IA.

OSSERVATORIO
INTELLIGENZA
ARTIFICIALE

MA.

MARE

ST.

SCIENZA
&
TECNICA

SB.

SALUTE &
BENESSERE

AV.

ANSA
VIAGGIART

M.

MOTORI

TG.

TERRA
&
GUSTO

LS.

LIFESTYLE

L.

LEGALITÀ
&
SCUOLA

4.0

INDUSTRY
4.0

EI.

ECCELLENZA
ITALIANA

ANSA CORPORATE

ANSA
ANSA NEL MONDO
CONTATTACI

Numero verde (valido solo per l'Italia)
800.422.433

PRODOTTI PER UTENTI PROFESSIONALI

Informazione

Web e
Mobile

Progetti
Editoriali

Archivi

SERVIZI

Mobile

Meteo

Finanza

RSS

Cinema

Codici
Sconto

Certificazione ISO 9001. I "processi di Produzione, distribuzione e pubblicazione di notizie giornalistiche in formato multimediale, servizi di informazione e comunicazione giornalistica" ANSA sono certificati in alla normativa internazionale UNI ENI ISO 9001:2015.

Politica per la Qualità








inera

Fai di ANSA.it
la tua
homepage

- Disclaimer
- Privacy
- Note Legali
- Copyright
- Modifica
consenso Cookie

Link: https://www.ansa.it/toscana/notizie/2021/11/11/turismo-torna-bto-firenze-capitale-travel-onlife_c2fd8c22-63c9-49d5-b0a0-e1d776059373.html

EDIZIONI > Mediterraneo | Europa-Ue | NuovaEuropa | America Latina | Brasil | English | Podcast | ANSAcheck | Social:     

ANSA.it Toscana

Fai la ricerca

ABBONATI



Galleria Fotografica

Video

PROGRAMMI EUROPEI

Scegli la Regione +



CRONACA • POLITICA • ECONOMIA • SPORT • SPETTACOLO • ANSA VIAGGIART • SALUTE E CITTADINI • LA TUA ECONOMIA • TOSCANA&EUROPA • SPECIALI

ANSA.it > Toscana > **Turismo: torna Bto, Firenze capitale travel onlife**

Turismo: torna Bto, Firenze capitale travel onlife

'New Frictionless World' tema manifestazione da 24 a 30 novembre

Redazione ANSA

FIRENZE

11 novembre 2021
19:00
NEWS

Suggerisci

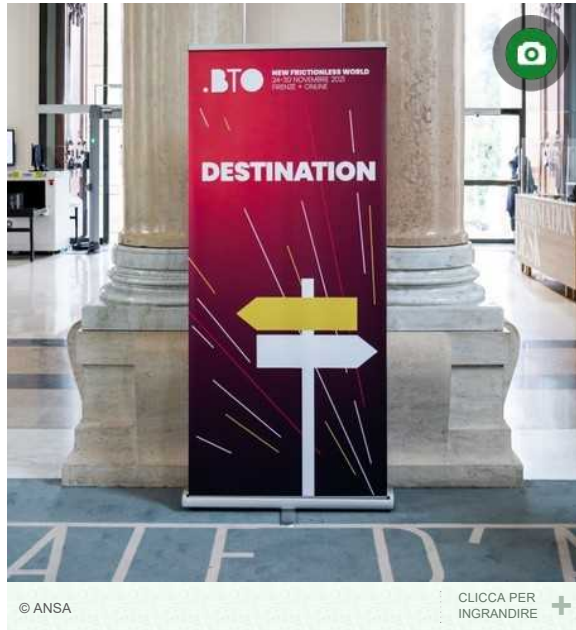
Facebook

Twitter

Altri

Stampa

Scrivi alla redazione



© ANSA

CLICCA PER INGRANDIRE

(ANSA) - FIRENZE, 11 NOV - Torna a Firenze, in presenza e online, **Bto**, manifestazione sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per la sua 13/a edizione ha scelto un payoff tutto nuovo - 'Be Travel Onlife' - che continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento ancora più attuale in tempi di post pandemia. Cinque le giornate di **Bto** 2021, dal 24 al 30 novembre: un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importanti player del settore mentre altri interverranno in collegamento o si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma.

A fare da filo rosso agli oltre 100 appuntamenti della manifestazione - promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione Sistema Toscana** - 'New Frictionless World', letteralmente "un nuovo mondo senza attrito", che è anche un augurio per il futuro, "partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19", come spiega il direttore scientifico di **Bto** 2021, **Francesco Tapinassi**.

Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online: nel dettaglio il 25 novembre è Digital innovation, il 26 Destination, dove si parlerà anche di smart working, il 29 novembre Food & Wine - il turismo enogastronomico è in crescita e la presenza di esperienze legate all'enogastronomia risulta importante per il 71% delle persone quando scelgono la meta di viaggio - e il 30 è Hospitality, con protagonista la gentilezza ma si parlerà anche di ripartenza post covid e di come trovare personale adeguato. (ANSA).

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

CONDIVIDI



VIDEO ANSA



11 NOVEMBRE, 18:35

MONZA, STUDENTI E STUDENTESSE IN GONNA: "NO ALLA MASCOLINITA' TOSSICA"



novembre, 18:24

Agricoltura eroica, la passione che valorizza il territorio



novembre, 18:07

Bibbiano, Foti condannato a 4 anni: "Video non esaminati con la dovuta attenzione"

tutti i video

ULTIMA ORA

19:28 **Sfregiato per rapina vicino a stazione Snn Firenze, 2 fermi**

19:21 **Gonzalez 'incredibile, sono ancora positivo al Covid'**

19:10 **Forteto: ok unanime Senato a proroga commissione d'inchiesta**

19:00 **Turismo: torna Bto, Firenze capitale travel onlife**

18:39 **Degente in ospedale si porta la pistola in borsa, denunciato**

18:31 **Aeronautica: 60 anni fa eccidio di Kindu, il ricordo a Pisa**

17:59 **Ladro pitbull evade da casa per mangiare pizza, in carcere**

17:33 **Iv: dal 19/11 torna la Leopolda, Matteo Renzi aprirà lavori**

16:21 **Officina Santa Maria Novella festeggia 800 anni**

15:01 **Sventata truffa da 2 mln a ditta dell'Aretino**

> Tutte le news

ANSA ViaggiArt

> vai

22 artiste per 'Hi Woman!' a Palazzo Pretorio Prato

Ognuna portatrice di un'annunciazione, 'dialogo' con opere museo

Giovedì 25 novembre 2021 - 18:24

Il modello turistico toscano sarà protagonista a Paestum

Il progetto alla BMTA



Roma, 25 nov. – La Toscana sarà presente alla Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico (BMTA) in programma a Paestum, in Campania, da oggi fino al 28 novembre con uno spazio espositivo dedicato alla scoperta delle civiltà etrusca. Lo farà con la presenza di strumenti innovativi che cattureranno l'attenzione del pubblico della manifestazione. In particolare sarà possibile sperimentare un'esperienza unica attraverso animazioni 3D di opere etrusche e strumenti di realtà aumentata applicata ai beni culturali con il progetto Dhomus del Dipartimento di Architettura dell'Università di Firenze. Al centro dell'iniziativa, nella giornata del 27 novembre, sarà il progetto Toscana Terra Etrusca che ha permesso a diversi territori della Regione di aggregarsi nella promozione del turismo archeologico dedicato alla scoperta degli etruschi.

Alle 18.30 di sabato 27 novembre nella Sala Velia si terrà la presentazione del progetto con un convegno dal titolo "In Viaggio con gli Etruschi in Toscana: buone pratiche e progetti di eccellenza" che vedrà la partecipazione dei partner del progetto toscano e alcuni tra i principali esperti di archeologia etrusca.

"L'offerta turistica che parte dalla nostra storia e dalla cultura, collegate nel nome degli Etruschi, è uno degli elementi chiave per proporre esperienze immersive che tengano conto di vocazioni particolari di città e territori, il contrario del turismo mordi e fuggi, insomma. Gli Etruschi sono un forte denominatore comune per una Toscana diffusa" così Eugenio Giani presidente della Regione Toscana.

"La forza del modello toscano di turismo è il perfetto connubio tra innovazione e storia, commenta Leonardo Marras, assessore all'economia e al turismo della



VIDEO



Covid, Oms: mezzo milione di vite salvate da vaccino in Europa



Trattato del Quirinale, Draghi riceve presidente francese Macron



Molière, il femminismo e le "Intellettuali di piazza Vittorio"



Regione Toscana . Proprio in questi giorni, a Firenze, si stanno illustrando le nuove tendenze del turismo digitale nell'appuntamento annuale con **BTO** e come sempre ne faremo tesoro per valorizzare il nostro territorio a partire, anche, dagli etruschi e dal prodotto turistico dedicato. La Bmta è una grande occasione di condivisione di esperienze a cui siamo orgogliosi di partecipare!"

"Il progetto Toscana Terra Etrusca, che ha come capofila il comune della Città di Chiusi, vede oggi coinvolti molti comuni toscani uniti sotto il segno del patrimonio della grande civiltà etrusca, ha detto **Francesco Tapinassi** direttore di Toscana Promozione Turistica . La sfida è di trasformare gli Etruschi anche in un grande attrattore turistico quale motivo di esperienza per la valorizzazione e promozione dei territori. E' in programma un percorso di promozione a livello nazionale che a breve partirà grazie al lavoro dell'agenzia Toscana Promozione Turistica anche al fine di strutturare il progetto a livello interregionale con il coinvolgimento di altre regioni italiane".

La presentazione di sabato 27 sarà seguita da animazione con musicisti e rievocatori Etruschi delle Associazioni Suodales ed Herentas e a completamento del percorso alla scoperta degli etruschi anche quello che lega questa civiltà alle tradizioni enogastronomiche dei territori interessati. A questo proposito **Vetrina Toscana** proporrà una degustazione di ispirazione etrusca. Un vero e proprio viaggio a ritroso nel tempo, alla ricerca delle origini del gusto. Si partirà con le uova, alimento immancabile del banchetto etrusco. Agli ospiti di riguardo, infatti, si offriranno uova sode prima di iniziare il pasto. Si proseguirà con piatti a base di farro, alla base della dieta etrusca e ancora oggi talmente diffuso in Toscana da essere un prodotto a denominazione (Farro della Garfagnana IGP), salumi, formaggi e pesce.

La Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico è sede del Salone Espositivo dedicato al patrimonio archeologico e di ArcheoVirtual, l'innovativa mostra internazionale di tecnologie multimediali, interattive e virtuali; luogo di approfondimento e divulgazione di temi dedicati al turismo culturale ed al patrimonio; occasione di incontro per gli addetti ai lavori, per gli operatori turistici e culturali, per i viaggiatori, per gli appassionati; opportunità di business con il Workshop con i Buyer esteri selezionati dall'ENIT e i tour operator nazionali dell'offerta del turismo culturale ed archeologico.



A Napoli inaugurata la statua di Maradona, presente De Laurentiis



Ok unanime dalla Camera alla mozione contro violenza sulle donne



"Donne in Meta", la Campagna per fare squadra intorno alle donne

VEDI TUTTI I VIDEO

VIDEO PIÙ POPOLARI



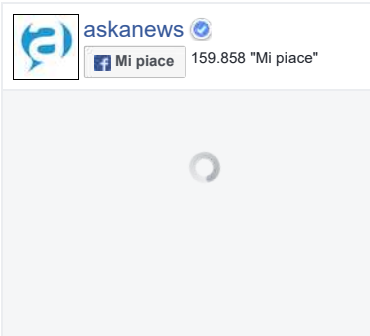
Oli essenziali fai da te e smart per il benessere a casa



Etiopia, video mostra marea soldati fatti prigionieri dai ribelli



NaturaSi ha inaugurato un Bio-Orto innovativo sul tetto della Fao



Tweet di @askanews_ita

Cerca un articolo

Home	Cronaca	Spettacolo	Servizi PCM	Area clienti	Disclaimer e Privacy
Politica	Sport	Video	La redazione	Sitemap	Informativa Cookie
Economia	Sociale	Altre sezioni	Chi siamo		Pubblicità
Esteri	Cultura	Regioni			

SEGUICI SU



askanews

Editore: askanews S.p.A.
Direzione e coordinamento A.BE.T.E. S.p.A.
Sede Legale: Via Prenestina 685, 00155 Roma
Sedi Operative: Via Prenestina 683, 00155 Roma
Corso Europa 7, 20122 Milano - Via della Scala 11, 50123 Firenze
Ph. +39 06695391
Capitale Sociale: € 1.390.422,00 i.v. - P.I. 01719281006 - C.F. 07201450587

© 2017 askanews S.p.A.



CHI SIAMO LA REDAZIONE



CERCA AREA CLIENTI

askanews

Giovedì 11 Novembre 2021

HOME POLITICA ECONOMIA ESTERI CRONACA SPORT SOCIALE CULTURA SPETTACOLO VIDEO ALTRE SEZIONI REGIONI

SPECIALI Cyber Affairs Libia-Siria Africa Asia Nuova Europa Nomi e nomine Crisi Climatica-COP26 Concorso Fotografico Stenin 2021 Dante 700



Home > Cronaca > Toscana e turismo, presentata a Roma la nuova edizione di BTO

TOSCANA Giovedì 11 novembre 2021 - 17:02

Toscana e turismo, presentata a Roma la nuova edizione di BTO

Dal 24 novembre 5 giornate tematiche

tornerà a Firenze, in presenza e online, BTO, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa 13a edizione ha scelto un payoff tutto nuovo – “Be Travel Onlife” – che continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento, di cui si è discusso nell'ultima edizione e che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia. BTO2021 si snoderà in 5 giornate tematiche – 24, 25, 26, 29 e 30 novembre – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore, alcuni interverranno in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma. 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.

Il tema che farà da filo rosso degli oltre 100 appuntamenti in programma è “New Frictionless World”, letteralmente “un nuovo mondo senza attrito”, che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di BTO2021, Francesco Tapinassi: “La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un “new frictionless world” nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19”.



Ti potrebbe interessare anche



VIDEO



Farnesina: 450 milioni per Pmi, c'è tempo fino al 3 dicembre



Sessant'anni fa l'eccidio di Kindu in cui morirono 13 italiani



Tra danza e arte: a Reggio Emilia performance live e in video



Lo schermo dell'arte: gli artisti ci indicheranno la strada

Cordoglio Club eccellenza Made in Italy per morte patron Kiton

Notizie di Made in Italy - askanews. News in tempo reale di Made in Italy, innovazioni, aziende, marchi, esportazioni, stile
(askanews.it)

E' morto Michele Merlo, il giovane artista di Amici non ce l'ha fatta

Roma, 7 giu. (askanews) - Michele Merlo non ce l'ha fatta. L'ex concorrente di X Factor e di Amici, ricoverato nel reparto di terapia intensiva dell'Ospedale Maggiore di Bologna è deceduto dopo essere stato colpito da una leucemia fulminante, malattia che non sapeva di avere. Nella notte tra giovedì e...
(askanews.it)



Morto De Klerk, il presidente del Sudafrica che liberò Mandela



Germania, a Carnevale di Colonia ammessi solo vaccinati o guariti

VEDI TUTTI I VIDEO

VIDEO PIÙ POPOLARI



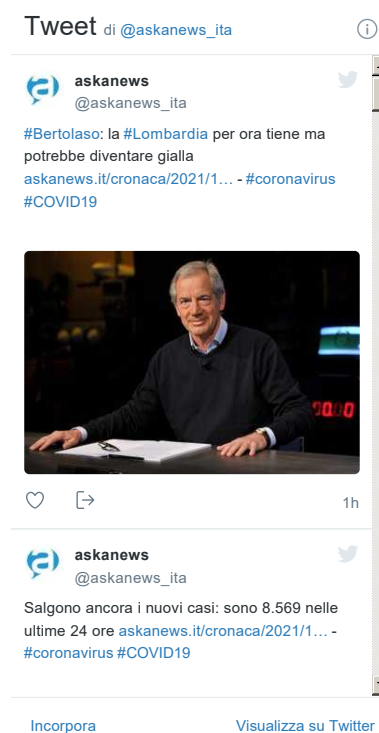
La cantante brasiliana Marilia Mendonça muore in incidente aereo



In Austria ora vale la regola del 2G, vaccinato o guarito



Farina (Ania): welfare del futuro con ruolo sanità integrativa



Cerca un articolo

- | | | | | | |
|--------------------------|-------------------------|-------------------------------|------------------------------|------------------------------|--------------------------------------|
| Home | Cronaca | Spettacolo | Servizi PCM | Area clienti | Disclaimer e Privacy |
| Politica | Sport | Video | La redazione | Sitemap | Informativa Cookie |
| Economia | Sociale | Altre sezioni | Chi siamo | | Pubblicità |
| Esteri | Cultura | Regioni | | | |

SEGUICI SU



askanews

Editore: askanews S.p.A.

Direzione e coordinamento A.BE.T.E. S.p.A.

Sede Legale: Via Prenestina 685, 00155 Roma

Sedi Operative: Via Prenestina 683, 00155 Roma

Corso Europa 7, 20122 Milano - Via della Scala 11, 50123 Firenze

Ph. +39 06695391

Capitale Sociale: € 1.390.422,00 i.v. - P.I. 01719281006 - C.F. 07201450587

© 2017 askanews S.p.A.



Certificazione ISO 9001:2015 ottenuta da askanews per la progettazione, realizzazione e diffusione di servizi editoriali, redazionali e tecnici in formato multimediale; produzione di contenuti multimediali e di infocomunicazione istituzionale (EA 39, 35)



ISSN 2611-9668
Asknews (sito web)
www.askanews.it

TEMI DEL GIORNO:

L'INCONTRO

"Il futuro condiviso del turismo", Clusone alla ricerca di nuove economie

Secondo step del progetto di rilancio dell'accoglienza e della promozione

clusone



di Redazione
Bergamonews
29 Ottobre 2021
14:43

COMMENTA
2 min

STAMPA



Clusone. Prosegue il percorso del **comune di Clusone**, in accordo con **Promoserio**, per ridare spinta e contenuti alla promozione e all'economia turistica della città della **val Seriana**.

Dopo il **Laboratorio di Idee** che questa estate ha coinvolto un numero interessante di operatori e cittadini nell'elaborazione un progetto guidati da esperti e docenti dell'**Università di Bergamo** da realizzare insieme. Il primo obiettivo, permettere che ognuno si potesse mettere in gioco, partecipando in modo attivo alla costruzione di una solida strategia, lavorando nella stessa direzione e con un unico obiettivo, è stato raggiunto. Da adesso, "**Verso il futuro condiviso del turismo**" (titolo ambizioso dato al secondo step) passerà attraverso una nuova serie di incontri, il primo dei quali, in programma **mercoledì 3 novembre**, nella Sala Legrenzi del municipio, alle 20.30, sarà un intervento motivazionale di **Francesco Tapinassi**, direttore di **Toscana Turismo**, direttore scientifico di **BTO Buy Tourism Online** e già dirigente al MIBACT, Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, con spiegazioni di concetti fondamentali sul prodotto turistico e la comunicazione digitale.

"Il compito che si è data questa amministrazione è quello di costruire un ecosistema del turismo in cui il lavoro di

PIÙ POPOLARI

FOTO

VIDEO

DELLA STESSA CITTÀ

clusone

L'INCONTRO

"Il futuro condiviso del turismo", Clusone alla ricerca di nuove economie

LA SQUADRA PER IL TERRITORIO

La "strana alleanza" dei 5 giovani amministratori dell'alta Valle Seriana

di Francesco Ferrari

ciascuno sia messo in rete, per moltiplicarne gli effetti – dice il sindaco **Massimo Morstabilini** -. Questa la direzione fondamentale del cammino che abbiamo intrapreso, guardando al settore del turismo come vero e proprio asset economico del territorio. Con tre parole chiave: sistema, eccellenza e cura”.

In pratica, Clusone per la prima volta punta a raccogliere in un unico progetto le realtà del territorio a livello turistico per un percorso che possa impostare le strategie di **sviluppo a medio e lungo termine** con il coinvolgimento diretto dei cittadini.

L'**Amministrazione Comunale** ha così affidato a **Promoserio** lo sviluppo di un progetto turistico studiato per permettere che ognuno si possa mettere in gioco, partecipando in modo attivo alla costruzione di una solida strategia, lavorando nella stessa direzione e con un unico obiettivo.

Gli altri incontri della seconda fase del progetto proseguiranno (solo con con 3 focus group selezionati su invito) il 9, 10 e 16 novembre. Ogni gruppo si occuperà di studiare il prodotto turistico clusonese nei diversi segmenti. Consulente scientifico di tutto il progetto è **Federica Burini di Unibg**, e saranno coinvolti due studenti che faranno un tirocinio seguendo i focus group e monitorando i risultati.

Il 7 dicembre, con un incontro aperto a tutti, ci sarà la restituzione dei lavori dei focus group, sempre con la “regia” di Tapinassi e aperto di nuovo a tutti. Organizzatori sono Promoserio e l'amministrazione comunale.

[INCONTRO 3.11.21](#)

© Riproduzione riservata

Vuoi leggere Bergamone news senza pubblicità?

Iscriviti a [Friends!](#) la nuova Community di Bergamone news punto d'incontro tra lettori, redazione e realtà culturali e commerciali del territorio.

L'abbonamento annuale offre numerose opportunità, convenzioni e sconti con più di 120 Partner e il 10% della quota di iscrizione sarà devoluta in beneficenza.

[Scopri di più](#), diventiamo Amici!



Più informazioni

◆ Clusone ◆ Promoserio ◆ Turismo ◆ Clusone

Continua con Facebook

Finanza nostra

DAL VIMINALE

Lotta all'evasione fiscale, contributi per 16 comuni bergamaschi

di Livio Casanova

DALLA HOME

aeronautico locatelli

IL CASO

“Inni al duce e saluti romani all'aeronautico di Bergamo”, ma il preside smentisce

Omicidio Valverde

LA SENTENZA





Viviana, uccisa di botte nella sua casa di Valverde: condannato a 18 anni il fidanzato

di Mauro Paloschi

NEWSLETTER

Notizie e approfondimenti quotidiani sulla tua città.

[ISCRIVITI >>](#)

[menu](#) 
[comuni](#) 
[bgg](#) 
[servizi](#) 
[cerca](#) 

[METEO](#) [FRIENDS!](#)

seguici su

[f](#) seguici su facebook

[t](#) seguici su twitter

[i](#) seguici su instagram

[y](#) seguici su youtube

[t](#) seguici su telegram

[r](#) feed rss

[accedi](#)

Ultimo aggiornamento 29/10/2021 17:29

BERGAMONEWS

BergamoNews - Copyright © 2005 - 2021 - Testata associata ANSO - BergamoNews è un marchio di bergamonews srl - Via Verdi, 4 - 24100 bergamo P.I. 03480700164

Sede Redazione: Via Maj, 3, 24121 - Tel. 035-211607 Fax 035-232841 - Mail: redazione@bergamonews.it

Ufficio Marketing: Tel. 035-3831504 - Mail: marketing@bergamonews.it



invia notizia



segnala evento



Feed rss



facebook



twitter



instagram



contatti



pubblicità

[Informativa cookie](#) | [Impostazioni cookies](#) | [Informativa Privacy](#) | [Copyright](#)
[Editorial Policy](#) | [Transparency Statement](#)

PARTNER

PressComm Tech

Link: <https://www.consiglidiiviaggio.it/site/News/e-tutto-pronto-a-firenze-per-la-bto-week.html>

Il presente sito fa uso di cookie anche di terze parti. Si rinvia all'informativa estesa per ulteriori informazioni. La prosecuzione nella navigazione comporta l'accettazione dei cookie.

LEGGI L'INFORMATIVA

CHIUDI

Giovedì, 11 Novembre 2021



Consigli Di Viaggi
Per girare il mondo in buona salute

HOME

CHI SIAMO

PRIMA DI PARTIRE

I CONSIGLI DEI DOTTORI

VISITATI PER VOI

NEWS

cerca...



E' TUTTO PRONTO A FIRENZE PER LA BTO WEEK

Tweet



DAL 24 AL 30 NOVEMBRE TOSCANA CAPITALE DEL TRAVEL ONLIFE

100 appuntamenti, 5 giornate tematiche, format ibrido online e in presenza per la 13a edizione che avrà per tema "New Frictionless World". Oltre 200 speaker in presenza, in collegamento e in forma di ologramma nelle sedi dell'evento: Palazzo Vecchio, Nana Bianca, Camera di Commercio. Tra i player più attesi: AccorHotels, Best Western, Ctrip, Booking.com, The Student Hotel, TikTok

Sta per tornare a Firenze, in presenza e online, **BTO**, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa **13a edizione** ha scelto un **payoff tutto nuovo** - "Be Travel Onlife" - che continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento, di cui si è discusso nell'ultima edizione e che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia. **BTO2021** si snoderà in **5 giornate tematiche** - **24, 25, 26, 29 e 30 novembre** - un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i **più importati player del settore**, alcuni interverranno in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di **ologramma**. **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**.

Il tema che farà da filo rosso degli oltre **100 appuntamenti in programma** è "New Frictionless World", letteralmente "un nuovo mondo senza attriti", che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di BTO2021, **Francesco Tapinassi**: "La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un "new frictionless world" nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19".

LE GIORNATE TEMATICHE - Il **taglio del nastro** è in programma il **24 novembre** nel **Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio**, a **Firenze** con due sessioni di lavoro: "**Visione**", con ospiti da tutto il mondo e "**Focus**", in cui verranno fornite alcune anticipazioni dei **quattro main topic** (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso delle "**round table**" a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di **Nana Bianca** e della **Camera di Commercio di Firenze** ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il **25 novembre** è **Digital Innovation**, il **26 novembre** è **Destination**, il **29 novembre** è **Food & Wine** e il **30 novembre** è **Hospitality**.

ULTIME NEWS

- RICERCA E PASSIONE IN UN BICCHIERE: PREMIATI I COCKTAIL DI RICCARDO DI DIO MASA
- E' TUTTO PRONTO A FIRENZE PER LA BTO WEEK
- ITABUS: ARRIVANO 20 NUOVI BUS E 9 NUOVE DESTINAZIONI
- WELCOME TRAVEL GROUP A BORDO DI COSTA FIRENZE
- Un nuovo Sales Manager nella famiglia Go World
- AEROPORTI DI ROMA CELEBRA LA RIAPERTURA DEL TURISMO CON GLI STATI UNITI



WEB

Link: <https://www.consiglidiiviaggio.it/site/News/il-marketing-di-sojern-a-bto-con-luca-romozzi.html>

Il presente sito fa uso di cookie anche di terze parti. Si rinvia all'informativa estesa per ulteriori informazioni. La prosecuzione nella navigazione comporta l'accettazione dei cookie.

LEGGI L'INFORMATIVA

CHIUDI

Mercoledì, 24 Novembre 2021



Consigli Di Viaggi
Per girare il mondo in buona salute

HOME

CHI SIAMO

PRIMA DI PARTIRE

I CONSIGLI DEI DOTTORI

VISITATI PER VOI

NEWS

cerca...



ULTIME NEWS

- Il marketing di Sojern a **BTO** con Luca Romozzi
- Tour2000AmericaLatina: ripartenza a vele spiegate
- CONFERMATA la SECONDA STELLA MICHELIN al SANTA ELISABETTA di FIRENZE
- Il MiC alla borsa Mediterranea del Turismo a Paestum
- ITA e FIAVET, insieme verso il futuro
- Aperto a Grottaferrata il 2° Congresso di Fiafet Lazio

IL MARKETING DI SOJERN A **BTO** CON LUCA ROMOZZI

Tweet

Sojern partecipa a **BTO Betravel Onlife**, di scena dal 24 al 30 novembre a Firenze. **Luca Romozzi**, direttore senior destination Europa, sarà in collegamento come relatore all'evento del **26 novembre alle 9** dal titolo **"L'efficacia dei media di viaggio digitali nella comunicazione innovativa delle destinazioni"**. Romozzi condivide nel panel il modus operandi di Sojern nel marketing del turismo.

Nella comunicazione digitale dei territori per Sojern diventa indispensabile, non solo la brand awareness, ma anche l'efficacia e il ritorno economico dei propri investimenti promozionali. Anche il turismo può garantire la misura dei risultati dei propri investimenti promozionali attraverso i **KPIs** (Key Performance Indicators) "La tecnologia ci permette di scoprire anche le emozioni che ci sono dietro alcune scelte e intenzioni di viaggio - anticipa Luca Romozzi - ma oltre a calcolare l'impatto emotivo, l'efficacia di una campagna deve essere misurabile anche a livello pratico". Sojern coglie l'occasione di **BTO** per sensibilizzare gli esperti di destination marketing sulle nuove possibilità che offre la tecnologia.

In questo momento ci sono meno risorse e bisogna essere estremamente precisi e tempestivi negli investimenti sulle destinazioni.

Per Sojern fare rete nella comunicazione tra enti, associazioni ricettive, tour operator, vettori, sistemi museali e naturalistici costituisce il metodo migliore e più remunerativo per proporsi, a patto che, come Sojern, si realizzino campagne personalizzate, tempestive, flessibili, rivolte al singolo, quindi per ogni tipo di target, che aiutino la destinazione a capire quali sono i viaggiatori che la prediligono e come cambiano nel tempo.

A questo scopo Sojern ha lanciato da un mese, anche in Europa, il **Co-Op Marketing Program** progettato per aiutare le DMO (Destination Marketing Organization) a incanalare la domanda dei viaggiatori. La pandemia ha avuto un impatto enorme su viaggi e turismo e questo programma consente la collaborazione su campagne di marketing digitale tra DMO, hotel e attrazioni, per sostenere insieme la ripresa del mercato.

È necessaria una cooperazione coordinata ora più che mai al fine di costruire un turismo più resiliente, responsabile e sostenibile. Il programma cooperativo di Sojern può essere personalizzato per soddisfare gli obiettivi specifici di ciascun partecipante, sia che si tratti di generare consapevolezza per una destinazione o di aumentare le visite. Indipendentemente dall'obiettivo della campagna. Con questo programma Sojern ha realizzato **11 miliardi di euro di prenotazioni per oltre 10.000 brand turistici globali** tra cui destinazioni, attrazioni, hotel, compagnie aeree, operatori di crociere e altro ancora. Per questo **Sojern è stata nominata dall'UNWTO come semifinalista per il premio 'Healing Solutions for Tourism' che le riconosce di aver contribuito a mitigare l'impatto del COVID-19 nel settore.**

- Per ulteriori informazioni sulle soluzioni di marketing cooperativo di Sojern, visitare www.sojern.com/destinations.

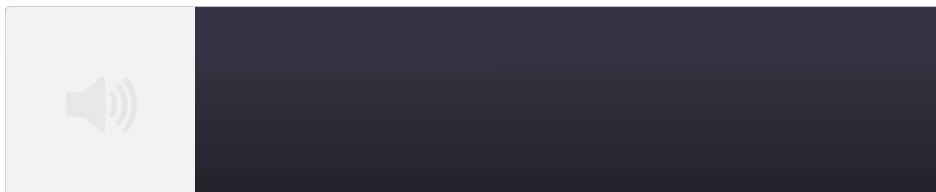


WEB

CONTRORADIO

Economia Toscana Turismo

By **Domenico Guarino** - 22 Novembre 2021



Scarica file | Ascolta in una nuova finestra | Durata: 00:02:27 | Registrato il 22 Novembre 2021

Al via la Bto 2021. Si ragionerà sul futuro del turismo d'affari, di quello dei congressi e meeting e dei viaggi d'istruzione.

I numeri di una ricerca post pandemia presentata a Antonio Preiti dell'Università di Firenze, in anteprima: sarà questo l'evento clou della giornata iniziale, il 24 novembre, dell'edizione 2021 di Bto - Be travel on line. Lo stesso giorno protagonisti saranno anche i numeri di Google Trends e Google Destination Insights. Ma ci si soffermerà pure, ad esempio, sul turismo del vino e del cibo: anche in questo caso con l'anteprima il 29 novembre di una ricerca, realizzata dall'istituto Ipsos, da cui emerge come la Toscana risulti al secondo posto, dopo la Sicilia e prima di Emilia Romagna, Puglia e Campania, tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica. E poi naturalmente, il 25 e 26 novembre, spazio alle nuove tecnologie prestate al turismo e agli ecosistemi digitali per promuoverlo e far conoscere i territori, analizzando gli strumenti usati dalle diverse regioni.

"Bto - Be travel on line" è la manifestazione dedicata al travel 2.0, nata e radicata a Firenze e che da sempre volge il proprio sguardo sull'evoluzione del binomio turismo-innovazione e anticipa i trend prima che nuove mode si affermino, come è stato negli anni passati ad esempio per per fenomeno AirBnB o per i robot concierge. Un evento dunque da tenere sotto osservazione quello presentato, a due giorni dal



Abito in Community, racconti di vicinato

Case Popolari il sociale che fa rete - Puntata 4



taglio del nastro, oggi a Palazzo Strozzi Sacratì, sede della presidenza della Regione. A Firenze sono attesi alcuni fra i più importanti operatori del settore: in carne ed ossa oppure, come nella giornata di apertura di Palazzo Vecchio, come ologrammi in dimensione reale capaci di interagire sul palco del Salone dei Cinquecento. Una squarcio, anche in questo caso, di futuro, di turismo dove esperienze reali e virtuali si mescolano.



“Sarà l’occasione per focalizzare l’attenzione su quelle politiche del turismo che sono una espressione delle ripresa e che già vede la Toscana una delle mete più attrattive a livello europeo” spiega il presidente della Toscana, Eugenio Giani. “Il turismo – aggiunge – è il motore della nostra economia: non si può sottovalutare. Ogni angolo della Toscana risveglia una narrazione: contiamo 273 comuni che sono le 273 facce di uno stesso diamante e il digitale può aiutarci a scoprirle tutte, anche il piccolo borgo ancora sconosciuto”.

L’obiettivo rimane quello di distribuire i flussi turistici in maniera intelligente.

“Nei cinque giorni della Bto – aggiunge ancora Giani – avremo quanto di meglio dal punto di vista dell’analisi scientifica si possa in questo momento trovare e questo ci consentirà di indirizzare ancor meglio il turismo della Toscana del domani, per farne uno degli elementi di maggiore impulso e forza”.

“Tredici anni fa quando la Bto è partita – si sofferma l’assessore al turismo, **Leonardo Marras** – parlare di digitale era un esercizio quasi da pionieri: oggi costituisce un elemento essenziale e centrale di sviluppo e nel digitale il turismo si esprime al massimo. La presenza del ministro Garavaglia testimonia l’importanza non solo toscana della manifestazione, con le sue analisi da mettere a disposizione per il rilancio del Paese. La cinque giorni di incontri sarà infatti anche l’occasione per misurare le nostre azioni, per rendicontare quanto fatto e per programmare il futuro. Proviamo a capire cosa cambia dopo il Covid”.

L’appuntamento con la Bto sarà a Palazzo Vecchio il 24 novembre e presso Nana Bianca e Camera di commercio di Firenze il 25, 26, 29 e 30 novembre. Gli eventi potranno essere seguiti anche on line. La manifestazione è promossa da Regione e Camera di Commercio, mentre l’organizzazione è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione sistema Toscana.

NELL’AUDIO L’INTERVISTA CON L’ASSESSORE AL TURISMO DELLA REGIONE TOSCANA LEONARDO MARRAS

TAGS [Eugenio Giani](#) [Leonardo Marras](#)

SHARE



Precedente articolo

Povertà, Toscana: 31mila famiglie alla Caritas per pacchi alimentari

Prossimo articolo

Natale, Giani: “accendiamo prima le luminarie per ridurre il rischio assembramenti”

Altro dello stesso autore





Cliccate sul titolo e avrete la visione completa dell'articolo e delle foto

mercoledì 24 novembre 2021

Tecnologia e digitale, una spinta in più per la crescita del turismo enogastronomico

Tecnologia e digitale, una spinta in più per la crescita del turismo enogastronomico

A Firenze, il 29 novembre, in occasione della 13° edizione di Bto, la



manifestazione legata a innovazione e turismo, si parlerà della triade viaggi-cibo-vino. Fenomeno che ha già conquistato 3 italiani su 4

Per tre italiani su quattro, **cibo e vino sono determinanti nella scelta della meta del viaggio**. Parte da questo dato l'**approfondimento sul turismo enogastronomico** in calendario il **29 novembre** nell'ambito di Bto, manifestazione sul mondo del turismo e dell'innovazione (nei giorni del 24, 25, 26, 29 e 30 novembre) arrivata alla sua 13° edizione. Location: il Salone dei 500 di Palazzo Vecchio a Firenze.

Dai grandi player del digitale alla mete e i prodotti di eccellenza

L'incontro, fruibile sia in presenza che da remoto, è composito da **diversi momenti**. La sessione curata da Roberta Milano, coordinatrice di Bto, metterà a uno stesso tavolo i **grandi player della comunicazione digitale**: Google, con Fabio Galletto,

Convivium2000

Caricamento in corso...

Archivio blog

▼ 2021 (2882)

▼ novembre (195)

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 25 NOVEMBRE

KANGURO SUPERMERCATI ANTICIPA IL NATALE

PROVERBIO DEL 25 NOVEMBRE

Tecnologia e digitale, una spinta in più per la ...

Decisa la stretta su ristoranti e bar con il super...

LE PILLOLE DEL 25 NOVEMBRE

Più della metà degli italiani sogna il ristorante ...

Qualivita, Parmigiano Reggiano e McDonald's insieme...

Verso il Natale: misure e contromisure per preno...

Pedalar tra Piacenza, Parma e Reggio Emilia

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 24 NOVEMBRE

Gambero Rosso 2022, quattro nuove Tre Forchette. ...

PROVERBIO DEL 24 NOVEMBRE

Il turismo italiano punta sul capitale umano per a...

LE PILLOLE DEL 24 NOVEMBRE

Seminario Gregoriano e Istituto "Giovanni Paolo I"...

Longarone Fiere Dolomiti torna alla MIG - dal 28/1...

KANGURO SUPERMERCATI ANTICIPA IL NATALE

convivium2000.blogspot.com HA SUPERATO i 21.500 p...

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 23 NOVEMBRE

PROVERBIO DEL 23 NOVEMBRE

Da Pesaro un patto di filiera per l'intero agroali...

Autochthon Award, 14 i vini premiati

In treno con la Principessa Sissi dalla Baviera al...

LE PILLOLE DEL 23 NOVEMBRE

Vinventions, gesti concreti per la transizione eco...

L'epoca d'oro degli agriturismi, per il 42% delle...

Censimento da record per le specialità italiane: ...

Conoscere il vino e se stessi, la rivoluzione for...

Il Brunello di Montalcino ha il suo calice. Ecco ...

ANANAS AL FORNO CON GELATO LATTEBUSCHE

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 22 NOVEMBRE

PROVERBIO DEL 22 NOVEMBRE

Euro-Toques, incontro su ripartenza e

business leader travel; **Facebook-Instagram**, con Danilo Campisi, head of travel per l'Italia; **TikTok**, con Giuliano Cini, brand lead Italia. La **sostenibilità**, diventata un tema trasversale, è al centro di una **ricerca Ipsos**, che aggrega dati internazionali e nazionali riletti in chiave turistica, in esclusiva per **Bto**. Gabriele Colasanto di Mondadori Media si concentrerà invece sul **boom digitale nel mondo food**.

Spazio poi anche ai **prodotti e alle mete d'eccellenza**. Tra queste: il **Consorzio del Parmigiano Reggiano** che ha recentemente prodotto un mediometraggio modificando linguaggi, contenuti, format e pianificazioni tradizionali; la **pizza** come destinazione e il peso del riconoscimento **Unesco**; storici e nuovi interpreti dell'enoturismo quali **Merano Wine Festival**, **Prosecco Docg**, **BuyWine** e il **Tempio del Brunello**; grandi eventi della ristorazione come **The World's 50 Best Restaurants** e le **Guide Michelin**, con evidenti ricadute sul turismo. Una particolare riflessione sarà dedicata alla **tracciabilità** dei prodotti alimentari e alle soluzioni tech in grado di creare un legame univoco con il territorio e combattere l'Italian sounding. Tra i panel tecnici, spazio a food delivery, branding dei ristoranti, compresi quelli interni agli hotel. **Si affronterà anche il tema del momento: la carenza di personale per hotel e ristoranti.**

Agli approfondimenti tematici si alterneranno spazi di visione come l'ampia intervista al direttore creativo del Padiglione Italia a Expo Dubai, **Davide Rampello**, e alla filosofa Maura Gancitano, per capire come mantenere la nostra centralità di persone nella "società della performance" digitale. E cosa potrebbe esserci di più digitale se non la prima **experience culinaria certificata Nft**, acronimo per non-fungible token? Ne parlerà Rosario Scarpato, founder and director di Iwbc - Italian wine crypto bank.

Tanti ospiti con cui parlare di turismo enogastronomico

Tra i tanti ospiti della giornata il vicepresidente per il patrimonio immateriale **Unesco**, **Pier Luigi Petrillo**, i cuochi **Cesare Battisti** e **Riccardo Orfino**, il fondatore delle gelaterie Carapina **Simone Bonini**, Lapo Cianchi direttore comunicazione & eventi di Pitti Immagine, insieme ai giornalisti Luciano Pignataro, Anna Prandoni e Massimiliano Tonelli. Tra le aziende che si occupano di tecnologia e ricerca interverranno **Motion Analytica**, **Vodafone**, **Var Group**, **GS1 Italy**, **Data Appeal**. Tra le startup del food non mancheranno **Restworld** e **Soplaya**. Infine tra le destinazioni in grado di raccontare le strategie della governance per il turismo enogastronomico: VisitFlander, VisitMonaco, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Puglia, Visit Langhe Monferrato e Roero e Parma, insieme alla Toscana. **ITALIAATAVOLA**

Pubblicato da Convivium2000 a 15:03



Nessun commento:

Posta un commento

sostenibilit...

Voglia di acqua calda a cielo aperto? Prova queste...

LE PILLOLE DEL 22 NOVEMBRE

È ora di mettere in campo il meglio dell'ospitalit...

Cura antibiotica in corso? Probiotici e prebiotici...

PROVERBIO DEL 21 NOVEMBRE

A ottobre è tornato a correre il turismo, ma l'inf...

Grano biologico italiano, patto di filiera per val...

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 21 NOVEMBRE

Sicurezza alimentare, in Italia quasi un allarme a...

Con la zona gialla niente ristoranti per i non vac...

LE PILLOLE DEL 21 NOVEMBRE

Sigep scalda i motori in vista della 43ª edizione ...

Mastro Panettone, Campania e Lombardia fanno incet...

Allarme Censis/Coldiretti: Un terzo degli italiani...

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 20 NOVEMBRE

A Bologna si decide il gusto di gelato migliore al...

La Borsa della Spesa del 12 novembre: prezzi in ca...

PROVERBIO DEL 20 NOVEMBRE

Colazione di Natale con pistacchi americani

LE PILLOLE DEL 20 NOVEMBRE

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 19 NOVEMBRE

PROVERBIO DEL 19 NOVEMBRE

LE PILLOLE DEL 19 NOVEMBRE

La locusta come nuovo alimento: ok dall'Europa

L'importanza delle vitamine per il sistema immuni...

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 16 NOVEMBRE

Mini Minecraft Cake

LE PILLOLE DEL 16 NOVEMBRE

PROVERBIO DEL 16 NOVEMBRE

Benvenuto Brunello, per il 30° anno un battesimo p...

Feste natalizie in Riviera Romagnola: crescono l...

Dalle Langhe all'Alto Adige, dall'Austria alla Sas...

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 15 NOVEMBRE

LE PILLOLE DEL 15 NOVEMBRE

Colesterolo: cosa è, come riconoscerlo e cosa mang...

In Calabria a caccia di prodotti tipici dalla terr...

Merano WineFestival oltre le aspettative: più di 5...

PROVERBIO DEL 15 NOVEMBRE

Prugne della California, nel primo semestre 2021 ...

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 14 NOVEMBRE

Il vino dopo i lockdown tra sommelier virtuali e p...

I vini dell'Oltrepò fanno tappa a Roma per l'appun...

PROVERBIO (O DETTO) DEL 14 NOVEMBRE

Manca la documentazione, sequestrati 10.550 ettoli...

Traffico di rifiuti e truffa: scattano i sequestri...

Falsi green pass venduti su Telegram, fermato un g...

LE PILLOLE DEL 14 NOVEMBRE

Post più recente

Home page

Post più vecchio

Iscriviti a: Commenti sul post (Atom)

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 13 NOVEMBRE

New York sostiene il turismo: pacchetto di aiuti d...

Effetto rincari, a Natale anche i biscotti costerà...

Filiera lattiero-casearia: nasce un tavolo per s...

PROVERBIO DEL 13 NOVEMBRE

L'ora buona per addormentarsi (e proteggere il c...

Proteste no green pass, nuove regole e piazze vi...

Arredamont chiude con quasi 20 mila visitatori... ..

LE PILLOLE DEL 13 NOVEMBRE

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 12 NOVEMBRE

KANGURO SUPERMERCATI TANTI PRODOTTI A 0,98 EURO

PROVERBIO (O DETTO) ED SMS IN RIMA DEL 12 NOVEMBRE

Per il 41% degli italiani la spesa alimentare per ...

Terza dose, dall'1 dicembre si apre alla fascia ...

Materie prime alle stelle! Bar e ristoranti: Così ...

Vino e tecnologia, da Authena il connubio anti-con...

LE PILLOLE DEL 12 NOVEMBRE

Concessioni balneari, per il Consiglio di Stato ce...

DIMMI QUANDO SEI NATO: OGGI 11 NOVEMBRE

► ottobre (268)

► settembre (278)

► agosto (271)

► luglio (247)

► giugno (269)

► maggio (276)

► aprile (272)

► marzo (275)

► febbraio (252)

► gennaio (279)

► 2020 (3224)

► 2019 (3245)

► 2018 (3226)

► 2017 (3326)

► 2016 (2947)

► 2015 (1685)

► 2014 (604)

► 2013 (168)

Contatti

Nome

Email *

Messaggio *

Invia

Informazioni personali

 Convivium2000

Visualizza il mio profilo completo

RSS Convivium2000

CORRIEREDELLECONOMIA.IT

“Ologrammi ed intelligenza artificiale, il turismo si rivoluziona” Intervista all’Avv. Giovanni Giordano, Direttore di Uninform Group - Corriere dell'Economia

Condividi su Facebook Condividi su Twitter

“Il turismo è forse il settore che maggiormente è stato colpito dalla pandemia, ma è anche quello con il più grande potenziale di ricrescita” – è così che l’Avv. Giovanni Giordano, Direttore di Uninform Group, definisce l’attuale scenario, e continua – “ci troviamo di fronte ad un’evoluzione digitale estremamente accelerata, che ci porterà inevitabilmente ad un nuovo modo di fare Turismo”.

Dall’ENIT di Roma al **BTO** di Firenze con il teletrasporto!

“Ne ho avuto la riprova lo scorso 24 novembre, quando sono stato ospite del **BTO** di Firenze, evento di risonanza internazionale sul turismo e l’innovazione, al quale è intervenuto, trasmettendo dalla sede dell’ENIT di Roma il proprio ologramma, Simone Puerto, Founder di Travel Singularity e Docente di Marketing Digitale ed Intelligenza Artificiale del Master TQM – Tourism Quality Management.

Il Dott. Puerto, è uno dei più affermati big player del settore, ha interagito con i moderatori trattando dei punti di non ritorno post-Covid, ovvero quelle esigenze e cambi di strategia imposti dalla pandemia ma che verranno conservati anche nel futuro, come ad esempio la grande richiesta di flessibilità nelle prenotazioni, di gran peso nelle scelte del cliente. Ha fatto tutto questo rivoluzionando il concetto di business travel al quale siamo abituati, caratterizzato da trasferte che durano giorni per interventi anche di poche ore, teletrasportando la sua immagine sul palco a centinaia di chilometri di distanza per il solo tempo utile all’intervento, e dunque avendo la mattinata libera, magari per lavorare ad altro. Una cosa del genere fino a poco tempo fa sarebbe stata fantascienza”.

Si prevede quindi un turismo un po’ diverso da quello a cui siamo abituati a conoscere, orientato verso il digitale

“Sì, esatto, ed è per questo che uno dei moduli del Master TQM di Uninform Group è improntato proprio sull’intelligenza artificiale, perché in un periodo storico come questo, governato da algoritmi in grado di influenzare le nostre scelte da consumatori, o ci si forma, e si rimane al passo, oppure ci si è ancora a modelli di turismo ormai obsoleti.

È un trend confermato da McKinsey che, in una recente pubblicazione, ha stimato che in Europa le aziende hanno accelerato la propria digitalizzazione anticipando in pochi mesi quello che sarebbe stato lo sviluppo di 3 anni, per quanto riguarda il rapporto con i clienti, e lo sviluppo di 7 anni per quel che concerne l’aggiornamento dei devices in struttura. Insomma, in una corsa agli armamenti, perché è di questo che si tratta,

arrivare per primi e battere i competitors può voler dire sopravvivere”.

Ma come ci si forma per un assetto del settore che, almeno per ora, non esiste?

“Affidandosi ad Enti di Formazione con una reale, e soprattutto comprovata, esperienza nella formazione in ambito turistico. Il Master TQM, ad esempio, vanta una rosa di Docenti che prima di essere tali sono figure di spicco del settore, in grado di trasmettere ai propri allievi non solo nozioni teoriche, ma quel know-how che solo chi mastica il turismo tutti i giorni, e lo fa ad un determinato livello, può insegnare. Come ad esempio il Dott. Puorto, che grazie ad esperienze come quelle del BTO sopracitata può portare in aula esempi concreti, spunti geniali e speculazioni che, per chi ambisce a costruire una carriera nel settore, rappresentano punti di riferimento.

È per questo che un Allievo del Master TQM è un allievo estremamente competitivo sul mercato del lavoro, lo è grazie alla Formazione specialistica che riceve da un Master in continua evoluzione, che non guarda semplicemente al presente ma si orienta verso il futuro”.

SCOPRI DI PIÙ

CORRIEREDISIENA.CORR.IT

Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani – Gruppo Corriere

Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani 26 novembre 2021 Roma, 26 nov. (Adnkronos/Labitalia) - Ci sarà sempre più digitale nel futuro del viaggio, non solo in chiave di esperienze virtuali, ma prima di tutto dal punto di vista della programmazione: i big data sono sempre più importanti per le politiche turistiche. E' quanto è emerso oggi, durante la terza giornata di Bto-Be Travel Onlife, evento leader per turismo e innovazione, in corso a Firenze. In occasione del Destination Day tanti i rappresentanti di Comuni, Regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post-Covid. "Il futuro passa da decisioni sempre più data-driven. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori", dichiara Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company. "La sostenibilità - prosegue - rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni, per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute". A sposare la linea della sostenibilità anche la Svizzera. "Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Stiamo attraversando un momento epocale in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere", dice Federico Haas, presidente Hotellerie Suisse Ticino. Se la pandemia ha fatto riscoprire le vacanze all'aria aperta e il contatto con la natura, il Veneto sta puntando sul turismo lento. "E in particolare sul cicloturismo e sul sistema dei cammini - afferma Stefan Marchioro, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto - che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico". Il digitale si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. "Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la Toscana - rilancia Francesco Palumbo, direttore Fondazione Sistema Toscana - prima di tutto attraverso l'implementazione del portale Visittuscany.com, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico". Punta sul web anche la Puglia, "per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l'identità e la

pugliesità sono al centro del nostro racconto online”, conclude Bianca Bronzino, dell'Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione.

Link: <https://www.expartibus.it/bto-2021-5-giornate-di-eventi-su-innovazione-e-turismo-post-covid/>

HOME NOI DEONTOLOGIA PRIVACY

f in t d



EDITORIALE CULTURA TERRITORIO CRONACA POLITICA SPORT RECENSIONI RUBRICHE



Home > Toscana > Regione Toscana > **BTO 2021**, 5 giornate di eventi su innovazione e turismo post Covid

TOSCANA REGIONE TOSCANA **TERRITORIO** FIRENZE CRONACA CULTURA FOOD&DRINKS

BTO 2021, 5 giornate di eventi su innovazione e turismo post Covid

Di Redazione - 22 Novembre 2021 103

Appuntamento a Palazzo Vecchio il 24 novembre e presso Nana Bianca e CCIAA Firenze il 25, 26, 29 e 30 novembre

Riceviamo e pubblichiamo da Agenzia Toscana Notizie.

Al via la **BTO 2021**. Si ragionerà sul futuro del turismo d'affari, di quello dei congressi e *meeting* e dei viaggi d'istruzione, con i numeri di una ricerca post pandemia che sarà presentata in anteprima il 24 novembre da Antonio Preiti dell'Università di Firenze, lo stesso giorno in cui protagonisti saranno anche i numeri di Google Trends e Google Destination Insights.

Ma ci si soffermerà pure, ad esempio, sul turismo del vino e del cibo: anche in questo caso con l'anteprima il 29 novembre di una ricerca, realizzata dall'Istituto Ipsos, da cui emerge come la Toscana risulti al secondo posto, dopo la Sicilia e prima di Emilia Romagna, Puglia e Campania, tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica.

E poi, naturalmente, il 25 e 26 novembre, spazio alle nuove tecnologie prestate al turismo e agli ecosistemi digitali per promuoverlo e far conoscere i territori, analizzando gli strumenti usati dalle diverse regioni.

Il 24 novembre prende il via la tredicesima edizione di **'BTO - Be Travel Onlife'**, la manifestazione dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a Firenze e che da sempre volge il proprio sguardo sull'evoluzione del binomio turismo-innovazione e anticipa i trend prima che nuove mode si affermino, come è stato negli anni passati ad esempio per per fenomeno Airbnb o per i robot concierge.

SELEZIONA LINGUA



SOSTIENI EXPARTIBUS

Contribuisci con una piccola donazione alla crescita del nostro progetto editoriale

Donazione



Le ultime di napolisera.it

napolisera.it

Un evento dunque da tenere sotto osservazione quello presentato, a due giorni dal taglio del nastro, oggi, 22 novembre, a Palazzo Strozzi Sacratì, sede della presidenza della Regione.

Spiega il Presidente della Toscana, Eugenio Giani:

Sarà l'occasione per focalizzare l'attenzione su quelle politiche del turismo che sono una espressione delle ripresa e che già vede la Toscana una delle mete più attrattive a livello europeo.

Il turismo è il motore della nostra economia: non si può sottovalutare. Ogni angolo della Toscana risveglia una narrazione: contiamo 273 comuni che sono le 273 facce di uno stesso diamante e il digitale può aiutarci a scoprirle tutte, anche il piccolo borgo ancora sconosciuto.

L'obiettivo rimane quello di distribuire i flussi turistici in maniera intelligente. Certo, è stato detto stamani, non basta la narrazione: occorre poi, ad esempio, saper creare anche servizi adeguati, dalla logistica all'accoglienza.

Ma la narrazione è importante, come programmare e prevedere i trend forse ancor di più. Cosa che alla **BTO** è sempre riuscito bene.

E quel che già appare evidente – e incoraggiante – è che nel turismo post Covid, con viaggiatori sempre più sapiente e desiderosi di conoscere, gli ingredienti – è stato di nuovo sottolineato stamani – che hanno attratto turisti in Toscana rimangono forti e riemerge la vacanza come un momento di 'stacco' con tanta voglia di incontrare persone.

Aggiunge ancora Giani:

*Nei cinque giorni della **BTO** avremo quanto di meglio dal punto di vista dell'analisi scientifica si possa in questo momento trovare e questo ci consentirà di indirizzare ancor meglio il turismo della Toscana del domani, per farne uno degli elementi di maggiore impulso e forza.*

Si sofferma l'Assessore al turismo, Leonardo Marras:

*Tredici anni fa quando la **BTO** è partita parlare di digitale era un esercizio quasi da pionieri: oggi costituisce un elemento essenziale e centrale di sviluppo e nel digitale il turismo si esprime al massimo.*

La presenza del Ministro Garavaglia testimonia l'importanza non solo toscana della manifestazione, con le sue analisi da mettere a disposizione per il rilancio del Paese.

La cinque giorni di incontri sarà infatti anche l'occasione per misurare le nostre azioni, per rendicontare quanto fatto e per programmare il futuro. Proviamo a capire cosa cambia dopo il Covid.

L'appuntamento con la **BTO** sarà a Palazzo Vecchio il 24 novembre e presso Nana Bianca e Camera di commercio di Firenze il 25, 26, 29 e 30 novembre. Gli eventi potranno essere seguiti anche online.

La manifestazione è promossa da Regione e Camera di Commercio, mentre l'organizzazione è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione sistema Toscana**.

A Firenze sono attesi alcuni fra i più importanti operatori del settore: in carne ed ossa oppure, come nella giornata di apertura di Palazzo Vecchio, come ologrammi in dimensione reale capaci di interagire sul palco del Salone dei Cinquecento.

Una sgarcio, anche in questo caso, di futuro, di turismo dove esperienze reali e virtuali si mescolano.

I lavori del 24 novembre, che eccezionalmente potranno essere seguiti online, gratuitamente, sui canali Facebook e YouTube di **BTO**, si apriranno con gli interventi del Ministro del turismo Massimo Garavaglia, del Presidente della Regione Eugenio Giani, dell'Assessore comunale al turismo Cecilia Del Re, del Presidente della Camera di

WEB



- Verità per Mario Paciolla: i genitori al Centro G. La Pira martedì 23 novembre
- Napoli, boom di visitatori per la Festa internazionale dell'albero
- Le bellezze di PARTHENOPE
- "Lettera al Presidente Giuseppe Conte": intervista all'autrice Maria Felicia Liberti
- Omaggio a Dante Alighieri: rassegna Conservatorio San Pietro a Majella di Napoli



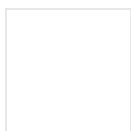
Commercio Leonardo Bassilichi e del Direttore scientifico Btpo2021 e Direttore di Toscana Promozione Turistica [Francesco Tapinassi](#).

A seguire dialogheranno sulle visioni del turismo di domani Valentina Superti della Direzione generale Crescita della Commissione europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Presenti, in forma di ologramma, anche Roberta Garibaldi, Amministratrice delegata di ENIT l'ente nazionale per il turismo, Marco Gilardi di Operations Direction Italy & USA NH hotel Group, Massimo Canducci, che di professione aiuta le imprese ad innovarsi, e Simone Puerto, fondatore di Travel Singularity.

Nel pomeriggio saranno fornite alcune anticipazioni sugli argomenti delle quattro giornate successive.

Il 26 novembre l'Assessore al turismo della Toscana, Leonardo Marras, parteciperà assieme ai Direttori di [Fondazione Sistema Toscana](#) Francesco Palumbo e di Toscana Promozione turistica [Francesco Tapinassi](#) all'evento sulla 'Smart Tuscany', dove saranno illustrati i passi programmati per ridefinire la parte informativa di www.visittuscany.com, ma anche la struttura del futuro sistema regionale della destinazione e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. A seguire un confronto tra gli ecosistemi digitali di Puglia, Trentino, Veneto e Toscana.

Il 25 novembre sarà invece la giornata dedicata all'innovazione e il 30 novembre all'ospitalità. Nel corso dei cinque giorni si susseguiranno centodieci eventi, quindici ore di 'cassette degli attrezzi' e 230 oratori.



Autore **Redazione**

[Mail](#) | [More Posts\(52216\)](#)

Articolo precedente

Toscana, codice giallo per venti 23 novembre 2021

Articolo successivo

Consiglio regionale Lombardia: calendario delle prossime sedute

ARTICOLI CORRELATI

ALTRO DALL'AUTORE

< >

Torna paniere solidale delle eccellenze toscane della Fondazione ANT

Area SIN-SIR Massa Carrara, da MiTE e Regione accelerata su bonifiche

Terme Montecatini, depositata proposta quote di maggioranza relativa

Federico Gelli nuovo Direttore della sanità toscana

Quando tu sei vicino a me, viaggio ai confini della comunicazione umana

Luvo Barattoli Arzano, peccato di gioventù a San Salvatore Telesino

PER LA LOTTA
CONTRO I TUMORI



Link: <https://www.expartibus.it/presentazione-bto-2021/>

HOME NOI DEONTOLOGIA PRIVACY

f in t d



EDITORIALE CULTURA TERRITORIO CRONACA POLITICA SPORT RECENSIONI RUBRICHE



Home > Toscana > Regione Toscana > Presentazione BTO 2021

TOSCANA REGIONE TOSCANA TERRITORIO FIRENZE CRONACA CULTURA

Presentazione BTO 2021

Di Redazione - 19 Novembre 2021 88

Conferenza stampa il 22 novembre a Palazzo Strozzi Sacratì a Firenze

Riceviamo e pubblichiamo da Agenzia Toscana Notizie.

Centodieci eventi, quindici ore di cassette degli attrezzi e 230 oratori, per parlare di innovazione legata al turismo, di turismo *smart* e digitale e delle nuove tecnologie che stanno rivoluzionando abitudini e richieste.

La BTO 2021, Be Travel Onlife, evento di riferimento in Italia sul tema, scalda i motori: l'appuntamento con la tredicesima edizione è per il 24, 25, 26, 29 e 30 novembre in tre sedi diverse di Firenze, a Palazzo Vecchio, Nana Bianca e Camera di Commercio.

L'evento sarà illustrato nel corso di una conferenza stampa in programma lunedì 22 novembre alle ore 13:00 nella Sala Pegaso di Palazzo Strozzi Sacratì in piazza del Duomo 10 a Firenze, sede della presidenza della giunta regionale toscana.

Interverranno l'Assessore al turismo Leonardo Marras, il Presidente della Camera di Commercio di Firenze Leonardo Bassilichi, il Presidente di PromoFirenze Massimo Manetti, il Direttore di Fondazione Sistema Toscana Francesco Palumbo, l'Amministratore delegato di Nana Bianca Alessandro Sordi e il Direttore di Toscana Promozione Turistica e Direttore scientifico di BTO 2021 Francesco Tapinassi.

BTO - Be Travel Onlife è un marchio di proprietà di Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze. L'organizzazione dell'evento è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Firenze e Fondazione Sistema Toscana.

SELEZIONA LINGUA



SOSTIENI EXPARTIBUS

Contribuisci con una piccola donazione alla crescita del nostro progetto editoriale

Donazione



Le ultime di napolisera.it



Link: <https://www.expartibus.it/turismo-toscana-nuovi-servizi-web-per-visitatori-ed-operatori/>

HOME NOI DEONTOLOGIA PRIVACY

f in t d



EDITORIALE CULTURA TERRITORIO CRONACA POLITICA SPORT RECENSIONI RUBRICHE



Home > Toscana > Regione Toscana > Turismo Toscana, nuovi servizi web per visitatori ed operatori

TOSCANA REGIONE TOSCANA TERRITORIO FIRENZE CRONACA CULTURA

Turismo Toscana, nuovi servizi web per visitatori ed operatori

Di Redazione - 26 Novembre 2021 111

SELEZIONA LINGUA



SOSTIENI EXPARTIBUS

Contribuisci con una piccola donazione alla crescita del nostro progetto editoriale

Donazione



Il progetto è stato presentato nel corso della BTO 2021 in corso di svolgimento a Firenze

Riceviamo e pubblichiamo da Agenzia Toscana Notizie.

Tutti in rete, ancor più che adesso: tecnologia e spirito di squadra.

Per rendere sempre migliore l'esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi

rimarca l'Assessore al turismo, Leonardo Marras.

Tutti in rete dunque per offrire più velocemente informazioni ai potenziali turisti o a chi in Toscana abita ed è in cerca di esperienza da vivere.

Tutti in rete per meglio promuoversi e magari anche per misurare, quasi in tempo reale, e più velocemente comunque di quanto si possa fare oggi, i flussi dei visitatori e gli effetti delle azioni di promozione, per definire nuove strategie o confrontarsi sulle iniziative messe in atto e scambiarsi buone idee.

La Toscana si appresta a ridefinire il proprio ecosistema digitale turistico: ovvero la piattaforma che dispensa informazioni per programmare un viaggio, dal sito ufficiale www.visittuscany.com ai database, in rete anche loro, in grado di alimentare altri luoghi del web fino alle applicazioni, per inserire dati e contenuti, rivolte agli operatori ma anche ai

WEB



Le ultime di napolisera.it



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Comuni e, tra le novità del nuovo progetto, anche agli uffici di informazione ed accoglienza turistica sparsi per tutte la regione.

Una piccola rivoluzione, nell'era dell'iperconnessione, per offrire migliori servizi ai potenziali visitatori e per ragionare in tempo reale sull'evoluzione e la risposta da parte del mercato turistico.

Se n'è parlato nella terza giornata della **BTO 2021**, che da tredici anni da Firenze volge lo sguardo all'innovazione, in tutte le sue varie forme, applicata al turismo e che sa anticipare trend prima ancora che nuove mode si affermino. Un evento promosso da Regione e Camera di commercio.

Spiega l'Assessore Marras:

Per rendere sempre migliore l'esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi è indispensabile potenziare costantemente i propri strumenti, a partire da quelli digitali in modo da offrire interfacce semplici ed efficaci, proposte mirate, spazi in cui operatori e amministrazioni possono interagire integrando l'uno le attività dell'altro.

La progettazione della nuova architettura sarà ultimata entro marzo 2022, quando si inizieranno anche a formare gli operatori. Il primo rilascio della nuova piattaforma è previsto per novembre del prossimo anno, con il collaudo da ultimare entro febbraio 2023.

Nel corso della terza giornata del **BTO**, che ha visto nel pomeriggio il confronto pure, quanto ad ecosistemi digitali, con Puglia, Trentino Alto Adige e Veneto, sono state riproposte pure le azioni di promozione in atto e quelle che ci saranno.

Per il 2022 è stata ad esempio programmata la promozione di 55 prodotti turistici prioritari, che coinvolgono 1663 operatori. Ma il piano 2022, costantemente aggiornato e misurato on line, conta un parco ancora più ampio, addirittura di 334 progetti, che interessano 581 'attrattori', ovvero spunti ed occasioni per spostarsi e visitare un luogo, e 108 centri storici dei ventotto ambiti in cui si suddivide la regione.

La campagna di promozione è partita a maggio scorso con tre focus: Firenze, il mare e il ritorno ai borghi e ai sapori autentici: mercati di riferimento Italia, Francia, Germania, Olanda e Svizzera.

È proseguita quindi a giugno – ancora mare e vacanze nella natura: Italia, Francia, Germania, Regno Unito e Svizzera – mentre ad ottobre la promozione ha interessato più da vicino le città d'arte e il turismo termale, con un occhio attento di nuovo ai turisti italiani, francesi, tedeschi e del Regno Unito.

Afferma l'Assessore Marras:

La costruzione delle politiche sul turismo non può che passare dalla condivisione delle scelte con i territori.

Per questo, la costruzione del nuovo ecosistema digitale della toscana è un obiettivo molto importante e che stiamo per raggiungere: mettiamo a sistema il lavoro degli ultimi anni e guardiamo al futuro, tutti insieme.

Sottolinea **Francesco Tapinassi**, Direttore scientifico **BTO 2021** e Direttore di Toscana Promozione Turistica:

Costruire un ecosistema digitale significa facilitare la collaborazione tra i soggetti della governance pubblica e privata, una vera sfida di competitività per tutta l'offerta regionale.

Continua il Direttore di **Fondazione Sistema Toscana**, **Francesco Palumbo**:

La Toscana ha messo in atto una decisa spinta verso la promozione digitale e la digitalizzazione dell'ecosistema delle policy di settore. La Fondazione, che assieme a Toscana Promozione Turistica e PromoFirenze si occupa dell'organizzazione della **BTO**, gestisce il sito ufficiale della destinazione Toscana www.visittuscany.com.

- Guida MICHELIN 2022: un nuovo firmamento di "stelle" ridisegna il cielo dell'enogastronomia campana.
- Recovery. Messa: 40% fondi a Atenei Sud, innescare circolo virtuoso
- Procida capitale della cultura '22, si parte il 22 gennaio
- Verità per Mario Paciolla: i genitori al Centro G. La Pira martedì 23 novembre
- Napoli, boom di visitatori per la Festa internazionale dell'albero



Prosegue Palumbo:

I risultati lusinghieri di questa accelerazione sul fronte delle digitalizzazione sono stati fotografati dalla ricerca Demoskopika, che vede la Toscana al secondo posto nella classifica sulla reputazione turistica delle Regioni italiane.



Autore **Redazione**

[Mail](#) | [More Posts\(52362\)](#)

Articolo precedente

Covid Roma, D'Amato: 'Bene Gualtieri su mascherine all'aperto'

Articolo successivo

Stop al TG regionale di mezzanotte, Giani invita la Rai a ripensarci

ARTICOLI CORRELATI

ALTRO DALL'AUTORE

< >



Inaugurato il mercato di Natale di Firenze, venti anni di tradizione

'Confucio', nuovo singolo degli Acid Brains

BMTA: turismo archeologico verde e subacqueo

Previdenza, CNPR: Risultato assestato 2021 pari a + 127,54 mln di euro

Giani su scomparsa di Paolo Coggiola

Stop al TG regionale di mezzanotte, Giani invita la Rai a ripensarci

Covid Roma, D'Amato: 'Bene Gualtieri su mascherine all'aperto'

Zingaretti: 'Per ITA necessario intervento del Governo'

Napoli, approva programmazione Fondi SIEI 2021 erogati dal MIUR



Napoli, Piano per Azioni a supporto mobilità per il periodo natalizio

Manfredi sul debito: serve sostegno per ripartire, sono fiducioso

Manfredi: organizzazione robusta antidoto a infiltrazioni camorristiche

LEGA ITALIANA
PER LA LOTTA
CONTRO I TUMORI



ExPartibus

Video in evidenza

Quotidiano online di informazione, cronaca e

WEB

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Seguici su:

Firenze

CERCA

HOME CRONACA QUARTIERI ▾ SPORT TEMPO LIBERO FOTO RISTORANTI VIDEO ANNUNCI LOCALI ▾ CAMBIA EDIZIONE ▾

» IL PODCAST - LA GIORNATA
Il super Natale di Draghi
di Laura Pertici

ASCOLTA

Turismo, aumenta il richiamo dell'offerta enogastronomica

di Valeria Strambi



▲ (afp)

A rivelarlo è la ricerca Ipsos "Turismo enogastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia" che sarà presentata nel corso della tredicesima edizione di BTO

24 NOVEMBRE 2021

2 MINUTI DI LETTURA

Vino e cibo di qualità. A guidare i turisti nella scelta delle mete da visitare è, sempre più spesso, l'offerta enogastronomica. Una degustazione in cantina, un tour in un caseificio o qualche giorno in agriturismo per assaggiare i prodotti tipici del territorio sono in grado di conquistare un po' tutti. Per ben tre italiani su quattro la presenza combinata di questi elementi è ormai diventata determinante. A rivelarlo è la ricerca Ipsos "Turismo enogastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia" che sarà presentata nel corso della tredicesima edizione di BTO (Be Travel Onlife), l'evento della Regione Toscana e della Camera di Commercio di Firenze, in programma fino al 30 novembre in città.

Secondo l'indagine Ipsos la Toscana è tra le cinque regioni che meglio sanno raccontare la propria eccellenza nel campo del food and wine. In particolare è suo il secondo posto della classifica, subito dopo la Sicilia e prima di Emilia Romagna, Puglia e Campania. Va detto che nel mondo, la leadership nell'arte culinaria, è riconosciuta proprio all'Italia, che guadagna il primo posto seguita da Francia e Giappone.

Ma quanto conta, oggi, una buona offerta enogastronomica per chi si mette in viaggio? Per il 23% degli intervistati è "molto importante", per il 50 "abbastanza importante", per il 20 "poco importante" e solo per il 7 "per niente importante". Agli italiani è tornata la voglia di visitare nuove città, anche se il timore per la pandemia permane. La quota di chi ha previsto di fare almeno un

Leggi anche

Ai prof non piace l'obbligo del vaccino "Perché proprio a noi?"

Scuola, a Firenze gli studenti occupano anche il Machiavelli-Capponi. Al Michelangiolo alunni bloccati

Ore 9, lezione di sostenibilità: nasce il primo liceo ambientale

periodo di vacanza, tra ottobre e dicembre, è in ripresa: era del 55% nel 2020 ed è salita al 61% nel 2021. I canali preferiti per informarsi sulle mete restano i siti istituzionali della località scelta (41%), seguiti da blog, forum e commenti di viaggio online (37%) e dai consigli di amici e parenti (28%).

Per Roberta Milano, coordinatrice **Bto** del tema food and wine, la crescita del turismo enogastronomico era una tendenza già in atto, ma la pandemia ha dato il colpo decisivo: "I lunghi periodi di lockdown ci hanno fatto riscoprire il valore del nostro cibo e la voglia di rivisitare le tradizioni, tanto che nei nostri supermercati a finire per primi sono stati il lievito e la farina. Da quando il Paese ha cominciato a riaprire è pian piano ripreso il turismo di prossimità e questo ci ha portato a visitare i nostri luoghi con occhi nuovi".

A dare impulso a questo tipo di turismo anche l'accelerazione digitale, che sta creando nuove opportunità: "Dai menu leggibili con il Qr code alle degustazioni virtuali, la tecnologia è riuscita in qualche modo a mantenere stretto il contatto tra il viaggiatore, i luoghi da esplorare e i prodotti da assaporare - aggiunge Milano -. Ora però è importante utilizzare strumenti innovativi per sopperire ai mercati che mancano, come gli Stati Uniti e ancor più la Cina, che fino al 2024 pare non ne voglia sapere di riaprire". Le nuove frontiere possono essere i Big Data: "Dobbiamo studiare i potenziali nuovi turisti, intercettare i loro interessi e costruire un'offerta più personalizzata per chi proviene da Francia, Germania o altri Paesi. Possiamo fare delle ricerche attraverso degli accordi con i gestori telefonici, dividendo per nazionalità e fasce d'età coloro che si spostano, oppure attraverso, le carte di credito, capire in che direzione vanno gli acquisti e le preferenze del cliente, ovviamente sempre tutelando la privacy e i dati personali".

© Riproduzione riservata

Raccomandati per te

Alex Pompa, uccise il padre per difendere la madre: "È legittima difesa"

La luce di Milan e Inter. Ma come sono lontane le big di Champions

Quirinale, Tabacci: "Servirà l'appello di tutti i partiti per il bis di Mattarella"

Letta incontra Draghi e ricuce con i sindaci Pd: "Le correnti? Superate"

STIAMO RINNOVANDO LA TUA RETE

 Publiacqua

23-11-2021
23/11 Lavori urgenti su via delle Cerbine (Firenze)

23-11-2021
26/11 Lavori sulla rete idrica di Panzano (Greve in Chianti)

19-11-2021
Lavori urgenti su via dei Vespucci (Firenze)

19-11-2021
24/11 Lavori sulla rete di Bagno a Ripoli

17-11-2021
06/12 Rinvio lavori sostituzione contatori su Viale Manfredo Fanti (Firenze)

VEDI TUTTI

BLOG



OLTRE I BANCHI

di Genny Carpinteri

Il nostro spettacolo



TERRATOSCANA

di Maurizio Bologni

Stretta ai bonus edili, artigiani sull'orlo della crisi di ...



CAMBIAMO REGISTRO

di Ludovico Arte

Il Goethe recitato e la testa altrove, la vera scuola ...



MONDO SANITÀ

di Michele Bocci

Dall'associazione di pazienti alla stanza dei bottoni del ministero

consigli.it



ILMIOLIBRO

BLACK FRIDAY

ENTRA NEL NOSTRO NETWORK DI SCRITTORI

**Pubblicare e stampare un libro:
tutti gli sconti**

Diventa Talent Scout

Fai valutare il tuo libro

NECROLOGIE

Per pubblicare un necrologio chiama il numero verde

Numero Verde

800 700800

ATTIVO DA LUNEDÌ
A DOMENICA DALLE
ORE 10 ALLE ORE 21

RICERCA NECROLOGI PUBBLICATI »

CASEMOTORILAVOROASTE

CERCA UNA CASA

☒ Vendita☐ Affitto☐ Asta Giudiziarial

Provincia

Cerca

[Pubblica il tuo annuncio](#)

CERCA AUTO O MOTO

☒ Auto☐ Moto

Marca

Provincia

Cerca

[Pubblica il tuo annuncio](#)

CERCA UN LAVORO

Provincia

Scegli la provincia

Area funzionale

-

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

WEB

95

IL NETWORK

Espandi ▾

Fai di Repubblica la tua homepage | Mappa del sito | Redazione | Scriveteci | Per inviare foto e video | Servizio Clienti | Pubblicità | Cookie Policy | Privacy
Codice Etico e Best Practices

[GEDI News Network S.p.A.](#) - P.Iva 01578251009 - ISSN 2499-0817



CHI SIAMO COSA FACCIAMO LAVORA CON NOI TRASPARENZA NEWS

NEWS / 11 NOVEMBRE 2021

BTO LA 13A EDIZIONE SARÀ “BE TRAVEL ONLIFE”

100 appuntamenti, 5 giornate tematiche, format ibrido online e in presenza per l'edizione 2021 che avrà per tema “New Frictionless World”

Sta per tornare a Firenze, in presenza e online, **BTO**, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa **13a edizione** ha scelto un **payoff tutto nuovo** – “**Be Travel Onlife**”.

BTO2021 si snoderà in **5 giornate tematiche** – **24, 25, 26, 29 e 30 novembre** – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i **più importanti player del settore**, alcuni interverranno in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di **ologramma**.

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**.

Il tema che farà da filo rosso degli oltre **100 appuntamenti in programma** è “**New Frictionless World**”, letteralmente “un nuovo mondo senza attrito”, che è anche un augurio per il futuro.

Il **taglio del nastro** è in programma il **24 novembre** nel **Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio**, a **Firenze** con due sessioni di lavoro: “**Visione**”, con ospiti da tutto il mondo e “**Focus**”, in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei **quattro main topic** (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso delle “**round table**” a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi.

Le sedi di **Nana Bianca** e della **Camera di Commercio di Firenze** ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il **25 novembre** è **Digital Innovation**, il **26 novembre** è **Destination**, il **29 novembre** è **Food & Wine** e il **30 novembre** è **Hospitality**.

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



f t in

CHI SIAMO

Identità E Obiettivi
Statuto E Governance
Organigramma

COSA FACCIAMO

Programma Attività
Progetti
Partnership
Annual Report

LAVORA CON NOI

Bandi E Gare Di Appalto
Avvisi E Bandi Area
Cinema E Mediateca
Albo Fornitori
Regolamento Acquisti
Jobs

TRASPARENZA

Amministrazione
Trasparente
Bilanci

NEWS

News

CONTATTI

WEB

97

FOODAFFAIRS.IT

Cibo e vino determinanti per 3 italiani su 4 nella scelta dei viaggi - Foodaffairs: news su food, comunicazione, adv, mktg, sostenibilità

Foodaffairs: news su food, comunicazione, adv, mktg, sostenibilità

Cibo e vino determinanti per 3 italiani su 4 nella scelta dei viaggi

Pubblicato

9 minuti fa

bto 2021

Per 3 italiani su 4 cibo e vino sono determinanti nella scelta della meta de viaggi. Se ne parla al BTO, evento leader per il settore viaggi e digitale che quest'anno dedica un'intera giornata al Food & Wine Tourism, lunedì 29 novembre. Cresce il turismo enogastronomico: per 3 italiani su 4 cibo e vino sono determinanti nella scelta della meta del viaggio. E l'Italia detiene saldamente lo scettro dell'arte culinaria a livello mondiale: secondo i dati Ipsos la leadership è riconosciuta dal 49% degli intervistati. Sul secondo gradino del podio sale la Francia con il 22%, seguita dal Giappone con il 16%. Eppure, se il settore turismo vede qualche schiarita nelle nebbie della pandemia, il clima di timore e incertezza tiene ancora alla larga buona parte dei viaggiatori internazionali. BTO, manifestazione leader per travel e innovazione, dedica un'intera giornata al Food & Wine Tourism , lunedì 29 novembre: un programma pensato per ristoratori, produttori, cantine, albergatori, destinazioni e per tutti gli operatori che vogliono intercettare o sviluppare il turismo enogastronomico.

Il festival sarà fruibile in modalità ibrida, sia in presenza che online. I biglietti, a costo ridotto per andare incontro a una categoria che ha sofferto molto la pandemia, si acquistano online. Chi non potrà seguire in diretta streaming potrà accedere a video e materiali in esclusiva per 120 giorni: <https://www.bto.travel/come-partecipare>

Tra i protagonisti della sessione dedicata al Food&Wine, a cura di Roberta Milano, grandi player della comunicazione digitale: Google, con Fabio Galetto, Business Leader Travel; Facebook-Instagram, con Danilo Campisi, Head of Travel per l'Italia; TikTok, con Giuliano Cini, Brand Lead Italia. La sostenibilità, diventata un tema trasversale, è al centro di una ricerca Ipsos, che aggrega dati internazionali e nazionali riletti in chiave turistica, in esclusiva per BTO. Gabriele Colasanto di Mondadori Media si concentrerà invece sul boom digitale nel mondo food.

“BTO è il luogo per capire il futuro, anche quando il futuro è imprevedibile. Daremo a ristoratori, produttori, cantine, albergatori, destinazioni e a tutti gli operatori che ci seguiranno, una chiave per comprendere il cambiamento e strumenti per essere

protagonisti di quel cambiamento” Roberta Milano, coordinatrice BTO del topic Food & Wine Tourism.

Focus su prodotti e mete d’eccellenza, anche in chiave di comunicazione innovativa, tra cui: il Consorzio del Parmigiano Reggiano che ha recentemente prodotto un mediometraggio modificando linguaggi, contenuti, format e pianificazioni tradizionali; la pizza come destinazione e il peso del riconoscimento UNESCO; storici e nuovi interpreti dell’enoturismo quali Merano Wine Festival, Prosecco DOCG, BuyWine e il Tempio del Brunello; grandi eventi della ristorazione come The World’s 50 Best Restaurants e le Guide Michelin, con evidenti ricadute sul turismo.

Una particolare riflessione sarà dedicata alla tracciabilità dei prodotti alimentari e alle soluzioni tech in grado di creare un legame univoco con il territorio e combattere l’Italian Sounding. Tra i panel tecnici, spazio a food delivery, branding dei ristoranti, compresi quelli interni agli hotel. Si affronterà anche il tema del momento: la carenza di personale per hotel e ristoranti.

Agli approfondimenti tematici si alterneranno spazi di visione come l’ampia intervista al direttore creativo del Padiglione Italia a Expo Dubai, Davide Rampello, e alla filosofa Maura Gancitano, per capire come mantenere la nostra centralità di persone nella “società della performance” digitale. E cosa potrebbe esserci di più digitale se non la prima experience culinaria certificata NFT, acronimo per Non-Fungible Tokens? Ne parleremo con Rosario Scarpato, Founder and Director at IWCB – ITALIAN WINE CRYPTO BANK.

Tra i tanti ospiti della giornata il vicepresidente per il patrimonio immateriale Unesco, Pier Luigi Petrillo, gli chef Cesare Battisti e Riccardo Orfino, il fondatore delle gelaterie Carapina Simone Bonini, Lapo Cianchi direttore comunicazione & eventi di Pitti Immagine, insieme ai giornalisti Luciano Pignataro, Anna Prandoni e Massimiliano Tonelli. Tra le aziende che si occupano di tecnologia e ricerca interverranno Motion Analytica, Vodafone, Var Group, GS1 Italy, Data Appeal. Tra le startup del food non mancheranno Restworld e Soplaya. Infine tra le destinazioni in grado di raccontare le strategie della governance per il turismo enogastronomico: VisitFlander, VisitMonaco, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Puglia, Visit Langhe Monferrato e Roero e Parma, insieme alla Toscana.

Il Programma completo è online: <https://www.bto.travel/programma/tematiche/food-wine-tourism> Related posts:




Link: <https://www.gazzettinodelchianti.it/san-casciano-v-p/il-sindaco-roberto-ciappi-ha-rappresentato-lambito-turistico-chianti-alla-bto-di-firenze/>



Misura 3 - "Regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari" Sottomisura 3.2 - "Attività di informazione e promozione" - Beneficiario: ChiantiClassico DO

CHIANTI CLASSICO. UNICO COME LA SUA TERRA.

Chi siamo & Contatti Pubblicità Donazioni Il nostro logo Sostenitori

giovedì 2 Dicembre 2021   



Centro Medico Toscano
al vostro fianco 365 giorni l'anno per garantirvi un servizio sanitario efficiente



SAN CASCIANO

Il sindaco Roberto Ciappi ha rappresentato l'Ambito Turistico Chianti alla BTO di Firenze

Il primo cittadino sancascianese ha preso parte all'incontro con l'assessore del Comune di Firenze Cecilia Del Re

di Redazione | 2 Dicembre 2021

EMERGENZA COVID

EMERGENZA COVID

Firenze: "Acquisti sicuri",
scatta l'obbligo di mascherina
all'aperto in città

2 Dicembre 2021

SAN CASCIANO – Tra i sindaci toscani che lavorano in sinergia sulle politiche di promozione turistica anche il primo cittadino di San Casciano, **Roberto Ciappi** che, in rappresentanza dell'Ambito Turistico Chianti, ha preso parte alla Bto 2021 Be Travel onlife di Firenze.

Il primo cittadino sancascianese ha affiancato l'assessore al turismo del Comune di Firenze **Cecilia del Re** nel corso del panel sulla valorizzazione delle destinazioni turistiche in chiave digitale.

Nel corso dell'incontro, che si è tenuto nei giorni scorsi nel Salone dei Cinquecento a Palazzo Vecchio, sono state presentate alcune nuove funzionalità di live chat con gli operatori degli Infopoint turistici e potenziamento del "salta la folla" integrate nel portale e nella App Feel Florence.

"È fondamentale per le destinazioni turistiche sfruttare opportunità fino ad oggi poco utilizzate – ha dichiarato il sindaco Ciappi insieme ai colleghi, il sindaco di Scarperia e San Piero **Federico Ignesti** in rappresentanza dell'Ambito turistico Mugello e il sindaco di Montaione **Paolo Pomponi**, in rappresentanza dell'Ambito turistico Empolese-Valdelsa e il consigliere delegato al turismo della Città metropolitana **Tommaso Triberti** – la profilazione dei turisti, il conoscere le loro abitudini e le esigenze, la comprensione di ciò che cercano, ciò che vorrebbero".

"Sono elementi indispensabili – ha rilanciato – per sviluppare politiche turistiche adeguate ai gusti del turista in un mondo in rapida evoluzione e sempre più digitalizzato, sono necessari la semplificazione nel modus operandi delle pubbliche amministrazioni e l'utilizzo degli strumenti digitali che permettono di sviluppare processi di internazionalizzazione dei nostri territori".

"Il nostro è un lavoro di concerto – ha rimarcato il sindaco Ciappi – teso a rafforzare la rete istituzionale che opera come strumento strategico sulle politiche di promozione turistico-culturale dei territori che rappresentiamo, l'impegno dell'Ambito turistico Chianti è rispettare una tradizione che da sempre caratterizza la storia del nostro paese".

"Promuovere le vocazioni turistiche del Chianti – ha elencato – territorio unito e coeso, attraverso il lavoro, lo sviluppo dell'economia, l'utilizzo rispettoso dell'ambiente, la valorizzazione delle risorse e delle potenzialità culturali, il nostro compito è quello dunque di non interrompere il filo robusto e vigoroso che ci lega al passato ed interpretare le nuove esigenze della contemporaneità".

"Con l'obiettivo di valorizzare i tratti distintivi che costituiscono l'identità del nostro territorio – ha tenuto a precisare – abbiamo deciso di intervenire come area del Chianti fiorentino e

L'editoriale

10-11-12... 10-11-21: buon compleanno a noi. Nove anni con Il Gazzettino...

10 Novembre 2021

Sostengono Il Gazzettino

senese in stretta collaborazione con l'area metropolitana e il Comune di Firenze, al quale vanno i nostri ringraziamenti per questa nuova opportunità di dialogo, confronto e approfondimento che ci è stata offerta”.

“Come Ambito abbiamo scommesso sull'innovazione tecnologica e sulla comunicazione digitale – ha aggiunto – abbiamo costruito una campagna ad hoc e realizzato un complesso di strumenti multimediali che mirano a rendere il Chianti un territorio ancora più attrattivo e competitivo su scala mondiale. I comuni dell'Ambito stimoleranno e favoriranno quella catena virtuosa che all'incremento dei servizi e alla qualità delle opportunità turistico-culturali corrispondono vitalità e benessere collettivo”.

“E' nella pluralità delle dimensioni che si definisce l'eccellenza del Chianti – ha concluso Ciappi – dalla quale emerge la capacità di organizzazione di un territorio, di fare sistema e creare reti tra soggetti, di promuovere la presenza sui mercati esteri. La qualità del nostro territorio passa attraverso la messa a valore del ricco patrimonio culturale, ambientale ed economico che è presente in esso”.

@RIPRODUZIONE RISERVATA

Sostieni il Gazzettino del Chianti

Il Gazzettino del Chianti e delle Colline Fiorentine è un giornale libero, indipendente, che da sempre ha puntato sul forte legame con i lettori e il territorio. Un giornale fruibile gratuitamente, ogni giorno. Ma fare libera informazione ha un costo, difficilmente sostenibile esclusivamente grazie alla pubblicità, che in questi anni ha comunque garantito (grazie a un incessante lavoro quotidiano) la gratuità del giornale.

Adesso pensiamo che possiamo fare un altro passo, assieme: se apprezzate Il Gazzettino del Chianti, se volete dare un contributo a mantenerne e accentuarne l'indipendenza, potete farlo qui. Ognuno di noi, e di voi, può fare la differenza. Perché pensiamo che Il Gazzettino del Chianti sia un piccolo-grande patrimonio di tutti.

SOSTIENICI ADESSO

Leggi anche...

SAN CASCIANO

SAN CASCIANO

SAN CASCIANO

Don Renzo Polidori, 101 anni, al TGI: "Gay, coppie separate, Chiesa che non accoglie è contrario di Cristo"

2 Dicembre 2021

Natale a San Casciano: fra luminarie accese e tre eventi in piazza Cavour

2 Dicembre 2021

A Sant'Angelo Vico l'Abate domenica 5 dicembre si semina il grano... "adottato"

2 Dicembre 2021

Campionati italiani a Riccione, medaglia d'argento per Filippo Megli nei 200 stile libero

[Leggi su SportChianti >](#)

LETTERE & SEGNALAZIONI

Cinghiali, il Comitato Unitario Cacciatori Tavarnelle: "Chi ha soluzioni alternative si faccia avanti"

1 Dicembre 2021

EMERGENZA COVID

Covid-19, la Toscana apre dicembre con 559 nuovi casi: 5 a Barberino Tavarnelle

1 Dicembre 2021

SAN CASCIANO

San Casciano dice addio a Giorgio Bottai: l'uomo che per decenni ha "curato" l'Orologio in piazza

1 Dicembre 2021

Protocollo anticovid Figc, pubblicata la versione aggiornata col super green pass (dal 6 dicembre)

[Leggi su SportChianti >](#)

LETTERE & SEGNALAZIONI

"Non faccio il processo ai cinghiali, tantomeno ai cacciatori: ma va trovata una soluzione"

1 Dicembre 2021

EMERGENZA COVID

Covid-19: la Toscana chiude novembre con 521 nuovi positivi. Risalita nei nostri comuni

30 Novembre 2021

LETTERE & SEGNALAZIONI

"Leggiamo che tutto il male possibile viene dai cinghiali. Ma sono storie e nessuna verità"

30 Novembre 2021

CHIANTI F.NO

Contro la violenza sulle donne una mobilitazione di tutto il Chianti fiorentino

30 Novembre 2021

FIRENZE SIENA TOSCANA

Temperature in calo, Publiacqua: "Fate attenzione ai contatori dell'acqua"

30 Novembre 2021

SAN CASCIANO

Fecero saltare il bancomat delle Poste a Cerbaia: arrestate tre persone

29 Novembre 2021

Anticipo a sabato per il derbissimo Lebowski-Galluzzo. E stavolta saranno in palio pesanti punti-salvezza

[Leggi su SportChianti >](#)



SAN CASCIANO

00:00:51

VIDEO / Esclusivo: gli attimi in cui viene fatto saltare il Postamat di Cerbaia

29 Novembre 2021

EMERGENZA COVID

Pandemia e adolescenti. Crisi d'ansia e panico: analisi di pediatri e psicologi di Ponte a Niccheri

29 Novembre 2021

EMERGENZA COVID

Covid-19: ultimo lunedì di novembre con 328 nuovi positivi in Toscana

29 Novembre 2021

Serie D, anticipi a sabato per San Donato Tavarnelle e Scandicci (poi di nuovo in campo l'8 dicembre)

[Leggi su SportChianti >](#)

SAN CASCIANO

Padre Guido sarebbe stato centenariano: ripercorriamo la vita di un Cappuccino straordinario

29 Novembre 2021

LETTERE & SEGNALAZIONI

"Degrado al parco della Botte: quando entrerà in funzione la nuova gestione?"

28 Novembre 2021

LETTERE & SEGNALAZIONI

"Mercatale: il giardino in via De Nicola usato per far fare i bisogni ai cani"

28 Novembre 2021

Serie D, l'Arezzo interviene sul mercato: preso l'attaccante Calderini dal Tiferno (80 reti tra C e D)

[Leggi su SportChianti >](#)



Pallamano Tavarnelle, bella vittoria dell'Under 17 contro Scarperia

[Leggi su SportChianti >](#)

Vita da primi in classifica, Chianti Nord. Mister Michelacci: "Cerchiamo di goderci il momento"

[Leggi su SportChianti >](#)

Il gol più bello in Serie D? E' sfida (anche) tra Caciagli e Bobo Regoli

[Leggi su SportChianti >](#)

Vita da primi in classifica. Filippo Bugli, mister del San Polo: "Sensazioni bellissime"

[Leggi su SportChianti >](#)

Colligiana, un ritorno per la panchina: è Alessandro Deri il successore di Luca Corbucci

[Leggi su SportChianti >](#)

Lettere & Segnalazioni

Cinghiali, il Comitato Unitario Cacciatori Tavarnelle: "Chi ha soluzioni alternative si..."

1 Dicembre 2021

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



**Campionati italiani a Riccione,
medaglia d'argento per Filippo
Megli nei 200 stile libero**

[Leggi su SportChianti >](#)

**Protocollo anticovid Figc,
pubblicata la versione
aggiornata col super green pass
(dal 6 dicembre)**

[Leggi su SportChianti >](#)

**Anticipo a sabato per il
derbissimo Lebowski-Galluzzo.
E stavolta saranno in palio
pesanti punti-salvezza**

[Leggi su SportChianti >](#)

**Serie D, anticipi a sabato per
San Donato Tavarnelle e
Scandicci (poi di nuovo in
campo l'8 dicembre)**

[Leggi su SportChianti >](#)

Serie D, l'Arezzo interviene sul mercato: preso l'attaccante Calderini dal Tiferno (80 reti tra C e D)

[Leggi su SportChianti >](#)

Pallamano Tavarnelle, bella vittoria dell'Under 17 contro Scarperia

[Leggi su SportChianti >](#)

Vita da primi in classifica, Chianti Nord. Mister Michelacci: "Cerchiamo di goderci il momento"

[Leggi su SportChianti >](#)

Il gol più bello in Serie D? E' sfida (anche) tra Caciagli e Bobo Regoli

[Leggi su SportChianti >](#)

Vita da primi in classifica. Filippo Bugli, mister del San Polo: "Sensazioni bellissime"

[Leggi su SportChianti >](#)

Colligiana, un ritorno per la panchina: è Alessandro Deri il successore di Luca Corbucci

[Leggi su SportChianti >](#)

Sindalchianti

“Invisibile agli occhi”: focus su lavoro e salute (al femminile) nell’era...

22 Novembre 2021

Il Canto del Gallo

**Vino e territorio: il Chianti
Classico presenta a Milano il
progetto...**

18 Novembre 2021

Raccontami una Storia

**"La biblioteca di Babele":
quando la Storia e il Mito si...**

5 Novembre 2021

Ufficio legale

I danni cagionati dagli sbalzi elettrici: come farsi rimborsare

12 Febbraio 2021

EMERGENZA COVID

EMERGENZA COVID

Firenze: "Acquisti sicuri",
scatta l'obbligo di mascherina
all'aperto in città

2 Dicembre 2021



**Verso una digitalizzazione delle
PMI nel settore enologico**

[Leggi su WeChianti >](#)

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Il coworking: un nuovo modo di lavorare che crea community

[Leggi su WeChianti >](#)

Paesaggio, avviato il percorso per inserire il Chianti nel Patrimonio Unesco

[Leggi su WeChianti >](#)

Una poltrona per due... o meglio un divano per tutti

[Leggi su WeChianti >](#)

Settore enologico italiano, la promozione si sposta online

[Leggi su WeChianti >](#)

Gaiole in Chianti: trekking notturno "Luna piena tra Pievi e Castelli"

[Leggi su WeChianti >](#)

**Week end di Ferragosto a
Panzano in Chianti: fra
cinghiale e Tolomei's Brothers**

[Leggi su WeChianti >](#)

**Expo Chianti Classico a Greve: il
programma completo
dell'edizione 2021**

[Leggi su WeChianti >](#)

**La notte di San Lorenzo? Sul
Monte San Michele con Le Vie
del Chianti**

[Leggi su WeChianti >](#)

**Profumi di Lamole sotto le
stelle: Chianti Classico,
gastronomia, ...**

[Leggi su WeChianti >](#)

Mangiare e Bere

**Francesco Giovanchelli: una
lunga storia d'amore con il
caffè. Andiamo a...**

30 Novembre 2021



**Campionati italiani a Riccione,
medaglia d'argento per Filippo
Megli nei 200 stile libero**

[Leggi su SportChianti >](#)

**Protocollo anticovid Figc,
pubblicata la versione
aggiornata col super green pass
(dal 6 dicembre)**

[Leggi su SportChianti >](#)

**Anticipo a sabato per il
derbissimo Lebowski-Galluzzo.
E stavolta saranno in palio
pesanti punti-salvezza**

[Leggi su SportChianti >](#)

**Serie D, anticipi a sabato per
San Donato Tavarnelle e
Scandicci (poi di nuovo in
campo l'8 dicembre)**

[Leggi su SportChianti >](#)

Serie D, l'Arezzo interviene sul mercato: preso l'attaccante Calderini dal Tiferno (80 reti tra C e D)

[Leggi su SportChianti >](#)

Pallamano Tavarnelle, bella vittoria dell'Under 17 contro Scarperia

[Leggi su SportChianti >](#)

Vita da primi in classifica, Chianti Nord. Mister Michelacci: "Cerchiamo di goderci il momento"

[Leggi su SportChianti >](#)

Il gol più bello in Serie D? E' sfida (anche) tra Caciagli e Bobo Regoli

[Leggi su SportChianti >](#)

**Vita da primi in classifica.
Filippo Bugli, mister del San
Polo: "Sensazioni bellissime"**

[Leggi su SportChianti >](#)

**Colligiana, un ritorno per la
panchina: è Alessandro Deri il
successore di Luca Corbucci**

[Leggi su SportChianti >](#)

SOSTENGONO IL GAZZETTINO DEL CHIANTI

Ultimi articoli

Don Renzo Polidori, 101 anni, al TGI: "Gay, coppie separate, Chiesa che non accoglie è contrario di Cristo"

2 Dicembre 2021

45 anni da volontaria: la Croce Rossa di Bagno a Ripoli festeggia Gloria Taccetti

2 Dicembre 2021

Tavarnuzze: "Banda dei vetri, state tranquilli: dal Comune nessun intervento per ostacolarvi"

2 Dicembre 2021

I Comuni

BAGNO A RIPOLI
BARBERINO TAVARNELLE
GREVE IN CHIANTI
IMPRUNETA
SAN CASCIANO
CASTELNUOVO B.GA
CASTELLINA IN C.
GAIOLE IN C.
RADDA IN C.
CHIANTI F.NO
CHIANTI SENESE
FIRENZE SIENA TOSCANA

Le Rubriche

LETTERE & SEGNALEZIONI
L'EDITORIALE
MANGIARE & BERE
SINDALCHIANTI
IL CANTO DEL GALLO
RACCONTAMI UNA STORIA
UFFICIO LEGALE
GIORNALISTI A SCUOLA
IL CONDOMINIO PER TUTTI

Su di noi...

CHI SIAMO & CONTATTI
PUBBLICITÀ
DONAZIONI
IL NOSTRO LOGO
SOSTENITORI

Gli Speciali

EMERGENZA COVID
LE VIDEO INTERVISTE

SEGUI IL GAZZETTINO DEL CHIANTI SU:

 Facebook  Twitter  Youtube



Link: <https://www.gazzettinodelchianti.it/firenze-siena-toscana/pil-dellarea-metropolitana-di-firenze-7-nel-2021-4-nel-2022/>



Misura 3 - "Regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari" Sottomisura 3.2 - "Attività di informazione e promozione" - Beneficiario: ChiantiClassico DO

CHIANTI CLASSICO. UNICO COME LA SUA TERRA.

Chi siamo & Contatti Pubblicità Donazioni Il nostro logo Sostenitori

giovedì 23 Dicembre 2021 f t y



Centro Medico Toscano
al vostro fianco 365 giorni l'anno per garantirvi un servizio sanitario efficiente



FIRENZE SIENA TOSCANA

Pil dell'area metropolitana di Firenze: +7,2% nel 2021, +4,4% nel 2022

I numeri elaborati dall'Ufficio studi della Camera di Commercio di Firenze: segno più (un punto sopra la media nazionale) dopo due anni di flessione (-10,5% nel 2020 e -0,4% nel 2019)

di Redazione | 22 Dicembre 2021

EMERGENZA COVID

EMERGENZA COVID

Covid-19, record di casi in Toscana: oggi si sale oltre 2mila. Impennata anche nei nostri comuni

22 Dicembre 2021

FIRENZE – L'economia della città metropolitana di Firenze crescerà di oltre 7 punti percentuali nel 2021 (+7,2%, un punto in più della media nazionale), dopo due anni di flessione (-10,5% nel 2020 e -0,4% nel 2019, sotto la media nazionale), con la prospettiva di mantenere un trend sostenuto anche nel 2022 (+4,4%).

Questi numeri, elaborati dall'Ufficio studi della Camera di commercio di Firenze (fonte Prometeia), sono stati illustrati dal presidente della Camera, **Leonardo Bassilichi**, e dal segretario generale **Giuseppe Salvini**.

Che hanno anche confermato l'impegno economico dell'ente in favore delle imprese e dell'economia locale, circa 5 milioni nel 2022, in linea con il 2021, nonostante una consistente riduzione delle entrate (causa pandemia) nei conti del bilancio camerale.

A trainare il miglioramento del quadro economico dell'area metropolitana sono soprattutto le esportazioni, che quest'anno cresceranno del 20,1% (-15,7% nel 2020), ma anche i consumi delle famiglie fanno registrare un incoraggiante +5,7% dopo il crollo dello scorso anno (-12,8%).

Invariato l'indice di produttività del lavoro, da sempre punto debole dell'economia toscana, e sostanzialmente stabile il tasso di disoccupazione (6,6%) che, a causa anche della crescente difficoltà di reperimento delle professionalità sul mercato del lavoro (45,2%), non dovrebbe ridursi nei prossimi anni (6,8 la stima per il 2022 e 6,7 per il 2023). In ripresa gli investimenti: +14,3% quest'anno e +6,7% il prossimo.

La Camera di Commercio, da parte sua, conferma per il prossimo anno l'impegno economico messo in campo nel 2021, con circa 5 milioni che, sia direttamente (attraverso i bandi) che indirettamente (con i servizi camerali e di PromoFirenze), andranno a sostegno della crescita di imprese e professionisti del territorio.

"Siamo la casa delle imprese – dice Bassilichi – e lavoriamo insieme alle altre istituzioni per migliorare l'attrattività e l'efficienza del territorio, sul fronte della formazione, del lavoro e dei progetti in grado di sostenere la crescita dell'economia: dobbiamo puntare su poche iniziative ma d'impatto, sfruttando anche il clima di collaborazione che si è creato in questi mesi tra tutti gli attori del territorio".

Per Salvini, "manifestazioni come BuyWine, BuyFood e Bto, realizzate grazie all'impegno di PromoFirenze e Regione, sono l'esempio di come si possa promuovere con successo le nostre eccellenze, coniugandole con un'azione di marketing territoriale e quindi anche con il turismo".

L'editoriale

10-11-12... 10-11-21: buon compleanno a noi. Nove anni con Il Gazzettino...

10 Novembre 2021

Sostengono Il Gazzettino

“Questo è carburante nel motore della ripresa – aggiunge Salvini – al quale affianchiamo i servizi gratuiti e le consulenze per far nascere nuove imprese, per la crescita digitale di attività e professionisti e per l'internazionalizzazione attraverso il progetto Exporthub”.

Per quanto riguarda i servizi alle imprese, nel corso del 2021 la Camera di commercio di Firenze, tra le altre cose, ha effettuato quasi 28mila aperture di cassetti digitali e rilasciato 12.704 dispositivi di firma digitale oltre a 16mila certificati di origine (necessari per esportare prodotti), di cui 15mila stampati direttamente in azienda.

Il Punto impresa digitale (Pid) della Camera ha assistito circa mille aziende ed erogato bandi voucher impresa 4.0 per 160 imprese. Sono stati più di 5mila gli studenti coinvolti nei programmi di orientamento fatti nelle scuole superiori.

E il progetto Exporthub di PromoFirenze ha permesso di offrire oltre 1.100 servizi di sviluppo e promozione all'estero e 129 consulenze specialistiche gratuite, grazie anche a 12 accordi con partner internazionali.

@RIPRODUZIONE RISERVATA

Sostieni il Gazzettino del Chianti

Il Gazzettino del Chianti e delle Colline Fiorentine è un giornale libero, indipendente, che da sempre ha puntato sul forte legame con i lettori e il territorio. Un giornale fruibile gratuitamente, ogni giorno. Ma fare libera informazione ha un costo, difficilmente sostenibile esclusivamente grazie alla pubblicità, che in questi anni ha comunque garantito (grazie a un incessante lavoro quotidiano) la gratuità del giornale.

Adesso pensiamo che possiamo fare un altro passo, assieme: se apprezzate Il Gazzettino del Chianti, se volete dare un contributo a mantenerne e accentuarne l'indipendenza, potete farlo qui. Ognuno di noi, e di voi, può fare la differenza. Perché pensiamo che Il Gazzettino del Chianti sia un piccolo-grande patrimonio di tutti.

SOSTIENICI ADESSO

Leggi anche...

EMERGENZA COVID

EMERGENZA COVID

EMERGENZA COVID

Covid-19, record di casi in Toscana: oggi si sale oltre 2mila. Impennata anche nei nostri comuni

22 Dicembre 2021

Continua l'aumento dei ricoverati nei reparti Covid degli ospedali della Toscana

22 Dicembre 2021

Riunita la task force Covid: annullati tutti gli eventi di Capodanno a Firenze

22 Dicembre 2021

Resta soltanto il Poggibonsi a inseguire la capolista San Donato Tavarnelle: 3-0 giallorosso sulla Pianese

[Leggi su SportChianti >](#)

EMERGENZA COVID

Ristori Covid-19, via libera ad un pacchetto da 21 milioni. Bandi tra dicembre e gennaio

22 Dicembre 2021

FIRENZE SIENA TOSCANA

Gli auguri agli operatori di Campostaggia con il dono degli "Amici di Poggibonsi"

22 Dicembre 2021

EMERGENZA COVID

Covid-19, tornano oltre 1.300 i casi in Toscana: in risalita (35 in tutto) nei nostri comuni

21 Dicembre 2021

Doppio Pierangioli, lo Scandicci porta via tre punti fondamentali da Livorno: 2-1 alla Pro

[Leggi su SportChianti >](#)

EMERGENZA COVID

Coronavirus, terapie intensive stabili: ma salgono a ritmo molto veloce i ricoveri ordinari

21 Dicembre 2021

EMERGENZA COVID

"Covid, minacce no vax ai medici per ottenere esoneri dal vaccino": la solidarietà dell'Ordine

21 Dicembre 2021

EMERGENZA COVID

Toscana, gli ingressi in terapia intensiva Covid: ecco i dati dal 13 al 19 dicembre

21 Dicembre 2021

Crepita ancora la mitraglia di Marzierli: il San Donato Tavarnelle chiude il 2021 con un'altra vittoria

[Leggi su SportChianti >](#)

FIRENZE SIENA TOSCANA

Rete ictus: interventi tempestivi e standard di assistenza elevati in 8 ospedali dell'Asl Toscana Centro

21 Dicembre 2021

FIRENZE SIENA TOSCANA

Il Palagi amplia l'offerta oculistica. Due nuovi ambulatori di retina chirurgica e della cornea

21 Dicembre 2021

EMERGENZA COVID

Covid-19, oggi 955 casi in Toscana: con meno di metà dei test dei giorni scorsi

20 Dicembre 2021

Serie D, oggi in campo per l'ultima del 2021. Il San Donato Tavarnelle ospita il Flaminia e punta al titolo d'inverno

[Leggi su SportChianti >](#)

EMERGENZA COVID

Ricoverati Covid in Toscana, superata quota 400: terapie intensive occupate al 10,7%

20 Dicembre 2021

FIRENZE SIENA TOSCANA

Coldiretti Toscana: "Tiene la campagna. Poche disdette e ottimismo negli agriturismo"

20 Dicembre 2021

EMERGENZA COVID

Covid-19, oggi in Toscana si sfiorano i 1.400 nuovi casi: in ascesa nel Chianti senese

19 Dicembre 2021

Centrone-Salsi-Dilaghi, che tridente: tre attaccanti per sette gol in una sola domenica

EMERGENZA COVID

Coronavirus, buone notizie dagli ospedali toscani: oggi lieve calo di ricoverati

19 Dicembre 2021

EMERGENZA COVID

Individuati dieci casi di sospetta variante Omicron dal laboratorio di Careggi

19 Dicembre 2021

EMERGENZA COVID

Covid-19, oggi in Toscana quasi 1.300 nuovi casi: scendono nei nostri comuni

18 Dicembre 2021



[Leggi su SportChianti >](#)

Fra fuoco e Babbo Natale sui trampoli: grande successo per la festa della Polisportiva Tavarnelle

[Leggi su SportChianti >](#)

Fiorentina, il primo pareggio di una squadra miracolo in mezzo alla landa oscena della Serie A

[Leggi su SportChianti >](#)

Mondiali, Filippo Megli fa il record italiano con la 4x200 stile libero (ma non basta per una medaglia)

[Leggi su SportChianti >](#)

Antella, pari con poche emozioni a Foiano (0-0) in uno scontro diretto per la salvezza

[Leggi su SportChianti >](#)

**Il Bagno a Ripoli chiude il 2021
con una sconfitta: la Rontese
passa in rimonta ai Ponti**

[Leggi su SportChianti >](#)

Lettere & Segnalazioni

**"Nella campagna di San
Gusmè i cinghiali ormai fanno
anche... gli..."**

19 Dicembre 2021



Resta soltanto il Poggibonsi a inseguire la capolista San Donato Tavarnelle: 3-0 giallorosso sulla Pianese

[Leggi su SportChianti >](#)

Doppio Pierangioli, lo Scandicci porta via tre punti fondamentali da Livorno: 2-1 alla Pro

[Leggi su SportChianti >](#)

Crepita ancora la mitraglia di Marzierli: il San Donato Tavarnelle chiude il 2021 con un'altra vittoria

[Leggi su SportChianti >](#)

Serie D, oggi in campo per l'ultima del 2021. Il San Donato Tavarnelle ospita il Flaminia e punta al titolo d'inverno

[Leggi su SportChianti >](#)

Centrone-Salsi-Dilaghi, che tridente: tre attaccanti per sette gol in una sola domenica

[Leggi su SportChianti >](#)

Fra fuoco e Babbo Natale sui trampoli: grande successo per la festa della Polisportiva Tavarnelle

[Leggi su SportChianti >](#)

Fiorentina, il primo pareggio di una squadra miracolo in mezzo alla landa oscura della Serie A

[Leggi su SportChianti >](#)

Mondiali, Filippo Megli fa il record italiano con la 4x200 stile libero (ma non basta per una medaglia)

[Leggi su SportChianti >](#)

Antella, pari con poche emozioni a Foiano (0-0) in uno scontro diretto per la salvezza

[Leggi su SportChianti >](#)

**Il Bagno a Ripoli chiude il 2021
con una sconfitta: la Rontese
passa in rimonta ai Ponti**

[Leggi su SportChianti >](#)

Sindalchianti

**"Invisibile agli occhi": focus
su lavoro e salute (al
femminile) nell'era...**

22 Novembre 2021

Il Canto del Gallo

"Magical Experience of European Taste" (MEET): bando di selezione per chi...

17 Dicembre 2021

Raccontami una Storia

"La biblioteca di Babele": quando la Storia e il Mito si...

5 Novembre 2021

Ufficio legale

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

I danni cagionati dagli sbalzi elettrici: come farsi rimborsare

12 Febbraio 2021

EMERGENZA COVID

EMERGENZA COVID

Covid-19, record di casi in Toscana: oggi si sale oltre 2mila. Impennata anche nei nostri comuni

22 Dicembre 2021



Verso una digitalizzazione delle PMI nel settore enologico

[Leggi su WeChianti >](#)

Il coworking: un nuovo modo di lavorare che crea community

[Leggi su WeChianti >](#)

Paesaggio, avviato il percorso per inserire il Chianti nel Patrimonio Unesco

[Leggi su WeChianti >](#)

Una poltrona per due... o meglio un divano per tutti

[Leggi su WeChianti >](#)

Settore enologico italiano, la promozione si sposta online

[Leggi su WeChianti >](#)

Gaiole in Chianti: trekking notturno "Luna piena tra Pievi e Castelli"

[Leggi su WeChianti >](#)

**Week end di Ferragosto a
Panzano in Chianti: fra
cinghiale e Tolomei's Brothers**

[Leggi su WeChianti >](#)

**Expo Chianti Classico a Greve: il
programma completo
dell'edizione 2021**

[Leggi su WeChianti >](#)

**La notte di San Lorenzo? Sul
Monte San Michele con Le Vie
del Chianti**

[Leggi su WeChianti >](#)

**Profumi di Lamole sotto le
stelle: Chianti Classico,
gastronomia, ...**

[Leggi su WeChianti >](#)

Mangiare e Bere

**Olio extravergine di oliva:
come imparare a ri-
conoscerlo con AIRO**

20 Dicembre 2021



Resta soltanto il Poggibonsi a inseguire la capolista San Donato Tavarnelle: 3-0 giallorosso sulla Pianese

[Leggi su SportChianti >](#)

Doppio Pierangioli, lo Scandicci porta via tre punti fondamentali da Livorno: 2-1 alla Pro

[Leggi su SportChianti >](#)

Crepita ancora la mitraglia di Marzierli: il San Donato Tavarnelle chiude il 2021 con un'altra vittoria

[Leggi su SportChianti >](#)

Serie D, oggi in campo per l'ultima del 2021. Il San Donato Tavarnelle ospita il Flaminia e punta al titolo d'inverno

[Leggi su SportChianti >](#)

Centrone-Salsi-Dilaghi, che tridente: tre attaccanti per sette gol in una sola domenica

[Leggi su SportChianti >](#)

Fra fuoco e Babbo Natale sui trampoli: grande successo per la festa della Polisportiva Tavarnelle

[Leggi su SportChianti >](#)

Fiorentina, il primo pareggio di una squadra miracolo in mezzo alla landa oscena della Serie A

[Leggi su SportChianti >](#)

Mondiali, Filippo Megli fa il record italiano con la 4×200 stile libero (ma non basta per una medaglia)

[Leggi su SportChianti >](#)

Antella, pari con poche emozioni a Foiano (0-0) in uno scontro diretto per la salvezza

[Leggi su SportChianti >](#)

Il Bagno a Ripoli chiude il 2021 con una sconfitta: la Rontese passa in rimonta ai Ponti

[Leggi su SportChianti >](#)

SOSTENGONO IL GAZZETTINO DEL CHIANTI

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Ultimi articoli

Si apre una buca nell'asfalto in viale Pascoli: traffico in tilt a San Casciano
22 Dicembre 2021

Greve in Chianti, arrestato 40enne: aveva in casa oltre 400 grammi di marijuana
22 Dicembre 2021

Covid-19, record di casi in Toscana: oggi si sale oltre 2mila. Impennata anche nei nostri comuni
22 Dicembre 2021

I Comuni

BAGNO A RIPOLI
BARBERINO TAVARNELLE
GREVE IN CHIANTI
IMPRUNETA
SAN CASCIANO
CASTELNUOVO B.GA
CASTELLINA IN C.
GAIOLE IN C.
RADDA IN C.
CHIANTI F.NO
CHIANTI SENESE
FIRENZE SIENA TOSCANA

Le Rubriche

LETTERE & SEGNALAZIONI
L'EDITORIALE
MANGIARE & BERE
SINDALCHIANTI
IL CANTO DEL GALLO
RACCONTAMI UNA STORIA
UFFICIO LEGALE
GIORNALISTI A SCUOLA
IL CONDOMINIO PER TUTTI

Su di noi...

CHI SIAMO & CONTATTI
PUBBLICITÀ
DONAZIONI
IL NOSTRO LOGO
SOSTENITORI

Gli Speciali

EMERGENZA COVID
LE VIDEO INTERVISTE

SEGUI IL GAZZETTINO DEL CHIANTI SU:

 Facebook  Twitter  Youtube



Link: <https://www.gonews.it/2021/11/24/bto-be-travel-onlife-il-futuro-sono-i-viaggi-di-prossimita-e-per-lavoro-si-alle-trasferte/>

Ultimo aggiornamento: 24/11/2021 17:19 | ieri: Ingressi: 25.848 pagine: 53.990 (google Analytics)



HOME → FIRENZE E PROVINCIA →

<< INDIETRO

BTO – Be Travel Onlife, il futuro sono i viaggi di prossimità e per lavoro si alle trasferte

🕒 24 Novembre 2021 16:18 📍 Attualità 📍 Firenze



Cresce la domanda domestica a livello globale, ma recupera anche il turismo business, dopo l'annus horribilis del Covid: si è aperta questa mattina a Firenze la 13/a edizione di **BTO – Be Travel Onlife**, evento leader su turismo e innovazione con un programma ibrido tra incontri in presenza e online, che si snoderà poi in cinque giornate tematiche (24, 25, 26, 29, 30 novembre) e tre location diverse in città. **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**.

Oggi l'opening a Palazzo Vecchio ha visto per la prima volta intervenire

WEB

gonews.tv Photogallery



Il sondaggio della settimana

alcuni relatori in versione **ologramma nel Salone dei Cinquecento**. Gli ologrammi, infatti, rappresentano una delle nuove modalità per viaggiare, sfruttata soprattutto a livello di turismo congressuale. Il **settore business** però non si arrende e anzi vede segnali di ripresa nell'anno che verrà: secondo una ricerca effettuata da **Sociometrica** appositamente per **BTO**, su un campione di 2.500 imprese, rappresentativo delle aziende italiane sia per dimensione e distribuzione geografica, sia per settore di attività, oltre il **63% non ha intenzione di tagliare** le spese per i viaggi di lavoro e **oltre il 72% intende lasciare invariato il totale dei viaggi di lavoro rispetto al periodo pre-Covid**, mentre più della metà degli intervistati ritiene insostituibili le riunioni in presenza. Più nello specifico: alla domanda se le **call online** possano sostituire le occasioni reali di discussione il 6,3% ha risposto "sì, sempre", il 35% "sì in molti casi", il 44% "solo in alcuni casi" e il 14,7% "no, in nessun caso".

Ancora penalizzate le mete internazionali, a causa del periodo di incertezza legato alla pandemia: secondo i trend di ricerca di **Google**, cresce la domanda domestica a livello globale. In generale, la domanda travel sta vivendo una buona ripresa e si sta riavvicinando ai valori del 2019. Globalmente, le ricerche travel nell'estate del 2021 hanno toccato quasi gli stessi livelli misurati nel 2019 (fonte: **Destination Insights**, strumento di Google accessibile senza costi online).

Guardando all'Italia i trend delle ricerche Google dimostrano come la crescita della domanda abbia avuto diverse fasi. Prima della pandemia, era maggiormente concentrata su destinazioni internazionali. Nel corso del 2020 è stata prima guidata da diverse destinazioni locali, mentre ora è guidata dalle grandi città, dove **Roma, Milano e Catania** risultano le tre città a livello domestico in Italia con la più grande crescita di interesse di ricerca nel periodo di Aprile-Luglio 2021 (Fonte: Google Destination insights). Guardando alla città di **Firenze**, sempre consultando Destination Insights si nota come nel periodo ottobre-novembre 2021 sia in quarta posizione per interesse tra le città italiane. Allo stesso tempo, l'interesse verso la Toscana come destinazione guardando alla domanda domestica proviene principalmente dal territorio toscano stesso, seguito dal Lazio e dalla Lombardia.

BTO – Be Travel Onlife prosegue **domani**, giovedì 25 novembre, con il **Digital Strategy & Innovation Day**, nella sede di Nana Bianca presso il Granaio dell'Abbondanza, in piazza del Cestello. Si comincia alle ore 9 con la Guida agli Open Data del turismo, con **Rodolfo Baggio** dell'Università Bocconi e **Giorgia Lodi**, Istituto di Scienze e Tecnologie della Cognizione del CNR, si prosegue alle ore 10 con **Patrizia Asproni**, Presidente Museo Marino Marini, per scoprire il nuovo volto dei musei. Alle 14 focus sui big data nel settore pubblico con **Monica Scannapieco** di ISTAT, tour virtuali vs realtà con la docente di social e influencer **Elena Farinelli**. Chiude la giornata l'intervista doppia con **Luca Bove** (Local Strategy) e **Francesca Ruvolo** (Wildflowermood). Tema: **i nuovi nomadi digitali**.

Maggiori informazioni www.bto.travel

Per acquistare un biglietto <https://shop.bto.travel/negotio/>

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.

Media Partner: Travel Quotidiano, Guida Viaggi, L'agenzia di Viaggi, Trend, Quality Travel, Turismo&Attualità, Travel World e Pop Economy.



WEB

Natale senza restrizioni: avete fiducia?

- ☐ Sì, ha aiutato la campagna vaccinale
- ☐ No, la quarta ondata deve ancora finire

Vota

Ascolta la Radio degli Azzurri



ClivoTV

pubblicità



Link: <https://www.gonews.it/2021/11/22/bto-2021-si-parte-cinque-giorni-su-innovazione-e-turismo-post-covid/>

Ultimo aggiornamento: 22/11/2021 19:04 | ieri: Ingressi: 23.675 pagine: 37.994 (google Analytics)



HOME → FIRENZE E PROVINCIA →

<< INDIETRO

Bto 2021, si parte: cinque giorni su innovazione e turismo post Covid

22 Novembre 2021 17:26 Attualità Firenze



Al via la **Bto 2021**. Si ragionerà sul futuro del turismo d'affari, di quello dei congressi e dei meeting e dei viaggi d'istruzione, con i numeri di una ricerca post pandemia che sarà presentata in anteprima il 24 novembre da Antonio Preiti dell'Università di Firenze, lo stesso giorno in cui protagonisti saranno anche i numeri di Google Trends e Google Destination Insights. Ma ci si soffermerà pure, ad esempio, sul turismo del vino e del cibo: anche in questo caso con l'anteprima il 29 novembre di una ricerca, realizzata dall'istituto Ipsos, da cui emerge come la Toscana risulti al secondo posto, dopo la Sicilia e prima di Emilia Romagna, Puglia e Campania, tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica. E poi naturalmente, il 25 e 26 novembre, spazio alle nuove tecnologie prestate al turismo e agli ecosistemi digitali per promuoverlo e far conoscere i territori, analizzando gli strumenti usati dalle diverse regioni.

gonews.tv Photogallery



Per la tua Pubblicità su:
#gonews.it
0571 700931
commerciale@xmediagroup.it

Il sondaggio della settimana

Natale senza restrizioni: avete fiducia?

- ☐ Sì, ha aiutato la campagna vaccinale
- ☐ No, la quarta ondata deve ancora finire

Vota

Ascolta la Radio degli Azzurri



ClivoTV

Il 24 novembre prende il via la tredicesima edizione di "Bto – Be travel on line", la manifestazione dedicata al travel 2.0, nata e radicata a Firenze e che da sempre volge il proprio sguardo sull'evoluzione del binomio turismo-innovazione e anticipa i trend prima che nuove mode si affermino, come è stato negli anni passati ad esempio per il fenomeno AirBnB o per i robot concierge. Un evento dunque da tenere sotto osservazione quello presentato, a due giorni dal taglio del nastro, oggi a Palazzo Strozzi Sacratì, sede della presidenza della Regione.

"Sarà l'occasione per focalizzare l'attenzione su quelle politiche del turismo che sono una espressione delle riprese e che già vede la Toscana una delle mete più attrattive a livello europeo" spiega il presidente della Toscana, Eugenio Giani. "Il turismo – aggiunge – è il motore della nostra economia: non si può sottovalutare. Ogni angolo della Toscana risveglia una narrazione: contiamo 273 comuni che sono le 273 facce di uno stesso diamante e il digitale può aiutarci a scoprirle tutte, anche il piccolo borgo ancora sconosciuto".

L'obiettivo rimane quello di distribuire i flussi turistici in maniera intelligente. Certo, è stato detto stamani, non basta la narrazione: occorre poi, ad esempio, saper creare anche servizi adeguati, dalla logistica all'accoglienza. Ma la narrazione è importante, come programmare e prevedere i trend forse ancor di più. Cosa che alla Bto è sempre riuscito bene. E quel che già appare evidente - e incoraggiante - è che nel turismo post Covid, con viaggiatori sempre più sapienti e desiderosi di conoscere, gli ingredienti – è stato di nuovo sottolineato stamani - che hanno attratto turisti in Toscana rimangono forti e riemerge la vacanza come un momento di 'stacco' con tanta voglia di incontrare persone.

"Nei cinque giorni della Bto – aggiunge ancora Giani - avremo quanto di meglio dal punto di vista dell'analisi scientifica si possa in questo momento trovare e questo ci consentirà di indirizzare ancor meglio il turismo della Toscana del domani, per farne uno degli elementi di maggiore impulso e forza".

"Tredici anni fa quando la Bto è partita – si sofferma l'assessore al turismo, Leonardo Marras – parlare di digitale era un esercizio quasi da pionieri: oggi costituisce un elemento essenziale e centrale di sviluppo e nel digitale il turismo si esprime al massimo. La presenza del ministro Garavaglia testimonia l'importanza non solo toscana della manifestazione, con le sue analisi da mettere a disposizione per il rilancio del Paese. La cinque giorni di incontri sarà infatti anche l'occasione per misurare le nostre azioni, per rendicontare quanto fatto e per programmare il futuro. Proviamo a capire cosa cambia dopo il Covid".

L'appuntamento con la Bto sarà a Palazzo Vecchio il 24 novembre e presso Nana Bianca e Camera di commercio di Firenze il 25, 26, 29 e 30 novembre. Gli eventi potranno essere seguiti anche on line. La manifestazione è promossa da Regione e Camera di Commercio, mentre l'organizzazione è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione sistema Toscana.

A Firenze sono attesi alcuni fra i più importanti operatori del settore: in carne ed ossa oppure, come nella giornata di apertura di Palazzo Vecchio, come ologrammi in dimensione reale capaci di interagire sul palco del Salone dei Cinquecento. Una squarcio, anche in questo caso, di futuro, di tu turismo dove esperienze reali e virtuali si mescolano.

I lavori del 24 novembre, che eccezionalmente potranno essere seguiti on line (gratuitamente) sui canali Facebook e Youtube di Bto, si apriranno con gli interventi del ministro del turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Eugenio Giani, dell'assessore comunale al turismo Cecilia Del Re, del presidente della Camera di Commercio Leonardo Bassilichi e del direttore scientifico Btpo2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica Francesco Tapinassi. A seguire dialogheranno sulle visioni del

pubblicità



Newsletter

Iscriviti alla newsletter quotidiana di gonews.it

Ogni giorno alle 19 le notizie più importanti

☐ **Ho letto e accetto i termini e le condizioni**

Indirizzo email:

Il tuo indirizzo email

Iscriviti

il quotidiano online dedicato ai tifosi azzurri

turismo di domani Valentina Superti della Direzione generale Crescita della Commissione europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Presenti, in forma di ologramma, anche Roberta Garibaldi, amministratrice delegata di Enit, l'ente nazionale per il turismo, Marco Gilardi di Operations Direction Italy & Usa NH hotel Group, Massimo Canducci, che di professione aiuta le imprese ad innovarsi, e Simone Puerto, fondatore di Travel Singularity.

Nel pomeriggio saranno fornite alcune anticipazioni sugli argomenti delle quattro giornate successive.

Il 26 novembre l'assessore al turismo della Toscana, Leonardo Marras, parteciperà assieme ai direttori di Fondazione Sistema Toscana Francesco Palumbo e di Toscana Promozione turistica Francesco Tapinassi all'evento sulla "Smart Tuscany", dove saranno illustrati i passi programmati per ridefinire la parte informativa di www.visituscany.com, ma anche la struttura del futuro sistema regionale della destinazione e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. A seguire un confronto tra gli ecosistemi digitali di Puglia, Trentino, Veneto e Toscana.

Il 25 novembre sarà invece la giornata dedicata all'innovazione e il 30 novembre all'ospitalità. Nel corso dei cinque giorni si susseguiranno centodieci eventi, quindici ore di 'cassette degli attrezzi' e 230 oratori.

Per approfondire:

Il programma della Bto2021

Il comunicato con i dettagli del programma

Gli interventi

Eugenio Giani

"I cinque giorni di Bto ci consentono di mettere a fuoco la ripresa catalizzata da politiche del turismo vincenti: il turismo è asse portante della nostra economia. Mi sento ottimista anche sul Natale in Toscana, rispetto all'andamento pandemico: considerando i dati fin qui, ritengo che possiamo vivere le prossime 4/5 settimane con i contagi sotto controllo. Ne approfitto per fare un appello: partiamo subito con il clima natalizio, al fine di evitare assembramenti nei giorni prenatalizi, così eviteremo successive impennate"

Leonardo Marras, Assessore al Turismo Regione Toscana

"Con BTO la Toscana torna protagonista del dibattito nazionale e internazionale.

Sarà anche l'occasione per misurare le nostre azioni e programmare il futuro. Ci sono segnali positivi, anche per turismo d'affari, fortemente limitato da Covid. I valori della Toscana ci rendono ancora molto attrattivi".

Francesco Tapinassi, Direttore BTO

"Grazie agli ospiti e alle ricerche che presenteranno in anteprima a BTO, manteniamo il mood della manifestazione: guardare sempre avanti. Quest'anno il claim è *frictionless*: l'esperienza del viaggio deve essere semplice. Per il sistema italiano significa una grande rivoluzione: siamo caratterizzati da tanti piccoli soggetti che operano in modo diverso. Ma il visitatore oggi ha bisogno di risposte immediate e semplici. La pandemia ha fatto riscoprire la voglia di viaggiare e incontrare nuovamente le persone: il concetto di vacanza sta tornando e la dimensione fisica torna determinante. La Toscana rappresenta sempre una grande attrazione per l'Italia e l'estero".

Francesco Palumbo, Direttore Fondazione Sistema Toscana

"Toscana diffusa e innovativa: il 26 novembre punteremo i riflettori su questo. Racconteremo come stiamo organizzando in maniera altamente competitiva il sistema di booking regionale attraverso una nuova architettura del sito regionale Visituscany.com e ci confronteremo con le altre regioni. Sapersi muovere in coerenza con il Pnrr in questo ambito sarà una delle sfide più importanti".



pubblicità

Empoli, previsioni meteo a 7 giorni

Italia > Toscana > Meteo Empoli

lun 22	mar 23	mer 24	gio 25	ven 26	sab 27	dom 28
11.3°C 16.7°C	8.2°C 14.4°C	5.5°C 14.4°C	6.4°C 10.8°C	7.6°C 12.6°C	5.9°C 13.0°C	4.6°C 10.5°C

stampa PDF 3BMeteo.com

Meteo Empoli

pubblicità

pubblicità

Link: <https://www.gonews.it/2021/11/11/bto-travel-onlife-firenze-2021/>

Ultimo aggiornamento: 11/11/2021 19:11 | ieri: Ingressi: 42.760 pagine: 70.064 (google Analytics)



HOME → FIRENZE E PROVINCIA →

<< INDIETRO

Torna a Firenze **BTO**, la cinque giorni dedicata a turismo e innovazione

11 Novembre 2021 18:14 Attualità Firenze

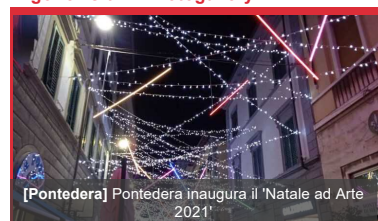


BTO 2020

Sta per tornare a **Firenze**, in presenza e online, **BTO**, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa 13a edizione ha scelto un payoff tutto nuovo - "**Be Travel Onlife**" - che continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento, di cui si è discusso nell'ultima edizione e che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia. **BTO2021** si snoderà in 5 giornate tematiche - **24, 25, 26, 29 e 30 novembre** - un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore, alcuni interverranno in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma. **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

WEB

gonews.tv Photogallery



[Pontedera] Pontedera inaugura il 'Natale ad Arte 2021'

Per la tua Pubblicità su:
#gonews.it
0571 700931
commerciale@xmediagroup.it



Toscana.

Il tema che farà da filo rosso degli oltre **100 appuntamenti in programma** è "New Frictionless World", letteralmente "un nuovo mondo senza attrito", che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di BTO2021, Francesco Tapinassi: "La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un "new frictionless world" nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19".

LE GIORNATE TEMATICHE - Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze con due sessioni di lavoro: "Visione", con ospiti da tutto il mondo e "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro main topic (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso delle "round table" a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Digital Innovation, il 26 novembre è Destination, il 29 novembre è Food & Wine e il 30 novembre è Hospitality.



Tutte le notizie di Firenze

[<< Indietro](#)



Il sondaggio della settimana

Cambiamento climatico, hai fiducia nel cambio di rotta?

- ☐ Sì, possiamo migliorare
- ☐ No, l'inquinamento è troppo diffuso

Vota

Ascolta la Radio degli Azzurri



ClivoTV

pubblicità



Ultimo aggiornamento: 26/11/2021 18:46 | ieri: Ingressi: 37.045 pagine: 64.018 (google Analytics)



HOME → FIRENZE E PROVINCIA →

<< INDIETRO

Turismo, in cantiere una nuova piattaforma web: servizi online per visitatori e operatori

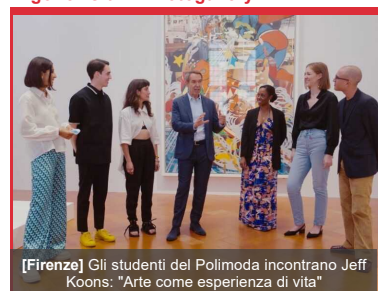
🕒 26 Novembre 2021 17:56 📍 Attualità 📍 Firenze



Tutti in rete, ancor più che adesso: tecnologia e spirito di squadra.

“Per rendere sempre migliore l'esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi” rimarca l'assessore al turismo, Leonardo Marras. Tutti in rete dunque per offrire più velocemente informazioni ai potenziali turisti o a chi in Toscana abita ed è in cerca di esperienza da vivere. Tutti in rete per meglio promuoversi e magari anche per misurare, quasi in tempo reale (e più velocemente comunque di quanto si possa fare oggi), i flussi dei visitatori e gli effetti delle azioni di promozione, per definire nuove strategie o confrontarsi sulle iniziative messe in atto e scambiarsi buone idee.

gonews.tv Photogallery



[Firenze] Gli studenti del Polimoda incontrano Jeff Koons: "Arte come esperienza di vita"

Per la tua Pubblicità su:
#gonews.it
0571 700931
commerciale@xmediagroup.it



Il sondaggio della settimana

La Toscana si appresta a ridefinire il proprio ecosistema digitale turistico: ovvero la piattaforma che dispensa informazioni per programmare un viaggio, dal sito ufficiale www.visittuscany.com ai database, in rete anche loro, in grado di alimentare altri luoghi del web fino alle applicazioni, per inserire dati e contenuti, rivolte agli operatori, ma anche ai Comuni e, tra le novità del nuovo progetto, anche agli uffici di informazione ed accoglienza turistica sparsi per tutte la regione. Una piccola rivoluzione, nell'era dell'iperconnessione, per offrire migliori servizi ai potenziali visitatori e per ragionare in tempo reale sull'evoluzione e la risposta da parte del mercato turistico.

Se n'è parlato nella terza giornata della Bto2021, che da tredici anni da Firenze volge lo sguardo all'innovazione, in tutte le sue varie forme, applicata al turismo e che sa anticipare trend prima ancora che nuove mode si affermino. Un evento promosso da Regione e Camera di commercio.

"Per rendere sempre migliore l'esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi è indispensabile potenziare costantemente i propri strumenti, a partire da quelli digitali – spiega l'assessore Marras – in modo da offrire interfacce semplici ed efficaci, proposte mirate, spazi in cui operatori e amministrazioni possono interagire integrando l'uno le attività dell'altro".

La progettazione della nuova architettura sarà ultimata entro marzo 2022, quando si inizieranno anche a formare gli operatori. Il primo rilascio della nuova piattaforma è previsto per novembre del prossimo anno, con il collaudo da ultimare entro febbraio 2023.

Nel corso della terza giornata del Bto, che ha visto nel pomeriggio il confronto pure, quanto ad ecosistemi digitali, con Puglia, Trentino Alto Adige e Veneto, sono state riepilogate pure le azioni di promozione in atto e quelle che ci saranno.

Per il 2022 è stata ad esempio programmata la promozione di 55 prodotti turistici prioritari, che coinvolgono 1663 operatori. Ma il piano 2022, costantemente aggiornato e misurato on line, conta un parco ancora più ampio, addirittura di 334 progetti, che interessano 581 'attrattori', ovvero spunti ed occasioni per spostarsi e visitare un luogo, e 108 centri storici dei ventotto ambiti in cui si suddivide la regione. La campagna di promozione è partita a maggio scorso con tre focus: Firenze, il mare e il ritorno ai borghi e ai sapori autentici: mercati di riferimento Italia, Francia, Germania, Olanda e Svizzera. E' proseguita quindi a giugno – ancora mare e vacanze nella natura: Italia, Francia, Germania, Regno Unito e Svizzera – mentre ad ottobre la promozione ha interessato più da vicino le città d'arte e il turismo termale, con un occhio attento di nuovo ai turisti italiani, francesi, tedeschi e del Regno Unito.

"La costruzione delle politiche sul turismo non può che passare dalla condivisione delle scelte con i territori – afferma l'assessore Marras - Per questo, la costruzione del nuovo ecosistema digitale della toscana è un obiettivo molto importante e che stiamo per raggiungere: mettiamo a sistema il lavoro degli ultimi anni e guardiamo al futuro, tutti insieme".

"Costruire un ecosistema digitale - sottolinea Francesco Tapinassi, direttore scientifico Bto 2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica - significa facilitare la collaborazione tra i soggetti della governance pubblica e privata, una vera sfida di competitività per tutta l'offerta regionale".

"La Toscana ha messo in atto una decisa spinta verso la promozione digitale e la digitalizzazione dell'ecosistema delle policy di settore – continua il direttore di Fondazione Sistema Toscana, Francesco Palumbo. La Fondazione, che assieme a Toscana Promozione Turistica e PromoFirenze si occupa dell'organizzazione della Bto, gestisce il sito ufficiale della destinazione Toscana www.visittuscany.com. "I risultati lusinghieri di questa accelerazione sul fronte della digitalizzazione – prosegue Palumbo -

Giornata contro violenza sulle donne: stiamo facendo abbastanza?

- ☐ Sì, la sensibilizzazione è la prima arma
- ☐ No, fenomeno troppo diffuso

Vota

Ascolta la Radio degli Azzurri



ClivoTV

pubblicità



sono stati fotografati dalla ricerca Demoskopika, che vede la Toscana al secondo posto nella classifica sulla reputazione turistica delle Regioni italiane".

Fonte: Regione Toscana - Ufficio Stampa

[Tutte le notizie di Firenze](#)

[<< Indietro](#)



Newsletter

Iscriviti alla newsletter quotidiana di **gonews.it**

Ogni giorno alle 19 le notizie più importanti

☐ **Ho letto e accetto i termini e le condizioni**

Indirizzo email:

Il tuo indirizzo email

Iscriviti

il quotidiano online dedicato ai tifosi azzurri

Empoli
CHANNEL
empolichannel.it



pubblicità

Empoli, previsioni meteo a 7 giorni
Italia > Toscana > Meteo Empoli

ven 26	sab 27	dom 28	lun 29	mar 30	mer 01	gio 02
9.3°C 12.2°C	8.0°C 13.0°C	3.6°C 10.9°C	0.4°C 9.7°C	-3.3°C 9.8°C	1.1°C 11.4°C	3.2°C 12.7°C

stampa PDF

3BMeteo.com

Meteo Empoli

pubblicità

Link: <https://www.gonews.it/2021/12/03/turismo-la-prima-edizione-ibrida-di-bto-fa-il-botto-raggiunte-10mila-visualizzazioni/>

Ultimo aggiornamento: 3/12/2021 18:50 | ieri: Ingressi: 25.890 pagine: 45.702 (google Analytics)



#gonews.it®
Giornale Orario | Toscana



TOSCANA HOME EMPOLESE VALDELSA ZONA DEL CUOIO FIRENZE E PROVINCIA CHIANTI VALDELSA PONTEDERA VOLTERRA PISA CASCINA PRATO PISTOIA SIENA AREZZO LUCCA VERSILIA LIVORNO GROSSETO

<< INDIETRO

Turismo, la prima edizione ibrida di BTO fa il botto: raggiunte 10mila visualizzazioni

03 Dicembre 2021 16:48 Attualità Toscana



Oltre 10mila visualizzazioni da remoto, 274 speaker esperti della Travel Industry, 102 eventi distribuiti in cinque giornate e tre diverse location, con ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: si è chiusa a Firenze la prima edizione ibrida di BTO – Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana. Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano nel novembre 2022.

L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da 24 Paesi nel mondo. Nella top 10: Italia, USA, Finlandia, Austria, Svizzera, UK, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone.

Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di BTO, hanno partecipato attivamente alle 4 tematiche protagoniste

gonews.tv Photogallery



Per la tua Pubblicità su:
#gonews.it
0571 700931
commerciale@xmediagroup.it

Il sondaggio della settimana

Super Green Pass e mascherine all'aperto per le Feste, che ne pensi?

- ☐ Scelta giusta per contrastare il virus
- ☐ Non sono d'accordo, decisione esagerata

Vota

Ascolta la Radio degli Azzurri



ClivoTV

dell'edizione 2021, totalizzando oltre 10.000 presenze live agli eventi. Il più seguito in termini di presenze, il Digital Innovation & Strategy Day, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle Destination, quella specificatamente riservata al mondo Hospitality e quella dedicata al Food & Wine Tourism. Una tendenza forse destinata a cambiare, considerando il fatto che proprio il turismo enogastronomico è emerso come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine.

Su MyBTO, la piattaforma online di **BTO 2021**, le attività dedicate alle quattro tematiche chiave hanno superato i 75.000 minuti. Conclusa la **BTO Week**, la manifestazione adesso prosegue per gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, dando la possibilità di rivivere online gli eventi con 5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica integralmente fruibili sul web.

"Questa tredicesima edizione di **BTO** è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo – commenta Leonardo Marras, assessore all'Economia e al Turismo della Regione Toscana –. **BTO** per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022".

"Il successo di questa edizione di **BTO** è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business", dice Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze. "La **BTO** - aggiunge - è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati".

"Un grazie a tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente – dichiara **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico di BTO2021. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i 274 speakers, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesso di fare una **BTO** del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel".

Maggiori informazioni www.bto.travel.

Fonte: Ufficio Stampa

Tutte le notizie di Toscana

<< Indietro

pubblicità



Newsletter

Iscriviti alla newsletter quotidiana di gonews.it

Ogni giorno alle 19 le notizie più importanti

☐ Ho letto e accetto i termini e le condizioni

Indirizzo email:

Il tuo indirizzo email

Iscriviti

il quotidiano online dedicato ai tifosi azzurri



Link: <https://www.grossetonotizie.com/smart-village-bto-turismo-firenze-santa-fiora/>

🕒 sabato, 27 Novembre 2021 Amiata Castiglione Colline Metallifere Costa d'Argento Follonica Grosseto Colline del Fiora



Cerca



HOME CRONACA POLITICA CULTURA & SPETTACOLI ATTUALITÀ CINEMA ECONOMIA AMBIENTE SALUTE CUCINA

Grosseto 13°C

Home / Notizie dagli Enti / "Smart Village": il progetto di Santa Fiora protagonista alla Bto di Firenze

Amiata Notizie dagli Enti

"Smart Village": il progetto di Santa Fiora protagonista alla Bto di Firenze

Redazione 27 Novembre 2021 | 15:28 Ultimo aggiornamento 27 Novembre 2021 | 15:28 0 9 Lettura di un minuto



Il sindaco di Santa Fiora, Federico Balocchi, venerdì pomeriggio, è stato invitato a Firenze, come ospite della manifestazione Bto, Buy Tourism Online, principale evento italiano dedicato al connubio tra innovazione e turismo, per parlare del progetto "Smart Village".

Il sindaco è intervenuto durante l'incontro "I borghi italiani tra conservazione e innovazione per un'offerta turistica più sostenibile".

"Sono rimasto piacevolmente impressionato – ha commentato il sindaco – dagli attestati di apprezzamento per il progetto che sono arrivati da parte di tutti gli interlocutori. Un bel riconoscimento per l'esperienza che stiamo portando avanti a Santa Fiora, che nasce dalla volontà di cogliere le opportunità che la fibra e il lavoro da remoto possono offrire ai borghi dell'entroterra come il nostro, che erogano servizi di qualità in un ambiente ancora a misura d'uomo. Il progetto ha dato dei risultati importanti: in due anni hanno risposto al nostro bando oltre 20 lavoratori che si sono trasferiti per il



Ultime notizie	Notizie in evidenza
----------------	---------------------



"AncorAccesa": incontro finale del progetto, come partecipare
🕒 27 Novembre 2021 | 15:46



Isola del Giglio, i mufloni non saranno abbattuti. L'Oipa: "Vittoria di associazioni e cittadini"
🕒 27 Novembre 2021 | 15:41



Tg regionale di mezzanotte, Vivarelli Colonna: "Cancellazione impoverisce informazione"
🕒 27 Novembre 2021 | 15:35



"Smart Village": il progetto di Santa Fiora protagonista alla Bto di Firenze
🕒 27 Novembre 2021 | 15:28

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

periodo previsto a Santa Fiora, alcuni di essi con le famiglie. E tra questi 5 hanno deciso di trasferirsi in modo permanente a Santa Fiora".

"Dopo l'incontro alla Bto, la visita alla Nana Bianca di Firenze – prosegue il sindaco Balocchi -, uno dei più moderni spazi di coworking e innovazione in Italia, è stata fonte di ispirazione per quello che dobbiamo ancora realizzare sull'Amiata, trasformando l'ex albergo del Pratuccio in un moderno polo funzionale del lavoro, con spazi attrezzati per il coworking a disposizione di lavoratori e di imprese, che decidono di delocalizzare e di investire sul nostro territorio".



Pioggia, vento e mareggiate:
allerta meteo di codice giallo fino
a domenica 28 novembre
© 27 Novembre 2021 | 15:18

Meteo

13 °C

Grosseto

Nubi sparse

13° - 11°
76%
1.54 km/h

12° Sab	12° Dom	10° Lun	11° Mar	12° Mer
------------	------------	------------	------------	------------

- #Bto
- #Buy Tourism Online
- #comune
- #Federico Balocchi
- #Firenze
- #Santa Fiora
- #Smart Village
- #turismo

Condividi

Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Nome *

Email *

Sito web

Invia commento

Questo sito usa Akismet per ridurre lo spam. Scopri come i tuoi dati vengono elaborati.

Articoli correlati



Consorzio di Bonifica, in consegna il bollettino: ecco come pagare il contributo
© 27 Novembre 2021 | 12:58



Inaugurata la sala polivalente ex Acli: ospiterà eventi culturali e sociali
© 27 Novembre 2021 | 12:31



Lavori dell'Acquedotto del Fiora: possibili disagi in alcune località
© 27 Novembre 2021 | 10:58

PAGINE

• Home

LINK UTILI

• Provincia di Grosseto

Archivi

Seleziona il mese

Seguici su Facebook

Find us on Facebook

- Contatti
- Redazione
- Disclaimer
- Privacy & Cookie Policy
- Comune di Follonica
- Ufficio Turistico Civitella Paganico
- Propaganda elettorale

© 2014 Grosseto Notizie.

Iscrizione al registro della stampa del Tribunale di Grosseto 1/13 del 01/02/2013.

Editore: Grosseto comunicazioni Società cooperativa sociale - Via del Tiro a Segno, 60 - 58100 Grosseto.

P. Iva e C.F.: 01523380531.

Cerca ...

Cerca

♥ Sito Web progettato e realizzato da PianoWeb



Amiata

Castiglione

Colline Metallifere

Costa d'Argento

Follonica

Grosseto

Colline del Fiora

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: <https://www.grossetonotizie.com/bto-2021-firenze-turismo-regione-toscana/>

🕒 Lunedì, 22 Novembre 2021 Amiata Castiglione Colline Metallifere Costa d'Argento Follonica Grosseto Colline del Fiora



Cerca



HOME CRONACA POLITICA CULTURA & SPETTACOLI ATTUALITÀ CINEMA **ECONOMIA** AMBIENTE SALUTE CUCINA

Grosseto 14°

Home / Economia / Bto 2021: 5 giornate dense di eventi per parlare di innovazione e turismo post Covid

Economia

Bto 2021: 5 giornate dense di eventi per parlare di innovazione e turismo post Covid

Redazione • 22 Novembre 2021 | 17:47 Ultimo aggiornamento 22 Novembre 2021 | 17:47

0 7 Minuti di lettura



Al via la **Bto 2021**. Si ragionerà sul futuro del turismo d'affari, di quello dei congressi e meeting e dei viaggi d'istruzione, con i numeri di una ricerca post pandemia che sarà presentata in anteprima il 24 novembre da Antonio Preiti dell'Università di Firenze, lo stesso giorno in cui protagonisti saranno anche i numeri di Google Trends e Google Destination Insights. Ma ci si soffermerà pure, ad esempio, **sul turismo del vino e del cibo**: anche in questo caso con l'anteprima il 29 novembre di una ricerca, realizzata dall'istituto Ipsos, da cui emerge come la Toscana risulti al secondo posto, dopo la Sicilia e prima di Emilia Romagna, Puglia e Campania, tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica. E poi naturalmente, il 25 e 26 novembre, spazio alle **nuove tecnologie** prestate al turismo e agli ecosistemi digitali per promuoverlo e far conoscere i territori, analizzando gli strumenti usati dalle diverse regioni.

Il 24 novembre prende il via la tredicesima edizione di "**Bto – Be travel on line**", la manifestazione dedicata al travel 2.0, nata e radicata a Firenze e che da sempre volge il proprio sguardo sull'evoluzione del binomio turismo-



Ultime notizie	Notizie in evidenza
----------------	---------------------

- Lavori dell'Acquedotto del Fiora: possibili disagi in paese**
🕒 22 Novembre 2021 | 18:40
- Ricordo vittime delle foibe: anche a Grosseto nasce il "Comitato 10 febbraio"**
🕒 22 Novembre 2021 | 18:35
- Federico Gelli nuovo direttore della sanità dal primo dicembre**
🕒 22 Novembre 2021 | 18:26
- Festa dell'albero: i bambini dell'asilo e delle elementari piantano due piccoli lecci**
🕒 22 Novembre 2021 | 18:22

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

innovazione e anticipa i trend prima che nuove mode si affermino, come è stato negli anni passati, ad esempio per il fenomeno Airbnb o per i robot concierge. Un evento dunque da tenere sotto osservazione quello presentato, a due giorni dal taglio del nastro, oggi a Palazzo Strozzi Sacratì, sede della presidenza della Regione.

"Sarà l'occasione per focalizzare l'attenzione su quelle politiche del turismo che sono una espressione delle ripresa e che già vede la Toscana una delle mete più attrattive a livello europeo" spiega il presidente della Toscana, **Eugenio Giani**. *"Il turismo – aggiunge – è il motore della nostra economia: non si può sottovalutare. Ogni angolo della Toscana risveglia una narrazione: contiamo 273 comuni che sono le 273 facce di uno stesso diamante e il digitale può aiutarci a scoprirle tutte, anche il piccolo borgo ancora sconosciuto"*.

L'obiettivo rimane quello di distribuire i flussi turistici in maniera intelligente. Certo, è stato detto stamani, non basta la narrazione: occorre poi, ad esempio, saper creare anche servizi adeguati, dalla logistica all'accoglienza. Ma la narrazione è importante, come programmare e prevedere i trend forse ancor di più. Cosa che alla Bto è sempre riuscito bene. E quel che già appare evidente – e incoraggiante – è che **nel turismo post Covid**, con viaggiatori sempre più sapienti e desiderosi di conoscere, gli ingredienti – è stato di nuovo sottolineato stamani – che hanno attratto turisti in Toscana rimangono forti e riemerge la vacanza come un momento di 'stacco' con tanta voglia di incontrare persone.

"Nei cinque giorni della Bto – aggiunge ancora Giani – avremo quanto di meglio dal punto di vista dell'analisi scientifica si possa in questo momento trovare e questo ci consentirà di indirizzare ancor meglio il turismo della Toscana del domani, per farne uno degli elementi di maggiore impulso e forza".

*"Tredici anni fa, quando la Bto è partita – si sofferma l'assessore al turismo, **Leonardo Marras** –, parlare di digitale era un esercizio quasi da pionieri: oggi costituisce un elemento essenziale e centrale di sviluppo e nel digitale il turismo si esprime al massimo. La presenza del ministro Garavaglia testimonia l'importanza non solo toscana della manifestazione, con le sue analisi da mettere a disposizione per il rilancio del Paese. La cinque giorni di incontri sarà infatti anche l'occasione per misurare le nostre azioni, per rendicontare quanto fatto e per programmare il futuro. Proviamo a capire cosa cambia dopo il Covid"*.

L'appuntamento con la Bto sarà a Palazzo Vecchio il 24 novembre e presso Nana Bianca e Camera di commercio di Firenze il 25, 26, 29 e 30 novembre. Gli eventi potranno essere seguiti anche on line. La manifestazione è promossa da Regione e Camera di Commercio, mentre l'organizzazione è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione sistema Toscana.

A Firenze sono attesi alcuni **fra i più importanti operatori del settore**: in carne ed ossa oppure, come nella giornata di apertura di Palazzo Vecchio, come ologrammi in dimensione reale capaci di interagire sul palco del Salone dei Cinquecento. Una squarcio, anche in questo caso, di futuro turismo, dove esperienze reali e virtuali si mescolano.

I lavori del 24 novembre, che eccezionalmente potranno essere seguiti on line (gratuitamente) sui canali Facebook e Youtube di Bto, si apriranno con gli interventi del ministro del turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Eugenio Giani, dell'assessore comunale al turismo Cecilia Del Re, del presidente della Camera di Commercio Leonardo Bassilichi e del direttore scientifico Btpo2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica Francesco Tapinassi.

A seguire dialogheranno sulle visioni del turismo di domani Valentina Superti, della Direzione generale Crescita della Commissione europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Presenti, in forma di ologramma, anche Roberta Garibaldi, amministratrice delegata di Enit, l'ente nazionale per il turismo, Marco Gilardi, di Operations Direction Italy & Usa NH hotel Group, Massimo Canducci, che di professione aiuta le imprese ad innovarsi, e Simone Puerto, fondatore di Travel Singularity.

Nel pomeriggio saranno fornite alcune anticipazioni sugli argomenti delle quattro giornate successive.

Il 26 novembre l'assessore al turismo della Toscana, Leonardo Marras, parteciperà assieme ai direttori di Fondazione Sistema Toscana Francesco Palumbo e di Toscana Promozione turistica Francesco Tapinassi all'evento sulla "Smart Tuscany", dove saranno illustrati i passi programmati per ridefinire la parte informativa di www.visittuscany.com, ma anche la struttura del futuro sistema regionale della destinazione e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. A seguire un confronto tra gli ecosistemi digitali di Puglia, Trentino, Veneto e Toscana.

Il 25 novembre sarà invece la giornata dedicata all'innovazione e il 30 novembre all'ospitalità. Nel corso dei cinque giorni si susseguiranno centodieci eventi, quindici ore di 'cassette degli attrezzi' e 230 oratori.



Verso una mappa regionale della copertura telefonica
© 22 Novembre 2021 | 18:12



Seguici su Facebook

Find us on Facebook

Per approfondire:

Il programma della Bto2021: www.bto.travel

Il comunicato con i dettagli del programma <https://www.bto.travel/press/comunicati-stampa/>

#2021

#Be travel on line

#Bto

#Firenze

#programma

#Toscana

#turismo

Condividi



Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Nome *

Email *

Sito web

Invia commento

Questo sito usa Akismet per ridurre lo spam. Scopri come i tuoi dati vengono elaborati.

Articoli correlati



L'Associazione Commercianti replica a Gavorrano Bene Comune: "No a strumentalizzazioni politiche"

© 20 Novembre 2021 | 14:48



Piano del traffico, preoccupazione tra i commercianti: Confesercenti incontra il sindaco

© 19 Novembre 2021 | 16:05



Ddl Concorrenza, Confartigianato chiede un tavolo di confronto: "No a fermo nazionale"

© 19 Novembre 2021 | 10:14

PAGINE

• Home

LINK UTILI

• Provincia di Grosseto

Archivi

WEB

Seguici su Facebook

Find us on Facebook

Home

Chi siamo

Contatti

Privacy & Cookie Policy

Seleziona il mese

Comune di Follonica

Ufficio Turistico Civitella Paganico

Propaganda elettorale

© 2014 Grosseto Notizie.
Iscrizione al registro della stampa del Tribunale di Grosseto 1/13 del 01/02/2013.
Editore: Grosseto comunicazioni Società cooperativa sociale - Via del Tiro a Segno, 60 - 58100 Grosseto.
P. Iva e C.F.: 01523380531.

Cerca ...

Cerca

♥ Sito Web progettato e realizzato da PianoWeb

Amiata

Castiglione

Colline Metallifere

Costa d'Argento

Follonica

Grosseto

Colline del Fiora



HOME CATEGORIE ▾ APPROFONDIMENTI ▾ GV GREEN ABOUT HOTEL I NOSTRI EVENTI ▾ VIDEO FOCUS LAVORO



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

È **boom per il turismo enogastronomico** in Italia nell'anno segnato dalla pandemia e dal ritorno a viaggi slow e di prossimità: i dati emergono dalla **ricerca Ipsos** e dalle tendenze di ricerca presentate da **Google** nel corso di **Bto - Be Travel Onlife**.

Secondo le analisi di **Google Destination Insights**, nel prossimo futuro il turismo di prossimità rappresenterà una **chiave a livello globale**. Nell'organizzazione di una vacanza la sostenibilità è considerata un valore molto importante dall'83% dei viaggiatori e il 61% di essi afferma che la pandemia li ha resi **maggiormente sensibili** a questo valore.



La **sostenibilità** è tenuta in grande considerazione da chi pratica **turismo enogastronomico**. L'Italia sventa tra le mete gourmand nelle tendenze di ricerca su Google e registra un interesse in crescita: tra gennaio e ottobre 2021 la ricerca di tour enogastronomico segna un +39%, mentre quella relativa alle cantine mostra un altro +30% (fonte *Google Trends nel vertical: Travel*).

In linea generale, l'**Italia è il Paese più desiderato** dal punto di vista turistico, secondo il 40% del campione intervistato da Ipsos (+3% rispetto al 2016). Tra gli aspetti più rilevanti del nostro Paese al primo posto troviamo la **qualità della vita**, seguita dall'**ottimismo** e dalla **creatività e capacità di inventiva** che contraddistinguono il

popolo italiano. L'**offerta enogastronomica, la moda e l'arte** sono considerati i principali ambasciatori della nostra cultura all'estero: l'Italia è prima tra le mete più golose nel mondo (49% degli intervistati), seguita a distanza da Francia (22%) e Giappone (16%).

Strumenti per elevare la qualità

"Arte ed enogastronomia - dichiara **Massimiliano Tonelli, direttore di Artribune e ospite di Bto** - sono **importanti strumenti per elevare la qualità** del turismo, la sfida del prossimo futuro. Si tratta di due mondi che hanno dinamiche molto simili e ci permettono di andare in questa direzione. Oggi la cosa più importante per mettere a sistema questa sinergia è dotarsi di strumenti in grado di misurare i risultati e implementare le

WEB



ULTIMI ARTICOLI



VOLOTEA, LOAD FACT...

30/11/2021



OPERAZIONE ALLOTTM...

30/11/2021



UNWTO, DATI INCORA...

30/11/2021



BTO, ENOGASTRONO...

30/11/2021

politiche migliori”.

In tema di eventi food e ricadute sul territorio un esempio è quello di **Taste**, evento dedicato alle eccellenze enogastronomiche d'Italia targato **Pitti Immagine**, pronto a tornare a primavera 2022 dopo 2 anni di stop causa Covid.

“Dal 2006 a oggi – dichiara **Lapo Cianchi, vice direttore generale e direttore Comunicazione e Eventi Pitti Immagine** – la manifestazione è cresciuta moltissimo, sia nel numero degli **espositori, passati da 100 a oltre 400**, che nella risposta della città, in termini di attenzione ed eventi correlati, ma moltissimo anche nel pubblico, soprattutto tra gli operatori di settore. Si tratta di un **pubblico specializzato, molto motivato e attento**, importante per una città come Firenze”.

I **prodotti tipici** sono anche tra i primi ambasciatori del territorio nel mondo, come dimostra l'operato di **PromoFirenze** in fiere di settore organizzate per la **Regione Toscana con Camera di Commercio e Fondazione Sistema Toscana**, quali a esempio **BuyWine e BuyFood**.

“I prodotti sono **portatori di cultura** – dichiara **Luca Piscitello, PromoFirenze** – messaggeri in grado di veicolare il nostro patrimonio e attrarre turismo. Anche in chiave di tour virtuali, in tempi di pandemia”.

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**.

Tags: **Bto 2021, Google, Google Destination Insights, Ipsos**



< Articolo Precedente

Articolo Successivo >

IL PROGETTO SUITE TRAVEL CRESCE UNWTO, DATI INCORAGGIANTI MA LA ...



POTREBBE INTERESSARTI



E' il Bto-day: a Firenze in scena il turismo "frictionless"



Link: <https://www.guidaviaggi.it/2021/12/06/bto-neri-di-successo-tra-presenze-virtuale-e-ogrammi/>

Avventura e cultura, la nuova via del Kenya



HOME CATEGORIE ▾ APPROFONDIMENTI ▾ GV GREEN ABOUT HOTEL I NOSTRI EVENTI ▾ VIDEO FOCUS LAVORO Q

BTO, NUMERI DI SUCCESSO TRA PRESENZE, VIRTUAL E OLOGRAMMI

06/12/2021 NEWS, TECNOLOGIE



Oltre **10mila visualizzazioni da remoto**, **274 speaker** esperti della travel industry, **102 eventi** distribuiti in **cinque giornate** e **tre diverse location**, con ospiti **in presenza**, in collegamento **virtuale** e anche in versione **ologramma**: si è chiusa a **Firenze** la prima edizione ibrida di **Bto - Be Travel Onlife**, manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione Sistema Toscana**. Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano **nel novembre 2022**.

L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da **24 Paesi** nel mondo. Nella top 10: **Italia, Usa, Finlandia, Austria, Svizzera, UK, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone**.



Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di **Bto**, hanno partecipato attivamente alle **4 tematiche** protagoniste dell'edizione 2021, totalizzando **oltre 10mila presenze** live agli eventi. Il più seguito in termini di presenze, il **Digital Innovation & Strategy Day**, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle **Destination**, quella specificatamente riservata al mondo **Hospitality** e quella dedicata al **Food & Wine Tourism**. Una tendenza forse destinata a cambiare, considerando il fatto che proprio il turismo enogastronomico è emerso come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine.

Contenuti ancora fruibili

Su MyBto, la piattaforma online di **Bto 2021**, le attività dedicate alle quattro tematiche chiave hanno superato i **75mila minuti**. Conclusa la **Bto Week**, la manifestazione adesso prosegue per gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, dando la possibilità di rivivere online gli eventi con **5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica** integralmente fruibili sul web.

"Questa tredicesima edizione di **Bto** è stata davvero un bel **successo**. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo - commenta **Leonardo Marras, assessore all'Economia e al Turismo della Regione Toscana** -. **Bto** per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il **rendiconto** di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è

WEB

e-MAR
turis
LIV
STREA

Mart
14 dic
ore 11

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



ULTIMI ARTICOLI



MADE AMPLIA CON L...
06/12/2021



L'ENOTURISMO SPOS...
06/12/2021



LE BAHAMAS INVEST...
06/12/2021



GLOBALDATA: OMICR...
06/12/2021



difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022".

"Il successo di questa edizione di **BTO** è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business", dice **Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze**.

"La **Bto** - aggiunge - è anche la conferma che la **collaborazione** tra istituzioni produce ottimi risultati".

"Un grazie a tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente - dichiara **Francesco Tapinassi, direttore scientifico di Bto2021**. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni **tecnologia per connettere persone**, e individuando nella soluzione **phigital** quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i **274 speaker**, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesso di fare una **Bto** del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel".



Tags: **Bto**



POTREBBE INTERESSARTI



rismo di domani: sostenibilità, innovazione, semplificazione

TOUR OPERATOR E AGENZIE

Link: <https://www.guidaviaggi.it/2021/11/23/conto-alla-rovescia-per-bto/>



HOME CATEGORIE ▾ APPROFONDIMENTI ▾ GV GREEN ABOUT HOTEL I NOSTRI EVENTI ▾ VIDEO FOCUS LAVORO



CONTO ALLA ROVESCIA PER BTO

23/11/2021 | ECONOMIA E ASSICURAZIONI, NEWS

Mancano ormai poche ore al via ufficiale della 13a edizione di **Bto – Be Travel Onlife** in programma il **24 novembre** nel **Salone dei Cinquecento** di **Palazzo Vecchio**, a **Firenze**. Tra i protagonisti della giornata inaugurale che potrà essere seguita anche **online sui canali Facebook e Youtube**, ci saranno anche gli **ologrammi**. La manifestazione dedicata al travel 2.0, nata e radicata a Firenze, volge da sempre il suo sguardo sull'evoluzione del binomio tra turismo e innovazione e anticipa i trend ancora prima che le nuove mode si affermino. Come accadde anni fa per la diffusione del fenomeno Airbnb, passando dai robot umanoidi con funzioni di concierge fino ai chip sottopelle in grado di aprire la porta della camera in hotel. **Bto 2021 si snoderà in altre 4 giornate tematiche – 25, 26, 29 e 30 novembre** – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i **più importanti player del settore**. E' un evento di **Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze**, l'organizzazione è affidata a **Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze, Fondazione Sistema Toscana**.

Il programma

L'opening day del **24 novembre** si aprirà con gli interventi del ministro del Turismo **Massimo Garavaglia**, del presidente della Regione Toscana **Eugenio Giani** insieme all'assessore comunale al Turismo **Cecilia Del Re**, al presidente della Camera di Commercio di Firenze **Leonardo Bassilichi** e al direttore scientifico di **Bto 2021** **Francesco Tapinassi**, per poi entrare nel vivo con la sessione **"Visione"**, che vedrà sul palco ospiti nazionali e internazionali tra cui **Valentina Superti** dg Grow – Commissione Europea, **Maud Bailly** di Accor e **Jane Sun** di Trip.com Group. Nel pomeriggio al via la sessione **"Focus"**, in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei **quattro topic delle giornate successive** (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso **tavole rotonde** a cui parteciperanno speaker in presenza, collegati via web ma non solo.

Gli ologrammi di **Roberta Garibaldi** a.d. di Enit, **Marco Gilardi** operations direction Italy & Usa Nh Hotel Group, **Massimo Canducci** chief innovation officer engineering e **Simone Puerto** founder Travel Singularity faranno la loro apparizione sul palco del **Salone di Cinquecento**, in dimensione reale, interagendo con i moderatori. È l'azienda pisana Alkedo Produzioni a curare la parte tecnica di quella che loro stessi definiscono **Holopresenza**, e cioè un sistema che utilizza l'illusione ottica dell'ologramma integrandola in



ULTIMI ARTICOLI



OUTGOING E TURCHE...

23/11/2021



EDREAMS PRENOTAZ...

23/11/2021



SABRE INVESTE SUL...

23/11/2021



SI RAFFORZA LA PAR...

23/11/2021





un contesto reale senza l'utilizzo di supporti visivi come occhiali o visori. Il sistema dell'Holopresenza può essere utilizzato in numerosi ambiti, tra cui il **turismo business** che con le sue migliaia di congressi e meeting ogni anno, rappresenta l'1% del Pil nazionale (dato 2019).

E il tema del turismo d'affari sarà al centro della ricerca di **Sociometrica** dal titolo **"Il futuro del turismo business in Italia"** che verrà presentata in anteprima a **Bto** il 24/11 da **Antonio Preiti**, professore all'Università di Firenze. Lo studio, che vedrà anche una presentazione più estesa il 30/11, ha preso in esame **2.500 aziende** in tutta Italia sull'impatto del Covid su viaggi d'affari, meeting, congressi e viaggi di istruzione. I dati saranno protagonisti anche nel panel in programma sempre il 24 e dedicato a **Google Trends e Google Destination Insights** in cui intervengono **Furio Gianforme** industry head travel, apps & education Google e **Giovanni Benassi** analytical lead per il travel Google. La ricerca di **Ipsos** **"Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia"**, verrà illustrata in anteprima il 29 novembre durante la giornata con focus sul food and wine. E la **Toscana** ne uscirà da protagonista risultando al **secondo posto tra le regioni italiane** in grado di **raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica**, dopo la Sicilia e prima di Emilia-Romagna, Puglia e Campania.

Riflettori puntati ancora sulla Toscana il 26/11 in occasione del panel **"Smart Tuscany"** in cui verranno illustrati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di **visittuscany.com**, la struttura del futuro **Destination Management System regionale** e le novità dell'**Osservatorio turistico di destinazione**. Parteciperanno l'assessore al Turismo della Regione Toscana **Leonardo Marras**, i direttori di Fst **Francesco Palumbo** e Tpt **Francesco Tapinassi**. A seguire, sempre il 26, un confronto tra Regioni italiane sarà il focus dell'incontro "Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane" a cui parteciperanno **Bianca Bronzino** head of digital systems, PugliaPromozione / WeAreinPuglia, **Sabrina Pesarini** - head of crm & digital marketing, Trentino Marketing / VisitTrentino, **Stefan Marchioro** - Progetti territoriali e governance del turismo, Regione del Veneto e **Costanza Giovannini** - head of communications, **Fondazione Sistema Toscana** / Visit Tuscany.

Le sedi di **Nana Bianca** e della **Camera di Commercio di Firenze** ospiteranno le altre quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il **25 novembre** è **Digital Strategy & Innovation**, sezione curata da Giulia Eremita e Rodolfo Baggio, il **26 novembre** è **Destination** che vede la regia di Emma Taveri; il **29 novembre** è **Food & Wine**, topic a cura di Roberta Milano; il **30 novembre** è **Hospitality** giornata coordinata da Lara Fantoni.

Tags: **Bto 2021**, **Camera Commercio Firenze**, **Fondazione Sistema Toscana**, **Promofirenze**, **Regione Toscana**, **Toscana Promozione Turistica**





[< Articolo Precedente](#)
CHINA EASTERN, L'EVENTO ONLINE PESI RAFFORZA LA PARTNERSHIP AMEX ...

Articolo Successivo >



POTREBBE INTERESSARTI





HOME CATEGORIE ▾ APPROFONDIMENTI ▾ GV GREEN ABOUT HOTEL I NOSTRI EVENTI ▾ VIDEO FOCUS LAVORO



24/11/2021 | IN PRIMO PIANO, TECNOLOGIE

Cinque giorni di innovazione senza soluzione di continuità. **Frictionless**, per l'appunto: è questo il tema al centro della **13esima edizione di Bto**, che stamattina prende il via nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze. Con il consueto approccio che sposa le **frontiere del travel** con **soluzioni pratiche e di avanguardia** per rendere il turismo sempre più contemporaneo.

Innovazione: non uno strumento, ma un metodo

"Quando parliamo di innovazione digitale – ci racconta **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico dell'evento – la tentazione è quella di volgere lo sguardo agli strumenti, che possono essere dei facilitatori ma non gli obiettivi finali. Al centro del nostro focus c'è invece **l'innovazione dei processi e dei modelli organizzativi**".



Tapinassi fa un esempio per spiegare il concetto: "Si pensi al **settore del food delivery**: il cambiamento non sta nell'app per ordinare da mangiare, che non è affatto una novità, ma nell'organizzazione, anche logistica e di comunicazione, di chi offre il cibo, e nel fatto che ci siano dei rider che lo trasportano nei tempi e nei modi stabiliti".

Turismo: accelerare senza frizione

Applicato al turismo, il concetto di frictionless diventa "la capacità di offrire un'esperienza senza interruzioni. E' il format di **Amazon**, di **Booking.com**: esperienze di acquisto immediate e comprensibili, che

lavorano con un **metodo sottrattivo**. Frictionless, per l'appunto. Nel **turismo**, questo vuol dire sollecitare tutti, dalle destinazioni agli albergatori, fino ai tour operator, alle guide e a chiunque eserciti un servizio turistico, a percorrere un **processo di semplificazione**".

Anche qui, qualche esempio: "E' frictionless razionalizzare il **modello di gestione delle informazioni turistiche**, mettendo l'empatia e il **bisogno reale dell'utente davanti all'auto-narrazione**, a ciò che ci piace raccontare di noi stessi. Ciò significa rendere facile un check-in, presentare le esperienze che è possibile fare

WEB



ULTIMI ARTICOLI



TRAVEL ISLAND: "DA...

24/11/2021



DELTA: "BENE I VOLI ...

24/11/2021



OLIMPIADI 2026, OK ...

24/11/2021



OLTRE 100 ADV AL V...

24/11/2021

in un certo territorio senza fermarsi alla mera informazione ma rendendola immediatamente fruibile, integrare tra loro la visita a un museo e la cena in un ristorante. Bisogna apprendere il metodo digitale per imparare a creare experience efficaci. Passare **da un modello di dreaming a uno guidato**, in ottica di semplificazione: è uno step necessario anche nel travel”.

Le frontiere, il metaverso e lo strano caso del QR

Anche quest’anno a **Bto** ci saranno tanti speaker prestigiosi: “Nelle varie forme di partecipazione, compresa quella attraverso **ologrammi**, saranno **280** – conferma Tapinassi -. Ma il problema non sta tanto nell’invitare gli ospiti, quanto nel creare un programma coerente e con una visione, che è ambiziosa e che vede **in ogni panel il tassello di un mosaico narrativo** che poi restituisce un disegno più complessivo”.

Dicevamo degli ologrammi. “Proviamo a gettare lo sguardo oltre l’orizzonte, ed è sempre un azzardo, perché non sai mai cosa prenderà davvero piede e cosa no. E cosa tornerà: basti pensare al **destino del QR code**, dato per morto e oggi indispensabile. Siamo totalmente ibridi, in **Bto**, e anche attraverso le nuove formule di partecipazione dei relatori **sperimentiamo un futuro possibile**, che si potrebbe dispiegare una volta finita l’emozione di questo periodo. Se oggi c’è l’onlife, nel **metaverso** vagheggiato anche da Zuckerberg potrebbe non esserci più distinzione tra il fisico e il virtuale. Vedremo”.

La rivoluzione non bussa

Perché in ultima analisi l’innovazione è fatta per sorprendere: “Dietro la resilienza – rimarca Tapinassi – c’è l’**adattamento**, che è il vero elemento di sfida di fronte a scenari non prevedibili e che cambiano gli equilibri. Dopo **Netflix** è cambiato l’intero sistema delle mayor: è solo un esempio, che racconta quella **rivoluzione inavvertita** che avviene ogni giorno. È importante fermarsi, per coglierla mentre si muove e per comprenderne le possibili direzioni. Ed è ciò che proveremo a fare”. **G.M.**

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**. Guida Viaggi è tra i media partner dell’evento.

Tags: **Bto 2021**



< Articolo Precedente

SOSTENIBILITÀ VALSUGANA

Articolo Successivo >

IL "MINUTO DI AUTOCRITICA" DI ALPI...

POTREBBE INTERESSARTI



23/11/2021



HOME CATEGORIE ▾ APPROFONDIMENTI ▾ GV GREEN ABOUT HOTEL I NOSTRI EVENTI ▾ VIDEO FOCUS LAVORO



IL TURISMO DI DOMANI: SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE

01/12/2021 | NEWS, TOUR OPERATOR E AGENZIE

Sostenibilità, innovazione e semplificazione di informazioni, mete e operazioni: il viaggiatore del futuro insegue un mondo **frictionless**, è questa la parola chiave della tredicesima edizione di **BTO – Be Travel Onlife**, che si è chiusa ieri a Firenze. Cinque giornate, oltre 100 eventi e 270 relatori per una manifestazione ibrida, tra ologrammi, connessioni e incontri dal vivo ideata da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione Sistema Toscana**.

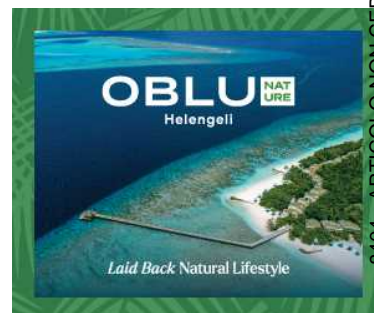
Le parole chiave

“In un mondo in cui molti predicano l’innovazione, con **Bto** – dichiara il **direttore scientifico, Francesco Tapinassi** – cerchiamo di metterla in pratica ogni anno. Lo abbiamo fatto dal primo giorno, portando gli ologrammi in Palazzo Vecchio, nel Salone dei Cinquecento: grazie alla nostra mission possiamo sperimentare modelli e argomenti nuovi”. Innovazione è **una delle parole chiave emerse** da questa edizione. Accanto a un **altro driver sempre più trasversale**: la **sostenibilità**, che oggi guida le scelte dell’83% dei viaggiatori, secondo Google Destination Insights. Una tendenza che ha guadagnato forza in parte grazie alla pandemia tuttora in corso e che sembra destinato a diventare un valore permanente con cui il settore turistico dovrà sempre più confrontarsi. Un altro trend globale che ha profondamente modificato la domanda verso l’Italia è il **turismo di prossimità**. Anche nel prossimo futuro la ricerca di mete vicine guiderà ancora le nostre scelte.

“C’è una grande spinta all’innovazione nel settore hotelierie – afferma **Giovanna Manzi, BWH Hotel Group Italia** – e anche la **rivisitazione del sistema di assegnazione delle stelle** spinge in questa direzione: andiamo verso un innalzamento della qualità degli hotel in Italia”. Anche se si fa sentire l’impatto della variante Omicron, la manager afferma: “Registriamo un rallentamento nelle prenotazioni, ma dobbiamo capitalizzare gli ultimi tre mesi positivi e farci trovare pronti per la ripartenza”.

Il problema del recruiting

L’anno in corso si è scontrato con il grande problema del recruiting del personale nel settore Horeca, questo ha sollecitato l’Advisory Board di **Bto** ad affrontare nel programma anche



ULTIMI ARTICOLI



VIAGGIDEA: USCITA ...

01/12/2021



STATI UNITI, AL VAG...

01/12/2021



ENIT A IBTM-PALMU...

01/12/2021



PARTE BENE IL MAR ...

01/12/2021

il **tema della formazione**, grazie alle testimonianze di **Giancarlo Carniani HIA** – Scuola di alta formazione Alberghiera e **Beppe Giaccardi Studio Giaccardi & Associati**.

Tags: **Best Western**, **Bto**, **Hia**, **Regione Toscana**, **Studio Giaccardi & Associati**



< Articolo Precedente

Articolo Successivo >

IL COMPENSORIO DI MADONNA DI C..MORETTO, EXPEDIA: "APPROCCIO CLI...

POTREBBE INTERESSARTI



Conto alla rovescia per **Bto**



Siena capitale del wedding



WEB

Link: <https://www.guidaviaggi.it/2021/11/12/tutto-pronto-per-bto-week/>

VOGLIO VIAGGIARE NEL TEMPO



BORN TO BE
DIGITAL.

HOME CATEGORIE ▾ APPROFONDIMENTI ▾ GV GREEN ABOUT HOTEL I NOSTRI EVENTI ▾ VIDEO FOCUS LAVORO Q

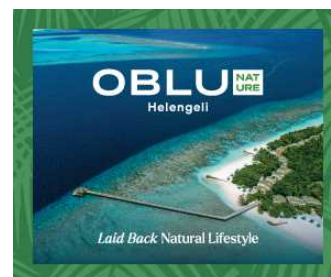


12/11/2021 | NEWS, TOUR OPERATOR E AGENZIE

Bto, evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia, con il nuovo payoff "Be Travel Onlife" tornerà a Firenze per la sua **13° edizione, in presenza e online**. La manifestazione si **snoderà su 5 giornate tematiche, il 24, 25, 26, 29 e 30 novembre**, in un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i **più importanti player del settore**, per un totale di 200 speaker che interverranno, alcuni in collegamento ed altri sotto forma di **ologramma**. Tra i **più attesi**, AccorHotels, Best Western, Ctrip, Booking.com, The Student Hotel e TikTok.

Oltre 100 appuntamenti in programma

Il tema che farà da sfondo agli oltre **100 appuntamenti in programma** è "New Frictionless World", un nuovo mondo senza attrito, come ha spiegato il **direttore scientifico di BTO2021, Francesco Tapinassi**, alla conferenza stampa che ieri a Roma ha presentato l'evento: "La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quello di un "new frictionless world" nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19. E cosa la pandemia abbia prodotto cercheremo di raccontarlo, provando ad immaginare anche ciò che succederà".



ULTIMI ARTICOLI



ITA: IL PROGRAMMA ...
12/11/2021



FONDI COMUNITARI ...
12/11/2021



PAROLA D'ORDINE PI...
12/11/2021



LA SVOLTA LIFESTYL...
12/11/2021



Il taglio del nastro

Il **taglio del nastro** è in programma il **24 novembre** nel **Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio**, con due sessioni di lavoro, "Visione" con ospiti da tutto il mondo e "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni su **quattro main topic**, digital innovation, destination, food & wine, hospitality. Le sedi di **Nana Bianca** e della **Camera di Commercio di Firenze** ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. **Bto** è un evento di **Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze**, organizzato da **Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze** e

Fondazione Sistema Toscana.

Alessandra Tesan

Tags: **Bto 2021**, **Francesco Tapinassi**, **Regione Toscana**



WEB

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: <https://www.gustoh24.it/turismo-fiorenze-per-5-giorni-vera-capitale-del-travel-onlife/>

Ven. Nov 19th, 2021



[Home](#) [REDAZIONE](#) [MANIFESTO](#) [SOSTENIBILITÀ](#) [E-BOOK 100 RICETTE](#) [NEWSLETTER](#) [CONTATTI](#) [Q](#)

FOCUS PRIMO PIANO

Turismo, Firenze per 5 giorni vera capitale del travel onlife



Di Selene Baldassarri

NOV 19, 2021

Dal 24 al 30 novembre si terrà la **Bto Week**, manifestazione sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia.

Quattro i temi principali: innovazione digitale, destinazioni, cibo & vino, ospitalità

Ritorna a Firenze, in presenza e online, **Bto2021**, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa 13a edizione ha scelto il tema il concetto di onlife, ovvero la continua interazione tra la realtà materiale e analogica e la realtà virtuale e interattiva.

Bto si snoderà in 5 giornate tematiche dal 24 al 30 novembre: un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore mentre altri interverranno in collegamento o si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma.

A fare da filo rosso agli oltre 100 appuntamenti della manifestazione – promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana.

LE RUBRICHE DI

Facebook

TWITTER

I miei Cinguettii

Cerca



ARTICOLI RECENTI

Turismo, Firenze per 5 giorni vera capitale del travel onlife

A Villa La Babina CLAI presenta il libro di cucina "Le Ricette dei Grandi Giardini Italiani"

Fipe: un patto tra le filiere per rilanciare il sistema agroalimentare

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio.

Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online: nel dettaglio il 25 novembre è Digital innovation, il 26 Destination, dove si parlerà anche di smart working, il 29 novembre Food & Wine – il turismo enogastronomico è in crescita e la presenza di esperienze legate all'enogastronomia risulta importante per il 71% delle persone quando scelgono la meta di viaggio -, e il 30 è Hospitality, con protagonista la gentilezza ma si parlerà anche di ripartenza post covid e di come trovare personale adeguato.

Nella giornata di apertura in Palazzo Vecchio, ad intervenire per la prima volta in Italia, Maud Bailly, CEO per il Sud Europa di AccorHotels che delineerà la sua visione per un'hotellerie sempre più smart e digitale. Insieme a lei Harriet Green, Global Business Leader ed ex CEO di Thomas Cook, che illustrerà la sua visione sul futuro del travel e su come superare le barriere, soprattutto mentali, che non favoriscono l'innovazione. L'edizione ibrida di BTO consentirà poi di parlare con i principali esponenti delle OTA e dell'advertising online.

Non mancheranno poi Miguel Neves, Editor in Chief di Event MB, brand di Skift, una delle fonti di travel intelligence più autorevoli al mondo e Manuel Alejandro Cardenete, viceministro del turismo di Andalusia e presidente di NECSTouR. A completare il quadro degli ospiti del topic "destination" Valentina Superti, direttrice della DG Grow Tourism and Proximity, Digitalization della Commissione Europea, Roberta Garibaldi, AD di ENIT e Gabriele Burgio, AD di Alpitour. Confermano la loro presenza nel filone "hospitality" Giovanna Manzi, CEO di Best Western Italia, Oliver Winter, CEO e fondatore di A&O Hostels, Charlie McGregor, fondatore di The Student Hotel. Ragioneranno sulle innovazioni per un mondo frictionless e racconteranno le sensibilità emergenti delle nuove generazioni in viaggio. Rispetto alle tematiche "food & wine" sul palco lo chef Herbert Hintner, testimonial del progetto di valorizzazione della ristorazione italiana all'estero e Stefano Mosca, direttore della Fiera internazionale del Tartufo Bianco d'Alba che parlerà di sostenibilità partendo dalla ristorazione e dai prodotti agroalimentari.

La giornata del 25 novembre si snoda su due direttrici.

La prima è quella del mercato, si indagherà cioè su quali sono le nuove esigenze dalla distribuzione OTA con Alberto Yates Regional Manager di Booking.com, della mobilità con Renzo Iorio, CEO di Nugo SPA, passando per tour ed esperienze virtuali vs reali con Marta Barberini, Senior Marketing Account Manager di GetYourGuide e la gamification delle grandi città con Alex Govoreanu, CEO di questoapp.com.

Il secondo filone è quello della strategia digitale per approfondire gli strumenti pubblicitari per le imprese del travel e metterli a sistema. Da non perdere il doppio incontro su Google e Facebook/Instagram advertising a cura dell'agenzia Twow e Adrias Online, con il coordinamento di Luca Bove, per guidare al meglio gli investimenti pubblicitari in questa ripresa.

Berrettini rinuncia anche alla Davis "Ripartirò più forte"

Terze dosi di vaccino da record, 160 mila in un giorno

CATEGORIE

Agroalimentare

Carmela Guglielmotti

Eventi

Expo 2020 Dubai

Fiere

Focus

Italtpress

Italtpress – Ambiente

Italtpress – Giovani

Italtpress video

L'Abruzzo con gusto di Alba Simigliani

La nota di VINO di Chiara

Manifestazioni

Nicoletta Poliotto

Notizie

Primo piano

Ricetta

Sostenibilità

Varia Umanità

Vino

NEWSLETTER

Nome

Sul palco il film del Consorzio del Parmigiano Reggiano: Gli Amigos



Gli applausi al termine della prima proiezione a Milano

Il **Consorzio del Parmigiano Reggiano** porterà a Firenze il mediometraggio prodotto quest'anno, **Gli Amigos**, che racconta la storia di una scuola di cucina che viene invitata a partecipare ad una gara per aggiudicarsi uno stage presso il ristorante dello chef pluristellato **Massimo Bottura**. La vera sfida è che tutti devono utilizzare lo stesso ingrediente in ogni ricetta: il Parmigiano Reggiano. ([Cliccare qui su Gustoh24](#)).

Torna infine il momento di approfondimento sul video advertising, alla ricerca del 'viral factor' che rende un contenuto vincente, assieme a **Francesco Sommariva**, Head of Growth Accounts, TikTok Italy e la video blogger **Francesca Ruvoli** (nota come "wildflowermood") con **Elena Farinelli**, moderatrice dello slot. Si parlerà anche di piattaforme vocali, dal podcasting a Clubhouse, a cura di **Roberta Milano** con **Patrizia Pellegrini** di Bumboo.

Indirizzo email:

Il tuo indirizzo email

Iscriviti

ITALPRESS



La **design experience "onlife"** per evitare le consuete frizioni tra online ed esperienza di soggiorno reale, verrà affrontata nell'incontro a cura di **Antonio Maresca, Luca Vescovi e Letizia Ciaccafava**, nel momento dedicato ai motori di ricerca e alla SEO di **Gianluca Fiorelli** e in quello sulla marketing automation, a cura di **Ada Bosco** di Active Campaign.

Condividi:



Mi piace:

Caricamento...



Fipe: un patto tra le filiere per rilanciare il sistema agroalimentare »



Di Selene Baldassarri

ARTICOLI CORRELATI



TI SEI PERSO...



GustoH24

Registrazione tribunale di Parma N. 2 del 23
dicembre 2020

IL GELATO NEL PIATTO

“Il Gelato nel piatto

LA PAUSA CAFFÈ

“La pausa caffè

Link: <https://horecanews.it/bto-dedica-unintera-giornata-al-food-wine-tourism/>

23 Novembre, 2021 | PAGINEHORECA.IT | HORECANNEWSLETTER.COM | HORECATV.IT | ILFUORICASA.IT |

Italian

CONTATTI Seguici su:



NOTIZIE ▾ PRODOTTI ▾ BUSINESS ▾ HO.RE.CA. ▾ MULTIMEDIA ▾ PODCAST ▾ AGENDA ▾ PARTNER ▾ ARCHIVIO CHI SIAMO

Search here...

Ti trovi qui: [Home](#) > [Eventi](#) > [Eventi & Fiere](#) > [BTO](#) dedica un'intera giornata al Food & Wine Tourism

BTO dedica un'intera giornata al Food & Wine Tourism

BTO - Be Travel Onlife, manifestazione leader per travel e innovazione, dedica un'intera giornata di approfondimento al turismo enogastronomico

Redazione - 23 Novembre 2021

Eventi & Fiere



BTO - Be Travel Onlife, manifestazione leader per travel e innovazione che prende il via domani 24 novembre, dedica un'intera giornata al **Food & Wine Tourism**; lunedì **29 novembre** la giornata prevede un programma pensato per ristoratori, produttori, cantine, albergatori, destinazioni e per tutti gli operatori che vogliono intercettare o sviluppare il turismo enogastronomico.

Il turismo enogastronomico, di fatti, è un fenomeno in costante crescita: per **3 italiani su 4 cibo e vino sono determinanti nella scelta della meta del viaggio** e **l'Italia detiene saldamente lo scettro dell'arte culinaria a livello mondiale**: secondo i dati **Ipsos** la leadership è riconosciuta dal 49% degli intervistati. Sul secondo gradino del podio sale la Francia con il 22%, seguita dal Giappone con il 16%.

Tra i protagonisti della sessione dedicata al Food&Wine, a cura di **Roberta Milano**, grandi player della comunicazione digitale: **Google**, con Fabio Galetto, Business Leader Travel; **Facebook-Instagram**, con Danilo Campisi, Head of Travel per l'Italia; **TikTok**, con Giuliano Cini, Brand Lead Italia. La sostenibilità, diventata un tema trasversale, è al centro di una ricerca Ipsos, che aggrega dati internazionali e nazionali riletti in chiave turistica, in esclusiva per **BTO**. Gabriele Colasanto di **Mondadori Media** si concentrerà invece sul boom digitale nel mondo food.

Focus su prodotti e mete d'eccellenza, anche in chiave di comunicazione innovativa, tra cui: il **Consorzio del Parmigiano Reggiano** che ha recentemente prodotto un mediometraggio modificando linguaggi, contenuti, format e pianificazioni tradizionali; la **pizza** come destinazione e il peso del riconoscimento **UNESCO**; storici e nuovi interpreti dell'enoturismo quali **Merano Wine Festival**,

Prosecco DOCG, BuyWine e il Tempio del Brunello; grandi eventi della ristorazione come **The World's 50 Best Restaurants** e le **Guide Michelin**, con evidenti ricadute sul turismo.

Una particolare riflessione sarà dedicata alla **tracciabilità dei prodotti alimentari** e alle soluzioni tech in grado di creare un legame univoco con il territorio e combattere l'Italian Sounding. Tra i panel tecnici, spazio a **food delivery, branding dei ristoranti, compresi quelli interni agli hotel**. Si affronterà anche il tema della **carenza di personale per hotel e ristoranti**.

Agli approfondimenti tematici si alterneranno spazi di visione come l'ampia intervista al **direttore creativo del Padiglione Italia a Expo Dubai, Davide Rampello**, e alla filosofa **Maura Gancitano**, per capire come mantenere la nostra centralità di persone nella "società della performance" digitale. E cosa potrebbe esserci di più digitale se non la **prima experience culinaria certificata NFT**, acronimo per Non-Fungible Tokens? Ne parleremo con **Rosario Scarpato**, Founder and Director at **IWCB – ITALIAN WINE CRYPTO BANK**.

Tra i tanti ospiti della giornata il vicepresidente per il patrimonio immateriale **Unesco, Pier Luigi Petrillo, gli chef Cesare Battisti e Riccardo Orfino**, il fondatore delle gelaterie Carapina Simone Bonini, Lapo Cianchi direttore comunicazione & eventi di Pitti Immagine, insieme ai giornalisti **Luciano Pignataro, Anna Prandoni e Massimiliano Tonelli**. Tra le aziende che si occupano di tecnologia e ricerca interverranno Motion Analytica, Vodafone, Var Group, GS1 Italy, Data Appeal. Tra le startup del food non mancheranno **Restworld e Soplaya**. Infine tra le destinazioni in grado di raccontare le strategie della governance per il turismo enogastronomico: **VisitFlander, VisitMonaco, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Puglia, Visit Langhe Monferrato e Roero e Parma, insieme alla Toscana**.

"BTO è il luogo per capire il futuro, anche quando il futuro è imprevedibile. Daremo a ristoratori, produttori, cantine, albergatori, destinazioni e a tutti gli operatori che ci seguiranno, una chiave per comprendere il cambiamento e strumenti per essere protagonisti di quel cambiamento" **Roberta Milano, coordinatrice BTO del topic Food & Wine Tourism**.

Il programma completo della giornata è qui:

<https://www.bto.travel/programma/tematiche/food-wine-tourism>

BTO – Be Travel Onlife

BTO – Be Travel Onlife è in programma dal 24 novembre nel **Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze**. La manifestazione, dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a **Firenze**, volge da sempre il suo sguardo sull'evoluzione del binomio tra turismo e innovazione, e anticipa i trend ancora prima che le nuove mode si affermino. Come accadde anni fa per la diffusione del fenomeno Airbnb, passando dai robot umanoidi con funzioni di concierge fino ai chip sottopelle in grado di aprire la porta della camera in hotel. **BTO2021 si snoderà in altre 4 giornate tematiche** – 25, 26, 29 e 30 novembre – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore. **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**. Il festival sarà fruibile in modalità ibrida, sia in presenza che online. I biglietti, a costo ridotto per andare incontro a una categoria che ha sofferto molto la pandemia, si acquistano online. Chi non potrà seguire in diretta streaming potrà accedere a video e materiali **in esclusiva per 120 giorni**:
<https://www.bto.travel/come-parteci>



Condividi su:

Print PDF



Questo articolo ha una valutazione media di: Ancora nessun voto.

Lascia una valutazione

Valuta questo articolo ☆☆☆☆☆

Invia

Vuoi ricevere maggiori informazioni sull'argomento di questo articolo? Compila il form indicando i tuoi dati e ti metteremo in contatto con chi potrà fornirti le informazioni richieste senza alcun impegno da parte tua.

Nome e cognome*

Numero telefonico*

Indirizzo e-mail*

Link o titolo di questo articolo*

https://horecaneews.it:443/bto-dedic.

Testo del messaggio*

Invia

☐ Accento al salvataggio dei miei dati secondo l'[Informativa sulla Privacy](#)

Autore articolo:

Redazione

Altri articoli:

Puoi usare i filtri dei menu a tendina per selezionare gli autori o le categorie o fare una ricerca libera.

ALL ▾



Search...



Cristian Recchiuti vince la prima edizione di "Veggie Style – L'altra faccia del panino"

Redazione 2
 23 Novembre 2021
 Gare & Concorsi



HorecaTV a Host 2021. Intervista con Alessandra Ballestrero di Elframo SpA

Redazione 2
 23 Novembre 2021
 Host, Interviste video



Le ricette di Bruno Barbieri per Moulinex

Redazione
 23 Novembre 2021
 Senza categoria



Una rete per valorizzare le Marche: l'evento con Fipe e Confindustria Marche Nord

Redazione 2
 23 Novembre 2021
 Eventi





È nato Il Bosco del Molino, realizzato da Agugiario & Figna Molini

Redazione 5
 23 Novembre 2021
 Ambiente & Sostenibilità, Farine



HorecaTV a Host 2021. Intervista con Pietro Manzini di COIND SpA

Redazione 2
 23 Novembre 2021
 Host, Interviste video



Enologia leggera: il futuro è nella riduzione dei correttivi in cantina

Angela Petroccione
 23 Novembre 2021
 Pianeta Vino



Sodastream lancia DUO, il nuovo gasatore sostenibile

Redazione 5
 23 Novembre 2021
 Attrezzature



Crisi forniture, Champagne a rischio per Natale in Italia

Redazione 5
 23 Novembre 2021
 Vino & Spumante

Tag

Away From Home bar Birra
Caffè Chef Cina cocktail Consumi
Fuori Casa coronavirus
covid Covid-19 emergenza
sanitaria Eventi evento fase 2
food service
Foodservice fuori casa
Horeca horecanews
Hotel igiene indice R0 lavoro lockdown
Milano News Notizia
Notizie Out of Home
Pasticceria pulizia quarantena riapertura
ristorante ristoranti Ristorazione
Salute sanificazione
Sicurezza sostenibilità turismo Vini
Vino virus

HORECA
IL PORTALE DEL FUORICASA **NEWS.IT**

Fabio Russo ut
 Media & Trade Consulting
Viale Gramsci, 17/b
80122 Napoli - Italia
P. IVA 06552741214
CCIAA 822695

CONTATTI

Email:

HORECA NEWS

- PUBBLICITÀ SU HORECANEWS.IT
- HORECA NEWSLETTER
- COLLABORA CON NOI
- CONTATTACI
- INFORMATIVA E POLITICA SULLA PRIVACY
- INFORMATIVA E GESTIONE COOKIE
- TERMINI E CONDIZIONI

CONDIVIDI HORECA NEWS

RSS FEED

Clicca per accedere ai FEED RSS



Link: <https://www.ildittadinoonline.it/manifestazioni-ed-eventi/al-via-bto-2021-new-frictionless-world/>

VOOI VENDERE SUL WEB

Con i nuovi Tg e i suoi Notiziari tematici

>> Itaipress

VOOI VENDERE SUL WEB

market insight

UNA FINESTRA SUL MONDO DELLA FINANZA

www.marketinsight.it

HOME CHI SIAMO REDAZIONE EDITORIALI CONTATTACI

338 4990040

f t YouTube g+ RSS

ilCittadinoonline.it

Quotidiano indipendente dalla parte dei cittadini

Direttore responsabile Raffaella Zelia Ruscitto

ESG DATA

Global Responsibility Network

Esplora ora

L'artificial intelligence per essere sempre aggiornati su un **mondo più responsabile**, una **finanza più sostenibile** e un **futuro più green**.

CRONACA E PROVINCIA PALIO E CONTRADE ECONOMIA E POLITICA CULTURA E SPETTACOLI TUTTO SPORT AGENDA ED EVENTI LAVORO E FORMAZIONE SCIENZA E AMBIENTE NON SOLO SIENA NEWS DAL MONDO QUI COLDIRETTI TERZO SETTORE SULLA TAVOLA LE VOCI DEGLI ALTRI FOTO GALLERY


LE VIGNETTE DI LUCA IL METEO DI SIENA TRAFFICO TOSCANA

Home Manifestazioni ed Eventi

Al via BTO 2021 new frictionless world

Data: 24 novembre 2021 18:11 | in: Manifestazioni ed Eventi, Viaggi e turismo

Il viaggiatore di domani sceglie il turismo di prossimità ma alle cal on line preferisce le trasferte




di Letizia Pini


FIRENZE. Si apre la tredicesima edizione di **13/a edizione di BTO – Be Travel Onlife**, quest'anno con il tema NEW FRITCIONLESS WORLD.

I dati presentati a Firenze durante la prima giornata dell'evento: cresce la domanda domestica a livello globale in molti Paesi (fonte: Google Destination Insights), ma recupera anche il turismo business; secondo la ricerca di


Cerca




Guberti: "Basta distrazione, serve cambiare passo"
[Leggi l'articolo intero...](#)




Chiusura sportelli Mps: terzo incontro sindacati-azienda
[Leggi l'articolo intero...](#)




Ponte di Bellavista: nuove modifiche per i bus
[Leggi l'articolo intero...](#)



Mattiolo: "Lottiamo per ottenere sempre il massimo"
[Leggi l'articolo intero...](#)



Pubblicità




Follow

t f g+ RSS YouTube

Pubblicità

Videonews



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Sociometrica, su un campione di 2500 imprese il 63% non ha intenzione di tagliare le spese rispetto al periodo pre-Covid, mentre più della metà ritiene insostituibili le riunioni in presenza.

Con questa premessa si è appreso, di fatto, che cresce la domanda domestica a livello globale, ma recupera anche il turismo business, dopo l'annus horribilis del Covid.



La forma ibrida dell'opening a Palazzo Vecchio ha visto per la prima volta intervenire alcuni relatori in versione **ologramma nel Salone dei Cinquecento**. Gli ologrammi, infatti, rappresentano una delle nuove modalità per viaggiare, sfruttata soprattutto a livello di turismo congressuale. Il

settore business però non si arrende e anzi vede segnali di ripresa nell'anno che verrà: secondo una ricerca effettuata da **Sociometrica** appositamente per **BTO**, su un campione di 2.500 imprese, rappresentativo delle aziende italiane sia per dimensione e distribuzione geografica sia per settore di attività, oltre il **63% non ha intenzione di tagliare** le spese per i viaggi di lavoro e **oltre il 72% intende lasciare invariato il totale dei viaggi di lavoro rispetto al periodo pre-Covid**, mentre più della metà degli intervistati ritiene insostituibili le riunioni in presenza. Più nello specifico: alla domanda se le **call online** possano sostituire le occasioni reali di discussione il 6,3% ha risposto "sì, sempre", il 35% "sì in molti casi", il 44% "solo in alcuni casi" e il 14,7% "no, in nessun caso".

Ancora penalizzate le mete internazionali, a causa del periodo di incertezza legato alla pandemia: secondo i trend di ricerca di Google, cresce la domanda domestica a livello globale. In generale, la domanda travel sta vivendo una buona ripresa e si sta riavvicinando ai valori del 2019. Globalmente, le ricerche travel nell'estate del 2021 hanno toccato quasi gli stessi livelli misurati nel 2019 (fonte: **Destination Insights**, strumento di Google accessibile senza costi online).



Guardando all'Italia i trend dimostrano come la crescita della domanda abbia avuto diverse fasi. Prima della pandemia, era maggiormente concentrata su destinazioni internazionali. Nel corso del 2020 è stata prima guidata da diverse destinazioni locali, mentre ora è guidata dalle

grandi città, dove Roma, Milano e Catania risultano le tre città a livello domestico in Italia con la più grande crescita di interesse di ricerca nel periodo di Aprile-Luglio 2021. Guardando alla città di Firenze, sempre consultando Destination Insights si nota come nel periodo ottobre-novembre 2021 sia in quarta posizione per interesse tra le città italiane. Allo stesso tempo, l'interesse verso la Toscana come destinazione proviene principalmente dal territorio toscano stesso, seguito dal Lazio e dalla Lombardia.

Una location storica quella del Salone del 500 a Palazzo Vecchio a Firenze pregevole di significato e storia, apparentemente era in contrasto con i temi che si dovevano trattare. Apparentemente, infatti, perché anche se di futuro, ormai presente, tecnologia digitale ed esperienze si andava discutendo, tutto ciò ha sempre alle spalle una storia in cui affondare le proprie radici e da riscoprire per regalare un



FMps e Coni ancora insieme per "Scoolfood"
[Leggi l'articolo intero...](#)



Convivio ANFI di fine anno a Rapolano Terme
[Leggi l'articolo intero...](#)

Pubblicità



Ue, Ferrari (Arci) "Finanziamenti importanti per piccolo realtà"



De Luca "In Campania partiti con le terze dosi per tutti"



Dai mercati privati la spinta per una crescita sostenibile



Mobilità intelligente, le autostrade del futuro connesse e sostenibili



Fondi Ue, con Expanding Horizons informazione su politiche coesione

Pubblicità

sogno e un'avventura immersiva. Un evento che si è preannunciato all'altezza delle aspettative. Innovazione, tecnologia, identità, collaborazione tra pubblico e privato, sicurezza, fiducia, racconto, sostenibilità, creatività, benessere, identità: fatti non parole. Siamo praticamente già nel futuro mettendo in atto quello che il Covid ci ha costretto a digerire: un'accelerazione di esperienza ed evoluzione. Di necessità virtù, ma con tanta competenza e visione.

La trasformazione tecnologica, digitale e sostenibile sono ormai il mantra e il traino per tutti – dal pubblico al privato – con la richiesta a più voci di strategie politiche a cui far riferimento e che guidino investimenti e azioni sui territori. Poter accedere ad una carrellata di idee, informazioni ed esempi è una spinta forte per tutti per capire non solo dove stiamo andando, ma come e perché.

Il cambiamento in atto è impellente, da gestire e guidare, e riporta finalmente la persona al centro di ogni attenzione: il turista scende a 'patti con il cittadino'; non più compartimenti stagni ma un'esperienza totalizzante con cui viaggiando si entra davvero a far parte di una comunità in sicurezza e con tutti i vantaggi che la nuova tecnologia può riservarci.

Esempi sensazionali di quanto già in opera, la volontà di ripartire, viaggiare, conoscere ma in sicurezza, flessibilità, nuove opzioni e una voglia di natura e territorio che sovrasta quella precovid.



Per la conduzione di Maria Zezza, caporedattrice di Rai News 24, la mattinata è passata dai saluti virtuali del sindaco di Firenze Dario Nardella impegnato a Palazzo con il presidente della Repubblica Sergio Mattarella in visita alla città, ai saluti istituzionali di Cecilia Del Re,

assessora al Turismo del Comune di Firenze e di Leonardo Marras, assessore alle attività produttive, all'economia, al credito, al turismo e lavoro della Regione Toscana alle varie esperienze in tutto il mondo.

Dalla 'culla del rinascimento' città più trasparenti, inclusive e accessibili, con rispetto della città e della comunità, dove un turismo sostenibile riduca la distanza tra *turista* e *cittadino*.

110 EVENTI 15 ORE DI CASSETTE DEGLI ATTREZZI 230 SPEAKER

per cercare di interpretare un periodo epocale come quello che stiamo vivendo nella trasformazione tecnologica innescata dalla pandemia: abbattimento barriere

'spaziali'. Il tema è *frictionless*

per semplificare l'esperienza. Non solo vacanza ma anche lavoro per come è cambiato il modo di pensare ad una meta.



Inoltre non è secondario dare la possibilità alle persone che lavorano nel settore di essere valorizzate nel lavoro per che strutture, servizi, accoglienza deve essere all'altezza delle sfide che ci aspettano, formate e tutelate nella crescita professionale.

Il cambiamento, già in atto precovid, passa anche da qui: trasformazione tecnologica, digitalizzazione, adeguamento servizi, infrastrutture, sicurezza sanitaria, sostenibilità, big data.

Ricerca di sicurezza, flessibilità, sostenibilità, soluzioni alternative attraverso le nuove tecnologie: si va verso davvero il 'metaverso' che entra a far parte della realtà.



E per il turismo enogastronomico?



Riconosciuto asset fondamentale per comparto agricolo e turistico, i principi su cui si basa sono ancora il *territorio* e la *tipicità* legato alla tradizione. Ma ancora con ambiente e tecnologia, con risorsa umana. Due i neologismi fuoriusciti dal panel di Roberta Milano, esperta di Marketing e Comunicazione Turistica: *enogastronibile* tra enogastronomico e sostenibile. L'altro

neologismo è l'*overfoodtourism* rischio di una saturazione con una rottura sull'impatto su territorio produttivo non pensato su numeri diversi

Be Travel Onlife prosegue **domani**, giovedì 25 novembre, con il **Digital Strategy & Innovation Day**, nella sede di Nana Bianca presso il Granaio dell'Abbondanza, in piazza del Cestello. Si comincia alle ore 9 con la Guida agli Open Data del turismo, con **Rodolfo Baggio** dell'Università Bocconi e **Giorgia Lodi**, Istituto di Scienze e Tecnologie della Cognizione del CNR, si prosegue alle ore 10 con **Patrizia Asproni**, presidente Museo Marino Marini, per scoprire il nuovo volto dei musei. Alle 14 focus sui big data nel settore pubblico con **Monica Scannapieco** di ISTAT, tour virtuali vs realtà con la docente di social e **Elena Farinelli**. Chiude la giornata l'intervista doppia con **Luca Bove** (Local Strategy) e **Francesca Ruvolo** (Wildflowermood). Tema: **i nuovi nomadi digitali**.

BTO – Be Travel Onlife si è presentato con un **programma ibrido** tra incontri in presenza e online, che si snoderà in cinque giornate tematiche (**24, 25, 26, 29, 30 novembre**) e tre location diverse in città. **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**.

Maggiori informazioni www.bto.travel

Per acquistare un biglietto <https://shop.bto.travel/negotio/>

Tweet | ✉

« Previous :

Guberti: "Basta distrazione, serve cambiare passo"

Next : »

Scotte: aumento di ricoveri pediatrici per bronchioliti, alcune dovute al virus respiratorio sinciziale

CHI SIAMO

www.ilcittadinoonline.it
Quotidiano On Line edito da:
RED srls
Tel. 338/4990040 Fax Virtuale 06/233223316
info@ilcittadinoonline.it

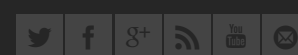
Direttore responsabile
Raffaella Zelia Ruscitto

DONAZIONI

AMICI



FOLLOW



Link: <https://www.ildittadinoonline.it/viaggi-e-turismo/bto21-word-arrivederci-al-prossimo-anno/>

**VOU
VENDERE
SUL WEB**

Con i nuovi Tg e i suoi Notiziari tematici

>> Itaipress
PUBBLICITÀ E MARKETING

**VOU
VENDERE
SUL WEB**

marketinsight

UNA FINESTRA SUL MONDO DELLA FINANZA

www.marketinsight.it

[HOME](#) [CHI SIAMO](#) [REDAZIONE](#) [EDITORIALI](#) [CONTATTACI](#)

338 4990040

ilCittadinoonline.it

Quotidiano indipendente dalla parte dei cittadini

Direttore responsabile Raffaella Zelia Ruscitto

ESG DATA
Global Responsibility Network

Esplora ora

L'artificial intelligence per essere sempre aggiornati su un **mondo più responsabile**, una **finanza più sostenibile** e un **futuro più green**.

[CRONACA E PROVINCIA](#) [PALIO E CONTRADE](#) [ECONOMIA E POLITICA](#) [CULTURA E SPETTACOLI](#) [TUTTO SPORT](#) [AGENDA ED EVENTI](#) [LAVORO E FORMAZIONE](#) [SCIENZA E AMBIENTE](#) [NON SOLO SIENA](#) [NEWS DAL MONDO](#) [QUI COLDIRETTI](#) [TERZO SETTORE](#) [SULLA TAVOLA](#) [LE VOCI DEGLI ALTRI](#) [FOTO GALLERY](#)

LE VIGNETTE DI LUCA **IL METEO DI SIENA** **TRAFFICO TOSCANA**

[Home](#) [Viaggi e turismo](#)

BTO21: arrivederci al prossimo anno

Data: 1 dicembre 2021 18:12 | in: Viaggi e turismo

Le conclusioni e i commenti delle istituzioni

di **Letizia Pini**

SIENA. Si è appena concluso uno degli appuntamenti più attesi dell'anno del settore sul turismo, sul viaggio, le destinazioni e tutte le implicazioni possibili e immaginabili.

Se prima il **BTO** era un appuntamento dato per assodato nello scenario del

Cerca

La farmacia dell'Asl Tse alle Scotte aperta anche il sabato mattina
[Leggi l'articolo intero...](#)

Siena: doppia seduta tra palestra e campo
[Leggi l'articolo intero...](#)

Volley: sette Under 16 del Siena convocati nella rappresentativa Etruria
[Leggi l'articolo intero...](#)

L'Università ha celebrato la Giornata della trasparenza
[Leggi l'articolo intero...](#)

WEB

Pubblicità

#presentesostenibile
Il nostro impegno per un Paese che cambia
Vicini con energia ai nuovi bisogni di comunità, imprese e ambiente
[Scopri di più](#)

Follow

Pubblicità

Videonews

UNG **What's N** **>> Itaipress**

**e obiettivo per le
nde tecnologiche?**

Unire un migliore futuro, viene ritenuto

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

viaggio e dell'innovazione ad esso correlato, oggi che nulla è più 'normale' – cosa sarà poi questa normalità?!? – il **BTO21 be travel on life NEW FRICTIONLESS**

WORD ha rappresentato davvero una svolta: per la modalità, gli organizzatori, gli operatori del settore e il pubblico.

Sdoganata ormai la nuova formula ibrida di partecipazione, di necessità virtù ma anche molta comodità e risparmio di tempo e denaro a dirla tutta, ecco che è stato possibile seguire le intense giornate con ben 110 eventi, 15 ore di cassette degli attrezzi per gli addetti ai lavori, 173 relatori che si sono avvicendati su tre sedi tra le bellezze e i punti strategici che la città di Firenze offre, semplicemente un esempio per tanti altri luoghi, più o meno storici, più o meno appetibili, della Toscana e non, ma tutti ormai più o meno funzionali a questa riscoperta modernità. Perché il *claim* stesso della manifestazione – *frictionless* – sta a testimoniare la volontà di ridurre al minimo i disagi, le difficoltà e rendere tutto più semplice, fruibile, sostenibile: più trasparente e alla portata di tutti, quelli che ovviamente siano in grado di intercettare i cambiamenti e stare al passo con i tempi.

Ecco le parole chiave dell'evento: semplice, innovativo, accessibile, personalizzato, fruibile, sostenibile.

Abbiamo seguito a distanza le varie sessioni, un carnet davvero pieno e non scevro di momenti entusiasmanti di spettacolarizzazione: dagli ologrammi alle molte novità, nostrane e d'oltralpe, oltre ad un Paolo Cevoli al meglio della forma, che come sempre ironizzando ha messo a nudo la realtà dei nostri tempi e della nostra storia. Molti gli spunti, i focus, una cassetta degli attrezzi davvero ben fornita e per ogni esigenza o tasca.

Un *parterre* significativo che ha messo sotto i riflettori come tutto il sistema sia davvero correlato, rodato e ben integrato. Ci potremmo sbilanciare e dire davvero *inclusivo* ma per questo aspetto credo si debba lavorare *sempre e comunque* e darlo mai per assodato: spinta a migliorarsi, ad innovare e proseguire verso il futuro. Che è di tutti, sempre, e non solo di o per pochi.

Ma considerazioni personali a parte, abbiamo chiesto ad alcuni dei rappresentanti della nostra Regione il **BTO 2021** dal loro punto di vista.

Abbiamo intervistato Leonardo Marras, assessore all'economia e al turismo della Regione Toscana, **Francesco Palumbo** direttore di **Fondazione Sistema Toscana** e **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico di **BTO** e direttore di Toscana Promozione Turistica su cosa sia stata questa edizione di **Bto**, aspettative e i nuovi obiettivi.



"Si è chiusa la tredicesima edizione di **Bto** ed è stato davvero un bel successo – commenta Leonardo Marras assessore all'economia e al turismo della Regione Toscana -. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo. Con la sua forma ibrida in presenza e online, ha incarnato appieno il modello della manifestazione che sin dalla sua nascita

è riuscita a cogliere innovazioni ed anticipare tendenze. Capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo ed il digitale, il rapporto delle persone con la rete, è centrale anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. **Bto** rappresenta quindi, ogni anno, lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo". Continua Marras: "Per quanto riguarda le politiche turistiche regionali, abbiamo presentato, insieme ai direttori di Toscana Promozione Turistica **Francesco Tapinassi** e di **Fondazione Sistema Toscana Francesco Palumbo**, quella che a noi piace definire "una piccola rivoluzione" dell'ecosistema digitale della promozione, perché, per rendere sempre migliore l'esperienza di chi sceglie la Toscana

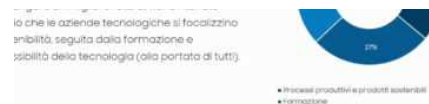


Arriva la capolista Castellana Grotte: via alla prevendita dei biglietti
[Leggi l'articolo intero...](#)



L'area archeologico-naturalistica del Bagno Grande accessibile solo ai pedoni
[Leggi l'articolo intero...](#)

Pubblicità



Per 6 italiani su 10 il digitale aiuta l'ambiente



Ue, Ferrari (Arci) "Finanziamenti importanti per piccolo realtà"



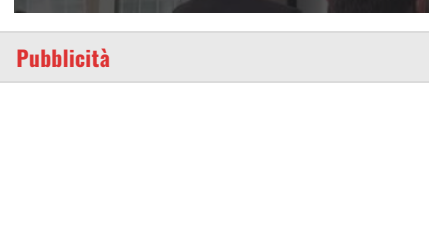
De Luca "In Campania partiti con le terze dosi per tutti"



Dai mercati privati la spinta per una crescita sostenibile



Mobilità intelligente, le autostrade del futuro connesse e sostenibili



Pubblicità

come meta dei propri viaggi, è indispensabile potenziare costantemente i propri strumenti, a partire da quelli digitali in modo da offrire interfacce semplici ed efficaci, proposte mirate, spazi in cui operatori e amministrazioni possono interagire integrando l'uno le attività dell'altro".

"Così, visittuscany.com sarà ridisegnato per avvicinarsi sempre di più agli operatori e facilitare la collaborazione tra i soggetti della governance pubblica e privata: tutti in rete per offrire più velocemente informazioni ai potenziali turisti o a chi in Toscana abita ed è in cerca di esperienza da vivere; per meglio promuoversi e magari anche per misurare, quasi in tempo reale (e più velocemente comunque di quanto si possa fare oggi), i flussi dei visitatori e gli effetti delle azioni di promozione; per definire nuove strategie o confrontarsi sulle iniziative messe in atto e scambiarsi buone idee".

Il Bto21 per [Francesco Palumbo](#) direttore di [Fondazione Sistema Toscana](#)

oltre ad esser un successo è stato un momento di sintesi e di rilancio per tutte le attività di promozione e programmazione. Commenta così: "E' stata un'edizione che è andata molto bene sia per i 173 relatori che hanno arricchito con molti contributi a livello nazionale e internazionale i quattro temi



della Bto sia per la partecipazione on line. Infatti avevamo le tre sedi di Palazzo del '500 per gli interventi istituzionali, Nana Bianca per le start up e la Camera di Commercio di Firenze dove si è parlato soprattutto di *food* che sono state sedi frequentate in persona ma anche seguite a distanza tramite piattaforma: una nuova modalità di godere dei contenuti quando si vuole, come si vuole stando comodamente seduti a casa consentendo a molti di fruire del ricco programma di [BTO](#) che è durato per ben 5 giornate".

"Quello che è emerso è che *'non possiamo stare fermi'*, ovvero abbiamo aiutato gli imprenditori ad utilizzare tutti gli strumenti del digitale e dell'innovazione soprattutto in un momento in cui il mercato del turismo sta riprendendo. Bisogna dimostrare che la crisi non è passata inutilmente e che ci siamo attrezzati in questo periodo di crisi. I nostri imprenditori lo sanno e hanno a disposizione i migliori strumenti per capire come affrontare la ripresa". "Si sta vivendo una rivoluzione digitale e quindi la Toscana e Firenze devono essere al centro di tutto ciò per quanto riguarda il *turismo* hanno dimostrato di esserlo anche con il parterre dei relatori intervenuti alla manifestazione, di livello nazionale e internazionale. Il 2022 sarà un anno test perché sta riprendendo il turismo, soprattutto nelle città d'arte, è difficile che riprenda con i livelli di accoglienza e la quantità di flussi precedenti al Covid. Quindi in questo 'anno test' dovremo essere pronti a sperimentare al meglio i cambiamenti che ci sono imposti. Questa in definitiva è la prospettiva che abbiamo cercato di presentare agli operatori e al pubblico in tutte le giornate del [Bto](#)". Continua Palumbo: "Non tanto cosa sia il digitale adesso ma che cosa sarà il *digitale* nel futuro in maniera tale che [Bto](#) lasci un traccia, un segno, un'idea di chiave strategica per dove si debba andare *con il digitale* non tanto di quale siano le applicazioni e le funzioni digitali fruibili nell'immediato. Questa la sfida del [Bto](#): di essere sempre due passi avanti nell'indicare le prospettive". Alla domanda su cosa ha fatto e stia facendo la Toscana per il comparto, Palumbo ha illustrato il percorso fatto e i passi futuri: "[Fondazione Sistema Toscana](#) non è stata mai ferma. Ha fatto molte cose a partire da strategie di accompagnamento e di formazione assieme a Toscana Promozione Turistica degli operatori durante tutto il periodo covid: abbiamo proposto e sviluppato laboratori e momenti di riflessione aperti al pubblico e visibili sulle nostre piattaforme on line. Insieme abbiamo proposto 4 azioni determinanti:

- La prima, abbiamo programmato con i territori e con gli operatori la promozione del futuro con una piattaforma digitale che si chiama '[Tuscany Together](#)'. Siamo stati la prima regione a programmare con le 28 destinazioni della toscana quali fossero le loro priorità in termini

di promozioni turistica, quali fossero i loro prodotti e come andassero promossi. Questa di per sé già un'innovazione: una regione che non programma da livello centrale ma con i propri territori.

- La seconda, l'innovazione è data dal fatto che l'abbiamo fatto su una piattaforma digitale, forse l'unica Regione italiana che programma con i territori attraverso uno strumento digitale invece che attraverso documenti cartacei. Questo vuol dire modalità di programmazione molto più innovativa, molto più centrata sui dati, molto più in grado di rispondere alle esigenze immediate e alle variazioni del contesto perché essendo su digitale si può cambiare e orientare in qualsiasi momento e soprattutto tutto molto più trasparente. A livello territoriale, locale e centrale si assumono e si vedono una serie di informazioni delle nostre 28 destinazioni: così abbiamo mappato i prodotti, ne sono emersi ben 55, e su questi prodotti effettivamente esistenti abbiamo formato e strutturato la nostra campagna di promozione **"Toscana Rinascimento senza fine"** che è architettata su sette temi di viaggio che si portano dietro i 55 prodotti trovati sui territori. I temi di viaggio sono: Toscana del benessere, dell'outdoor, dei centri storici, della città d'arte, del mare, della cultura e degli eventi, alcuni fortemente innovativi come la lunga permanenza per chi volesse fare un turismo non *mordi-e-fuggi* ma un turismo di lunga permanenza di 3-6 mesi diventando *cittadino temporaneo* nella toscana. Tutto con 7 spot dedicati andati su ogni mezzo: radio, tv, stampa generica e molto sul web perché la campagna si è basata moltissimo sul web con una formula targhetizzata perché avendo mappato i territori, quale fosse la loro offerta e a quale tipo di mercato facessero riferimento, abbiamo potuto proporci con gli strumenti classici del web, i social più tradizionali, e abbiamo potuto proporci esattamente alle nicchie di mercato che erano interessati a quei prodotti e a quei mercati nazionali e internazionali che tradizionalmente già vengono in toscana". Abbiamo realizzato una campagna molto mirata che è stata visualizzata sullo schermo dei cellulari, tablet e pc da ben 124 milioni di persone che ha portato ad ottimi risultati. Infatti ben il 74% delle persone che hanno visualizzato e visto la campagna per intero hanno detto di essere interessate a venire a visitare la Toscana. Il 74% è un tasso molto alto più della media e questo è stato un elemento di soddisfazione". **"Tuscany toghether"** è un metodo di programmazione comune, la campagna sui 7 temi è promossa soprattutto sul web a cui abbiamo aggiunto il fatto che ogni spot terminasse con il rimando a visittuscany.it in modo che chiunque vedendo la campagna interessato a qualche tema fosse stimolato ad andare sul nostro portale per vedere anche il resto". "Questo ha drenato di traffico soprattutto in termini di *brand* – infatti era una campagna di *brand* che non puntava alla conversione immediata in promozione – e lì abbiamo permesso alle imprese di caricare le loro offerte. Si proponeva la toscana del benessere? Sul sito si trovava la proposta relativa al benessere: le imprese, l'esperienza, la proposta, con tanto di prezzo e in cosa consisteva l'offerta, il nome e cognome dell'azienda che la proponeva e la proposta in termini di prezzo. Questo ha voluto dire dare una visibilità di brand a tutti e quello che faremo in futuro nel prossimo anno sarà di rivisitare il portale con un restyling adeguato ai tempi e al contempo inizieremo a realizzare un vero e proprio DMS cioè un 'destination management system' che è un sistema di back-office di interlocuzione diretta di tutto l'eco-sistema del turismo della Toscana: pubblico, privato, centrale, locale, che dialogano attraverso strumenti strutturati, con porte di accesso dedicate, con percorsi on cui raccogliere e ricevere dati in un sistema statistico digitale organizzato".

Ma le imprese, hanno seguito la macchina organizzativa? Erano pronte?

"Le imprese hanno avuto la possibilità di partecipare e accedere al portale e all'organizzazione. E questo è importante: che dessimo a tutti la possibilità anche tramite le associazioni di categoria, un battage diretto con invio di mail per esser informati e accedere a questi sistemi. E' evidente che chi ha deciso di usufruirne è stato facilitato e ha dimostrato di essere pronto e reattivo rispetto all'evoluzione di mercato. Chi invece ha deciso di non usufruirne, o lo ha fatto o perché è già organizzato e strutturato autonomamente o perché invece è in ritardo ma fa allora parte delle ali del mercato, di una curva gaussiana che da solo decide in qualche modo di

restare al margine. Ecco perché è importante il **Bto**: è un momento di facile accesso sulla piattaforma online per avere un colpo d'occhio rispetto a quelle che sono le tendenze del futuro. Le imprese che decidono di vivere di rendita di posizione, e ce ne sono in Italia e in Toscana, fanno una scelta che il Covid ha dimostrato di essere perdente. Perché infatti le evoluzioni del mercato sono rapide e non basta più tenere aperta l'impresa per garantire il successo dei flussi e l'arrivo dei visitatori come era in passato. Ora si deve essere bravi ad intercettare. La concorrenza di destinazioni limitrofe al nostro paese è accanita e avanzata; i mercati concorrenti fanno grande utilizzo del digitale e non solo durante la fase di pre-viaggio quando si prenota, ma anche durante il viaggio si utilizza il digitale come guida che accompagna il turista. Proprio qui ci dobbiamo innovare perché ormai l'esperienza di viaggio per molti mercati soprattutto quelli giovani e di lunga provenienza internazionale, quelli con più propensione alla spesa, fanno un'esperienza al 50% reale e all'altro 50% accompagnata da strumenti digitali che sono veri e propri accompagnatori e agende costanti: delle vere e proprie guide durante tutto il periodo della visita. Ci dobbiamo attrezzare affinché anche per le nostre destinazioni questo sia valido. Poi un ulteriore orizzonte dell'utilizzo del digitale è quello del post-viaggio: mantenere con i nostri visitatori, i nostri turisti un contatto per continuare a fare proposte innovative e a stimolare il desiderio di tornare in maniera più consapevole nelle destinazioni toscane. Il set degli strumenti e di panorama va messo a disposizione delle imprese in maniera strutturata e organizzata perché possano reagire: hanno capito che ormai non basta esser aperti con la propria struttura recettiva per sopravvivere sul mercato".

Quale parola riassume questo **Bto**? "Le parole chiave di questo **Bto** erano quattro: cibo, accoglienza, ospitalità e digitale" conclude Palumbo. "La parola che quindi può sintetizzarle tutte al meglio penso sia 'accoglienza toscana' nel senso che anche attraverso il digitale bisogna stimolare una forma di accoglienza che sia in grado di intercettare il fattore umano che il turista va a cercare sempre, e il digitale deve essere solo uno strumento, un mezzo e mai un fine di questo e della ricerca di innovazione".



Infine, abbiamo concluso con alcune considerazioni di **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico di **BTO** e direttore di Toscana Promozione Turistica. Alla domanda "Cosa significa **Bto** oggi" ha risposto: "**Bto** ha una missione che è quella di guardare al futuro per cui nell'organizzare l'evento e anche nell'ambito dei modelli con cui si organizza si sia in grado di mandare un messaggio di innovazione.

Quest'anno tutto il modello con cui abbiamo costruito il programma e soprattutto la partecipazione lasciando libero ogni relatore di decidere con quale format con quale modalità poter intervenire in remoto, in diretta, registrata o con gli ologrammi come nel giorno della mai hall ha consentito di avere questa ibridazione dei sistemi che era esattamente il messaggio di innovazione che volevamo mandare. Questo tipo di scelta conferma anche una forte attenzione alla sostenibilità perché questi eventi e soprattutto un evento così grande con 273 relatori se ognuno di loro avesse partecipato soprattutto quelli più lontani in presenza avrebbe avuto un impatto anche in termini di footprint generale".

Quali sono le aspettative dell'evento dopo la pandemia?

"Nessuno lo sa. Proprio perché c'erano stati in Italia diversi episodi di eventi che all'ultimo minuto si erano convertiti al digitale non avendo dietro una organizzazione pensata per questo ed erano eventi anche internazionali di grandissima importanza hanno avuto enormi problemi con le piattaforme prudentemente avevamo fatto un ragionamento all'incontrario: ragioniamo per avere una **BTO PHYGITAL** ibrida che consista sia di venire in presenza che di stare a distanza ma avere un modello di organizzazione molto televisivo molto ben strutturato che garantisca in ogni caso la qualità massima in termini di

connessione. Questa la logica che ci aveva fatto operare i segnali di ottimismo rispetto al rilancio del turismo e quindi anche dei convegni e degli eventi in presenza ci sono ma ci sono anche segnali che sarebbero in contraddizione. Per cui già dal prossimo mese assunto che la decisione della Regione Toscana è quella di fare una programmazione triennale bisogna già iniziare a lavorare sulla prossima edizione di **BTO** ed è un'edizione che dovrà intelligentemente tenere aperte tutt'e due le strade fino all'ultimo minuto avendo la possibilità di switchare da un sistema all'altro senza generare problemi per i nostri fruitori ed utenti".

Francesco Tapinassi non è solo direttore di **Bto** ma anche di **Toscana Promozione Turistica**. Quali le prossime sfide?

"La più grossa sfida è sicuramente quella di far tornare in Toscana alcuni mercati esteri, europei ma in particolare extra-europei. Non è una sfida che vinciamo da soli con un po' più di promozione ma dipende da cause esogene che non c'entrano nulla con scelte interne regionali. A noi però va il compito di raccontare una toscana capace di innovarsi, sicura, in grado di cogliere questa grande opportunità di rilancio soprattutto con una capacità nuova per un'agenzia come la nostra che ha connotato tutta l'azione 2021 che è quella di essere intelligentemente reattiva, in grado di adattare tutto il proprio modello promozionale ad una situazione che cambia giorno per giorno, cosa che per chi si occupa di parte pubblica è molto complessa ma deve metterci nelle condizioni per come abbiamo fatto per le campagne all'estero con i nostri brief e i dati di google di adattare la migliore strategia di promozione alle variazioni della domanda. Variazioni che in questo caso erano condizionate, e in parte lo saranno ancora per il 2022, dalla pandemia".

Tweet

« Previous :

Siena Calcio "Insieme" a QuaViO con "il panforte della solidarietà"

Next : »

Differenziata: nel 2020 i comuni dell'Ato Toscana Sud registrano il maggior aumento

CHI SIAMO

www.ilcittadinoonline.it
Quotidiano On Line edito da:
RED srls
Tel. 338/4990040 Fax Virtuale 06/233223316
info@ilcittadinoonline.it

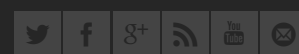
Direttore responsabile
Raffaella Zelia Ruscitto

DONAZIONI

AMICI



FOLLOW



ilCittadinoonline.it
Quotidiano indipendente dalla parte dei cittadini

DONAZIONI

WhatsApp 338 4990040



"Utilizziamo i cookie per garantire la migliore esperienza sul nostro sito. Continuando la navigazione si autorizza l'uso 2019 dell'impiego di cookie. Per informazioni dettagliate sull'utilizzo dei Cookie e sulla nostra Privacy Policy clicca sui link seguenti. **Cookie Policy** | **Privacy Policy** | **Maggiori Informazioni**

Link: <https://www.ildittadinoonline.it/viaggi-e-turismo/destination-m-i-c-e-come-sara-il-settore-dopo-la-pandemia/>

VOOI VENDERE SUL WEB

Con i nuovi Tg e i suoi Notiziari tematici

ItaIPress

VOOI VENDERE SUL WEB

market insight

UNA FINESTRA SUL MONDO DELLA FINANZA

www.marketinsight.it

[HOME](#)
[CHI SIAMO](#)
[REDAZIONE](#)
[EDITORIALI](#)
[CONTATTACI](#)

338 4990040

f t YouTube g+ RSS

ilCittadinoonline.it

Quotidiano indipendente dalla parte dei cittadini

Direttore responsabile Raffaella Zelia Ruscitto

Fase 2 - Stai riaprendo la tua attività? Meglio farlo sapere in giro

[CRONACA E PROVINCIA](#)
[PALIO E CONTRADE](#)
[ECONOMIA E POLITICA](#)
[CULTURA E SPETTACOLI](#)
[TUTTO SPORT](#)
[AGENDA ED EVENTI](#)
[LAVORO E FORMAZIONE](#)
[SCIENZA E AMBIENTE](#)
[NON SOLO SIENA](#)
[NEWS DAL MONDO](#)
[QUI COLDIRETTI](#)
[TERZO SETTORE](#)
[SULLA TAVOLA](#)
[LE VOCI DEGLI ALTRI](#)
[FOTO GALLERY](#)

LE VIGNETTE DI LUCA

IL METEO DI SIENA


TRAFFICO TOSCANA

[Home](#)
[Manifestazioni ed Eventi](#)

Destination M.I.C.E: come sarà il settore dopo la pandemia

Data: 2 dicembre 2021 18:12 | in: Manifestazioni ed Eventi, Viaggi e turismo


Se ne è parlato al Bto21: nuove opportunità e rilancio del settore




di Letizia Pini

FIRENZE. Al **BTO 21** che abbiamo seguito ne abbiamo viste e sentite di tutti i colori. Abbiamo toccato con mano, anche *virtuale*, quelli che sono i nuovi modelli di riunione e promozione. Ma a prescindere da quale che siano o saranno i contenuti per cui ci si riunirà forse è bene fare due chiacchiere con chi fa del mestiere il "fare riunioni": un successo per tutti coloro che si trovano a monte, a valle e nella filiera della macchina organizzativa.


Cerca




Destination M.I.C.E: come sarà il settore dopo la pandemia
[Leggi l'articolo intero...](#)




Tredicesimo giro delle donne che fanno impresa
[Leggi l'articolo intero...](#)




Noi Siena propone: "Regala il Natale a un bambino"
[Leggi l'articolo intero...](#)



"Anziani connessi e in buona compagnia"
[Leggi l'articolo intero...](#)



Pubblicità




Follow

t f g+ RSS YouTube

Pubblicità

Videonews



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Perché lavorare nel *mice*, nell'*incentive*, nel mondo *congressuale* ed *eventi* in genere diventa sempre più complesso, specializzato, qualificato e *certificato*. Insomma, quando prima chi si improvvisava *organizzatore di eventi* poteva in qualche modo ancora cavarsela, ora non ha più speranza. E meno male direi, perché chi da anni ha fatto del suo mestiere nel settore *incentive*, *eventi* e *congressi* un vanto di crescita, qualità e fiducia finalmente può vedere riconosciuta la professionalità e la sua stessa formazione in itinere.

Ma parliamone con chi oltre ad essere del settore è pure rappresentanza associativa di tutto un settore molto variegato, effervescente, sempre in mutazione, liquido, come di usa dire oggi, ma che fa della sua 'liquidità' – non economica! – un vanto e una specificità.



Al Bto21 abbiamo assaggiato la comprovata *modalità ibrida* degli incontri, le tecnologie a disposizione dalla più collaudate e provate in pandemia, a quelle futuristiche, ma già ampiamente tra noi, come gli *ologrammi*.

Ritrovarsi ero confrontarsi e crescere professionalmente a se pur a distanza, cercando sempre di tutelare l'aspetto dell'interazione umana e personalizzata che non può e non deve mancare mai.

Una facilitazione il remoto? Certo, l'abbiamo provato in pandemia. Una soluzione certamente se non si può fare diversamente, ma come tutte le cose non si deve correre sempre e solo ai ripari, ma pianificare prima assieme ci contenuti, i tempi e i modi: per non snaturare gli obiettivi, le interazioni e la possibilità di assicurare una buona riuscita di tutto ciò che si sta facendo.

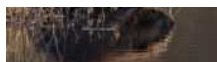
Nel panel Bto21 del 26 novembre si è parlato di Destinazioni M.I.C.E. | Meetings-Incentives-Conferences-Events. Chiediamo ad [Alessia Di Raimondo Founder Humans of MICE](#), una MICE e Destination Sales & Marketing specialist, content creator. Dalla vulcanica Sicilia al resto del mondo.

Cosa si porta a casa dai tanti incontri e temi?

"Il *giveback* più grande che ho ricevuto da [BTO 2021](#) è stata la consapevolezza che siamo pronti a parlare di M.I.C.E. all'interno dei panel di appuntamenti di confronto e approfondimento che fino a ieri non puntavano la lente d'ingrandimento sulla meeting industry, ma avevano un più spiccato orientamento al mondo del Travel. Il nome di questa



edizione 'New frictionless world' è rafforzativo di una vision più inclusiva che ingloba la meeting industry nei topic di interesse e apre i panel a destinazioni che possono testimoniare best practice e raccontare case history nella promo-commercializzazione per l'attrazione di eventi, anche attraverso la valorizzazione del digitale e nuove tecnologie. Al panel "Destinazioni MICE: nuove opportunità per il rilancio del Sud" al quale ho avuto il piacere di partecipare grazie all'invito dell'organizzatrice Giovanna Lucherini, Direttrice del Convention Bureau Napoli, sono emersi tre valori cardine della meeting industry che tutti abbiamo ascoltato e portato a casa per darci un 'arrivederci' ai prossimi momenti di crescita condivisa: sinergia tra professionisti, aziende, territori, senza attriti tangibili o intangibili; lungimiranza per costruire un nuovo futuro forti delle competenze del passato; passione verso un settore



Ma chi va in giro a liberare castori nell'Italia centrale?
[Leggi l'articolo intero...](#)



Le stelle di Natale dell'Ail tornano a colorare le piazze
[Leggi l'articolo intero...](#)

Pubblicità



Mihajlovic cittadino onorario di Bologna



Tredici nuove rotte Wizz Air da Roma Fiumicino



Expanding Horizons, Zucconi "Promuovere politica di coesione europea"



e obiettivo per le idee tecnologiche?

Ingenere un migliore futuro, viene ritenuto lo che le aziende tecnologiche si focalizzano su: sostenibilità, seguita dalla formazione e mobilità della tecnologia (alla portata di tutti).



Per 6 italiani su 10 il digitale aiuta l'ambiente

Pubblicità

che si nutre di impegno e lo trasforma in energia per creare relazioni, produrre innovazione e generare cambiamento”.

Quali le grandi sfide del domani per la meet industry?

“Trasformare la crisi scaturita dalla pandemia in opportunità, come è stato già fatto in questi due anni trascorsi attraverso la generazione di innovazione nei metodi, prodotti e processi per riprogettare in chiave virtuale e ibrida eventi che prima non potevano prescindere dagli spazi fisici, se non in minima percentuale. Accorgersi dell'imprescindibilità della meeting industry dalle persone che la vivono ogni giorno – clienti, fornitori, partner, sponsor, partecipanti – e la valorizzazione di iniziative di formazione, incontro, confronto, scambio di opportunità e servizio per le persone della meeting industry prima che per le aziende. Le persone sono al centro di MPI, associazione internazionale che ho il privilegio di servire come Vice President Communication dal 2018 per il Chapter italiano, ed alle persone sono rivolte le iniziative del nostro capitolo che opera in chiave di servizio ai colleghi del settore che sono attori di una Community che cresce ogni anno e sposa valori importanti per la nostra industria, garantendo un approccio etico alla base di ogni azione. Le persone sono al centro del progetto “Humans Of MICE” che ho presentato in BTO al Panel Destinazioni, insieme a Malta Tourism Authority, prima realtà internazionale ad aver deciso di credere nell'iniziativa e investire sulla promozione che parta dai professionisti del settore, prima che da luoghi, attività, prodotti dell'offerta MICE di una destinazione”.

Come si sta muovendo il mondo del mice e quale il rapporto con le sue figure professionali?

“Penso che questa domanda si possa unire alla precedente. Aggiungendo nel MICE, come in tutti i settori, diventa sempre più importante la qualità della formazione delle risorse umane che entrano nelle aziende e sono le principali leve del cambiamento e della crescita. Con BeAcademy e il Master THEM, patrocinato da MPI Italia dal 2016, porto avanti questa missione concretamente da anni e tanti giovani talenti stanno popolando i team delle migliori aziende italiane del settore apportando valore aggiunto in termini di motivazione, preparazione, creatività e innovazione. Gli young professional sono l'humus per il futuro del settore. Formare i giovani attraverso un approccio orientato all'eccellenza è garantire un capitale umano che è ricchezza per aziende e territori e carburante per il futuro della meeting industry”.

Ci sarà una nuova normalità?

“La nuova normalità la stiamo già vivendo. Un settore liquido, in termini di spazi, programmi, strumenti, professionisti. Dove professioni e professionisti devono essere flessibili al cambiamento, dove la tecnologia ha un ruolo fondamentale e lo sviluppo di competenze nell'uso della tecnologia non può essere più appannaggio delle figure un tempo titolari di alcune attività dedicate, ma deve essere diffuso a tutti gli attori della filiera; dove la formazione continua deve essere un punto fermo nei piani strategici aziendali; dove la velocità di intervento e riadattamento di proposte e programmi diventa più spinta; dove la collaborazione e sinergia tra realtà del settore – aziendali e associative – è minimo comune denominatore di qualsiasi iniziativa si voglia rendere performante e di successo. *Ibrido* sarà un termine ricorrente nel gergo di settore perché una costante nell'organizzazione di eventi, perché sostenibile, ma non sarà una nuova normalità che sostituisce la ‘vecchia’, anche perché non facilmente monetizzabile e perché disumanizza un'industria che si nutre di umanità. Siamo appunto “Humans of MICE” “

Altro ospite dello stesso panel in Bto21 era **LUCA VERNENGO, Presidente MPI Italia Chapter**

Abbiamo fatto delle domande anche a lui.



Quale è l'importanza di una comunità come quelle di MPI?

“Esagero se dico che è



fondamentale per la nostra industria? MPI, è l'associazione per le persone che fanno incontrare le persone. La missione di MPI è di guidare il settore nello sviluppo professionale e nell'innovazione per fare progredire l'industria degli eventi e allo stesso tempo

le carriere delle persone che ne fanno parte. La rappresentanza del nostro settore e la crescita professionale di chi ne fa parte è stato ancora più importante nel corso di questi 20 mesi dall'inizio della pandemia. Ad aprile 2020 MPI Italia Chapter, insieme ad altre associazioni e club, ha fondato "ItaliaLive", per rappresentare e tutelare gli interessi di tutta la meeting industry. Oltre alle esperienze personali dei membri della nostra squadra, uno dei contributi più importanti al gruppo sono stati i dati e le statistiche che abbiamo potuto condividere grazie alla portata internazionale di MPI. Abbiamo condiviso i dati della ricerca che l'Events Industry Council ha commissionato sull'importanza economica globale degli eventi aziendali, condotta da Oxford Economics grazie anche al contributo della fondazione MPI. Questo autorevole studio è stato fondamentale per dimostrare l'impatto e la forza della nostra Industria all'opinione pubblica, alla stampa, ai politici ma anche ai nostri colleghi. Grazie a questa forza abbiamo potuto chiedere ed ottenere misure a sostegno dell'Industria. In parallelo abbiamo portato avanti il programma di Certificazione del Meeting & Event Manager e un fitto programma di formazione per i nostri soci".

Come si sta muovendo e quali gli appuntamenti più salienti per il 2022?

"Come capitolo veniamo da un 2021 ricca di successi internazionali (2 Rise Awards e il premio per l'eccellenza complessiva del capitolo), nonché il nostro 30° anniversario. Nel 2022 celebreremo il 50° anniversario di MPI durante la WEC (World Education Conference) di San Francisco dal 20 al 23 giugno. Altri principali appuntamenti internazionale saranno l'EMEC (European Meeting and Event Conference) di Brighton dal 27 febbraio al 1° marzo, e il GMID (Global Meeting Industry Day) del 7 Aprile sul tema anticipato dal nostro capitolo nel 2021 Meet Safe. A livello nazionale lanceremo una serie di seminari di formazione sugli eventi sostenibili. Il primo appuntamento è previsto per il 25 di gennaio in collaborazione con eambiente, mentre continueremo al collaborazione con il capitolo spagnolo, iniziato quest'anno con la prima edizione del Destination Gala, con due tavoli rotondi il 3 febbraio, la prima sul coinvolgimento dei partecipanti negli eventi ibridi, e la seconda sulla sostenibilità. Sempre a febbraio saremo anche in BIT con un seminario sulla Leadership Gentile. Continueranno le nostre collaborazioni anche con EWMD (European Women's Management Development), ECM Quality Network e BeAcademy. Ai primi di luglio come di consueto ci sarà la Convention del capitolo e un bootcamp dedicati ai Young professionals. A breve potremmo annunciare la destinazione che ci ospiterà. Mentre a Settembre durante il Festival del Cinema di Venezia ci sarà l'evento di fundraising del capitolo, ovvero la nuova edizione del Movie Charity Auction in collaborazione con Allstar Agency e BeAcademy".

Cosa vuol, dire *certificare* la professione e quale garanzia può portare sul mercato?

Pensa, io lavoro nel settore dal 1987, ma siamo solo al secondo anno del riconoscimento della figura professionale dei manager di Meeting ed Eventi grazie alla certificazione di Meeting and Event Manager, che fa riferimento alla norma *UNI 11786-Attività professionali non regolamentate. Meeting and Event Manager Requisiti di conoscenza, abilità e competenza*. La certificazione MEM offre ai colleghi del settore un'opportunità di riconoscimento ufficiale di una professione molto articolata, e in continua evoluzione, che richiede un costante aggiornamento per mantenerne elevati gli standard qualitativi a garanzia del cliente e dei fornitori. La certificazione eleva gli standard professionali di competenza e quindi l'autorevolezza della filiera degli eventi. La certificazione di Meeting and Event Manager è un percorso continuo: si ottiene la certificazione con il superamento dell'esame; il mantenimento prevede la partecipazione a 16h di formazione all'anno

mentre al termine di 3 anni è necessario rinnovare la certificazione".

Cosa ci si aspetta dal 2022?

"Ho letto un articolo sulla rivista Forbes del fondatore di Envijo Ahned Daher che si lamentava che molti di noi sognano di tornare alle esperienze in presenza aspettandoci che le cose torneranno magicamente alla normalità... Anche io sono tra questi sognatori, però sono consapevole che non possiamo scegliere la speranza come strategia. Il cambiamento è inevitabile e spesso fa paura. Come Meeting Professionals dobbiamo imparare a capire il *valore del cambiamento* e che un buon cambiamento può essere *progettato*. Insieme, condividendo idee, e le diverse abilità della nostra comunità MPI, saremo in grado di andare avanti sulla strada giusta, più forti che mai, per progettare il nostro futuro".

E visto l'importanza del settore sul nostro territorio ... beh... speriamo che si sappia ben sfruttare questa ghiotta occasione!

Tweet | 

« Previous :

Vaccino: terze dosi anche negli hub aziendali

Next : »

Le stelle di Natale dell'Ail tornano a colorare le piazze

CHI SIAMO

www.ilcittadinoonline.it
Quotidiano On Line edito da:
RED srls
Tel. 338/4990040 Fax Virtuale 06/233223316
info@ilcittadinoonline.it

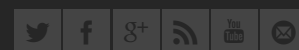
Direttore responsabile
Raffaella Zelia Ruscitto

DONAZIONI

AMICI



FOLLOW



ilCittadinoonline.it
Quotidiano indipendente dalla parte dei cittadini

DONAZIONI

 338 4990040



"Utilizziamo i cookie per garantire la migliore esperienza sul nostro sito. Continuando la navigazione si autorizza l'uso di cookie. Per informazioni dettagliate sull'utilizzo dei cookie sulla nostra Privacy Policy clicca sui link seguenti. [Cookie Policy](#) | [Privacy Policy](#) | [Maggiori Informazioni](#)"

Link: <https://www.ildittadinoonline.it/manifestazioni-ed-eventi/parte-ii-bto2021-bto-be-travel-on-line/>

**VOU
VENDERE
SUL WEB**

Con i nuovi Tg e i suoi Notiziari tematici

>> Itaipress
PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE

**VOU
VENDERE
SUL WEB**

market insight

UNA FINESTRA SUL MONDO DELLA FINANZA

www.marketinsight.it

[HOME](#)
[CHI SIAMO](#)
[REDAZIONE](#)
[EDITORIALI](#)
[CONTATTI](#)

338 4990040

ilCittadinoonline.it

Quotidiano indipendente dalla parte dei cittadini

Direttore responsabile Raffaella Zelia Ruscitto

ESG DATA
Global Responsibility Network

Esplora ora

L'artificial intelligence per essere sempre aggiornati su un **mondo più responsabile**, una **finanza più sostenibile** e un **futuro più green**.

[CRONACA E PROVINCIA](#)
[PALIO E CONTRADE](#)
[ECONOMIA E POLITICA](#)
[CULTURA E SPETTACOLI](#)
[TUTTO SPORT](#)
[AGENDA ED EVENTI](#)
[LAVORO E FORMAZIONE](#)
[SCIENZA E AMBIENTE](#)
[NON SOLO SIENA](#)
[NEWS DAL MONDO](#)
[QUI COLDIRETTI](#)
[TERZO SETTORE](#)
[SULLA TAVOLA](#)
[LE VOCI DEGLI ALTRI](#)
[FOTO GALLERY](#)

[LE VIGNETTE DI LUCA](#)
[IL METEO DI SIENA](#)
[TRAFFICO TOSCANA](#)

[Home](#)
[Manifestazioni ed Eventi](#)

Parte il Bto2021: “Bto – Be travel on line”

Data: 23 novembre 2021 13:11 | in: Manifestazioni ed Eventi, Viaggi e turismo

Si torna in presenza con cinque giornate dense di eventi per parlare di innovazione e turismo post Covid

.BTO
DIGITAL STRATEGY & INNOVATION
25 NOV

Nana Bianca, Firenze
Main Hall e Sala Streaming

MORNING 9:00 - 13:00
AFTERNOON 14:00 - 18:00

.BTO
DESTINATION
26 NOV

Nana Bianca, Firenze
Main Hall e Sala Streaming

MORNING 9:00 - 13:00
AFTERNOON 14:00 - 18:00

.BTO
FOOD AND WINE
29 NOV

Camera di Commercio, Firenze
Auditorium e Sala Streaming

MORNING 9:00 - 13:00
AFTERNOON 14:00 - 18:00

.BTO
HOSPITALITY
30 NOV

Camera di Commercio, Firenze
Auditorium e Sala Streaming

MORNING 9:00 - 13:00
AFTERNOON 14:00 - 18:00

di Letizia Pini

SIENA. Si aprirà a Firenze domani (24 novembre) la **Bto 2021: “Bto – Be travel on line”**. La manifestazione si svolgerà in presenza da Palazzo Vecchio il 24 e presso Nana Bianca e Camera di commercio di Firenze il 25, 26, 29 e 30 novembre. Ancora in modalità ibrida, gli eventi potranno essere seguiti anche on line.

Cerca

Rinnovo abbonamenti mensili: guida per evitare attese e fare tutto online
[Leggi l'articolo intero...](#)

Due classi del Piccolomini alla fase finale del concorso sulla Costituzione
[Leggi l'articolo intero...](#)

Parte il Bto2021: “Bto – Be travel on line”
[Leggi l'articolo intero...](#)

Poste: dal 25 novembre in pagamento le pensioni di dicembre
[Leggi l'articolo intero...](#)

Pubblicità

Follow

Pubblicità

Videonews

UNG

e obiettivo per le ide tecnologiche?

Unire un milione futuro, viene ritenuto

Si parlerà di futuro, innovazione, congressi, meeting, viaggi, istruzione, destinazione, territori e sviluppo dopo la pandemia. Cinque giornate intense dove esperti del settore si avvicenderanno in incontri e dibattiti per fare il punto della situazione e della ripartenza. Ancora una volta le eccellenze del cibo e del vino a far da traino per flussi identitari sui territori. Nuove tecnologie, ecosistemi digitali e analisi dei vari strumenti utilizzati dalle regioni per promuovere e promuoversi.

#BTO2021 è la tredicesima edizione di **BTO**, Be Travel Onlife:

- 5 giorni di incontri | 24, 25, 26 e 29 30 novembre
- 4 temi: Digital&Innovation, Destination, FoodandWine, Hospitality
- 80 eventi
- 210 speaker nazionali ed internazionali
- 17 ore di casette degli attrezzi
- 8 mezze giornate di **BTO** acquistabili anche separatamente.

La manifestazione è promossa da Regione e Camera di Commercio, mentre l'organizzazione è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione sistema Toscana.

Sarà un momento fondamentale per focalizzarsi sulle politiche del turismo, "motore indiscusso dell'economia" come ha detto il Presidente Eugenio Giani in conferenza stampa: una narrazione adeguata, ridistribuzione dei flussi, servizi adeguati.



Leonardo Marras

Per l'assessore al turismo Leonardo Marras "... parlare di digitale all'inizio della **BTO** era pionieristico. Oggi il digitale costituisce un elemento essenziale e centrale di sviluppo e nel digitale il turismo si esprime al massimo. La cinque giorni di incontri sarà infatti anche l'occasione per misurare le nostre azioni, per rendicontare quanto fatto e per programmare il futuro.

Proviamo a capire cosa cambia dopo il Covid".

I lavori del 24 novembre – in streaming sui canali Facebook e Youtube di **Bto** – si apriranno con gli interventi del ministro del turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Eugenio Giani, dell'assessore comunale al turismo Cecilia Del Re, del presidente della Camera di Commercio Leonardo Bassilichski e del direttore scientifico Btpo2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica Francesco Tapinassi. Seguiranno Valentina Superti della Direzione generale Crescita della Commissione europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group per parlare dello sviluppo futuro. Anche se a distanza, presente anche Roberta Garibaldi, amministratrice delegata di Enit, l'ente nazionale per il turismo, Marco Gilardi di Operations Direction Italy & Usa NH hotel Group, Massimo Canducci, che di professione aiuta le imprese ad innovarsi, e Simone Puerto, fondatore di Travel Singularity.

Il 25 novembre sarà invece la giornata dedicata all'innovazione e il 26 novembre l'assessore al turismo della Toscana, Leonardo Marras, con i direttori di Fondazione Sistema Toscana Francesco Palumbo e di Toscana Promozione turistica Francesco Tapinassi interverranno sulla "Smart Tuscany", dove saranno illustrati i passi programmati per ridefinire la parte informativa di www.visituscany.com, ma anche la struttura del futuro sistema



Iniziativa benefica ANIOC a favore dell'Istituto San Girolamo
[Leggi l'articolo intero...](#)



Villa Rubini, intervento di ripulitura del Comune di Siena
[Leggi l'articolo intero...](#)

Pubblicità

io che le aziende tecnologiche si focalizzano
inibilità seguita dalla formazione e
psibilità della tecnologia (alla portata di tutti).

Processi produttivi e prodotti sostenibili
Innovazione

Per 6 italiani su 10 il digitale aiuta l'ambiente



Ue, Ferrari (Arci) "Finanziamenti importanti per piccolo realtà"



De Luca "In Campania partiti con le terze dosi per tutti"



Dai mercati privati la spinta per una crescita sostenibile



Mobilità intelligente, le autostrade del futuro connesse e sostenibili

Il ruolo del Car Mobil nell'era della connettività
Massimo Moratti
Vice President Group Government
Milano, 17/11/2021

VolksWagen

Pubblicità

regionale della destinazione e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. A seguire un confronto tra gli ecosistemi digitali di Puglia, Trentino, Veneto e Toscana.

Il 30 novembre sarà dedicato all'ospitalità. Nelle cinque giornate si avvicenderanno ben centodieci eventi con momenti altamente formativi e relatori di spicco.

Il programma su <https://www.bto.travel/programma/>

Tweet | 

« Previous :

Scotte: in area covid 6 ingressi, 2 dimissioni e 1 decesso

Next : »

Iniziativa benefica ANIOC a favore dell'Istituto San Girolamo

CHI SIAMO

www.ilcittadinoonline.it
Quotidiano On Line edito da:
RED srls
Tel. 338/4990040 Fax Virtuale 06/233223316
info@ilcittadinoonline.it

Direttore responsabile
Raffaella Zelia Ruscitto

DONAZIONI

AMICI



FOLLOW



ilCittadinoonline.it
Quotidiano indipendente dalla parte dei cittadini

DONAZIONI

 338 4990040



"Utilizziamo i cookie per garantire la migliore esperienza sul nostro sito. Continuando la navigazione si autorizza l'uso di cookie. Per informazioni dettagliate sull'utilizzo dei cookie sulla nostra Privacy Policy clicca sui link seguenti. [Cookie Policy](#) | [Privacy Policy](#) | [Maggiori Informazioni](#)

Link: <https://www.ilcorriere dellacitta.com/news/boom-del-turismo-enogastronomico-in-italia.html>

NEWS

Boom del turismo enogastronomico in Italia

Pubblicato 2 ore fa il 30 Novembre 2021 - 16:40
Di **Italpress**



Boom per il turismo enogastronomico in Italia nel 2021. Tra gennaio e ottobre, il Belpaese è primo tra le mete più golose nel mondo, seguito da Francia e Giappone. È quanto emerge da una ricerca Ipsos e dalle tendenze presentate da Google nel corso di BTO – Be Travel Onlife.

mgg/sat/red

ARGOMENTI

ARTICOLI CORRELATI



NEWS POPOLARI VIDEO

NEWS / 49 minuti fa
Vaccino contro la variante Omicron quando esce il nuovo siero: il parere degli esperti

COMUNE DI POMEZIA / 1 ora fa
Pomezia, piazza San Benedetto da Norcia: giovedì l'inaugurazione dopo i lavori di riqualificazione

CRONACA DI ROMA / 2 ore fa
Vietato nominare il Natale, la Commissione Europea ci ripensa: ritirato il documento della discordia

NEWS / 3 ore fa
Roma, evacuate 5 famiglie e negozi da una palazzina che rischiava di crollare

APRILIA NEWS / 3 ore fa
Ardea, nascondeva una revolver con matricola abrasa e munizioni: arrestato 66enne di Aprilia

CRONACA / 6 giorni fa
Allerta meteo a Roma e nel Lazio giovedì 25 novembre 2021: le previsioni di domani, le zone più colpite

CRONACA / 6 giorni fa
Brutto incidente sulla Pontina, strada chiusa: traffico in tilt, pendolari fuori dalle macchine in attesa, la situazione

CRONACA / 5 giorni fa
Roma, furto nel convento di suore: ladri in fuga con 70.000 euro

CRONACA / 5 giorni fa

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

sabato, 04 dicembre 2021

Seguici su



IL GIORNALE D'ITALIA

Il Quotidiano Indipendente



"La libertà al singolare esiste solo nelle libertà al plurale"
Benedetto Croce

Politica Esteri Cronaca Economia Sostenibilità Innovazione **Lavoro** Salute Cultura Costume Spettacolo Sport Motori iGdI TV

» Giornale d'Italia » Lavoro

lavoro

Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti

Si è chiusa la prima edizione ibrida, appuntamento a novembre 2022

03 Dicembre 2021

Roma, 3 dic. (Labitalia) - Oltre 10mila visualizzazioni da remoto, 274 speaker esperti della Travel Industry, 102 eventi distribuiti in cinque giornate e tre diverse location, con ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: si è chiusa a Firenze la prima edizione ibrida di Bto-Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana. Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano nel novembre 2022. L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da 24 Paesi nel mondo. Nella top 10: Italia, Usa, Finlandia, Austria, Svizzera, Uk, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone.

Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di Bto, hanno partecipato attivamente alle 4 tematiche protagoniste dell'edizione 2021, totalizzando oltre 10.000 presenze live agli eventi. Il più seguito in termini di presenze, il Digital Innovation & Strategy Day, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle Destination, quella specificatamente riservata al mondo Hospitality e quella dedicata al Food & Wine Tourism. Una tendenza forse destinata a cambiare, considerando il fatto che proprio il turismo enogastronomico è emerso come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine.

Su MyBtoO, la piattaforma online di Bto 2021, le attività dedicate alle quattro tematiche chiave hanno superato i 75.000 minuti. Conclusa la Bto Week, la manifestazione adesso prosegue per gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, dando la possibilità di rivivere online gli eventi con 5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica integralmente fruibili sul web.

"Questa tredicesima edizione di Bto - commenta Leonardo Marras, assessore all'Economia e al Turismo della Regione Toscana - è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo. Bto per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è



Articoli Recenti

difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022".

"Il successo di questa edizione di Bto è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business. La Bto è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati", dice Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze.

"Un grazie a tutti coloro - dichiara Francesco Tapinassi, direttore scientifico di Bto2021 - che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i 274 speakers, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesso di fare una Bto del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel".

Tags: [adnkronos](#) [lavoro](#)

Commenti

[Scrivi/Scopri i commenti](#) ▾



Più visti



Covid e pandemia, l'intervista a Reiner Fuellmich in cui "spiega la verità"...



Simon Kjaer, infortunio in Genoa Milan (VIDEO): tempi di recupero e...



Parmigiano Reggiano spot 2021, i particolari che hanno scatenato la polemic...



Nuzzo e DiBiase, proposta di matrimonio a Zelig: IL VIDEO



Costanzo Show, Platinette: "Televisione piena di froci, non se ne può...



Bacio tra Sophie e Gianmaria, scatta la passione nella notte: sotto le...



Gomorra 5 episodio 1 online, già disponibile con un leak: dura 49 minuti...



Alex



Funivia Mottarone, il video completo dell'incidente fino alla caduta



Fuori dal Coro, Mario Giordano contro il Super Green pass: "8 milioni di italiani...



Alex

sabato, 27 novembre 2021

Seguici su



IL GIORNALE D'ITALIA

Il Quotidiano Indipendente



"La libertà al singolare esiste solo nelle libertà al plurale"
Benedetto Croce

Politica Esteri Cronaca Economia Sostenibilità Innovazione Lavoro Salute Cultura Costume Spettacolo Sport Motori iGdI TV

» Giornale d'Italia » Lavoro

lavoro

Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani

26 Novembre 2021

Roma, 26 nov. (Adnkronos/Labitalia) - Ci sarà sempre più digitale nel futuro del viaggio, non solo in chiave di esperienze virtuali, ma prima di tutto dal punto di vista della programmazione: i big data sono sempre più importanti per le politiche turistiche. E' quanto è emerso oggi, durante la terza giornata di Bto-Be Travel Onlife, evento leader per turismo e innovazione, in corso a Firenze. In occasione del Destination Day tanti i rappresentanti di Comuni, Regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post-Covid.

"Il futuro passa da decisioni sempre più data-driven. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori", dichiara Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company. "La sostenibilità - prosegue - rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni, per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute".

A sposare la linea della sostenibilità anche la Svizzera. "Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Stiamo attraversando un momento epocale in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere", dice Federico Haas, presidente Hotellerie Suisse Ticino.

Se la pandemia ha fatto riscoprire le vacanze all'aria aperta e il contatto con la natura, il Veneto sta puntando sul turismo lento. "E in particolare sul cicloturismo e sul sistema dei cammini - afferma Stefan Marchioro, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto - che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico".

Il digitale si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. "Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la Toscana - rilancia Francesco Palumbo, direttore Fondazione Sistema Toscana - prima di tutto attraverso l'implementazione del portale Visittuscany.com, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico".



Articoli Recenti

Punta sul web anche la Puglia, “per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l'identità e la pugliesità sono al centro del nostro racconto online”, conclude Bianca Bronzino, dell'Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione.

Tags: [adnkronos](#) [lavoro](#)

Commenti

[Scrivi/Scopri i commenti](#) ▾



Più visti



Zelig 2021, VIDEO
esibizione di
Maurizio Lastrico



Gomorra 5 episodio 1
online, già
disponibile con un
leak: dura 49 minuti...



Il grande ritorno di
Simone Barbato a
Zelig 2021: Il VIDEO
da sbellicare



Mara Venier caduta a
Domenica In in
diretta: il VIDEO



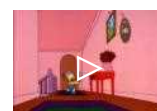
Soleil e Alex bacio
bollente, Gf Vip
incandescente:
VIDEO



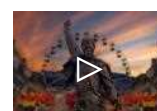
Sophia Urista fa la
pipì sul palco sulla
faccia di un fan:
VIDEO CHOC



Soleil e Sophie, bacio
hot a letto mentre
Alex Belli le guarda:
VIDEO



Simpson, in arrivo
"l'ultima puntata": la
produzione rivela
come finisce la serie



Freddie Mercury,
causa morte del
cantante e frontman
dei Queen



Zelig 2021, Teresa
Mannino fa
impazzire i fan: il
VIDEO esilarante



Mara Venier caduta a
Domenica In in
diretta: il VIDEO

- Menù ▾
- Comuni ▾
- Partners ▾
- Servizi ▾
- Cerca

ECCELLENZE

PIÙ POPOLARI

PHOTOGALLERY

VIDEO

di Redazione - 27 Novembre 2021 - 15:07

Commenta Stampa Invia notizia 1 min

Più informazioni
SU

 turismo federico balocchi santa fiora



SANTA FIORA – Il sindaco di Santa FIORA, **Federico Balocchi**, venerdì pomeriggio è stato invitato a Firenze come ospite della manifestazione **BTO. Buy Tourism Online**, principale evento italiano dedicato al connubio tra innovazione e turismo, per parlare del progetto Smart Village.



Il sindaco è intervenuto durante l'incontro "I borghi italiani tra conservazione e innovazione per un'offerta turistica più sostenibile".



“Sono rimasto piacevolmente impressionato – ha commentato il sindaco – dagli attestati di apprezzamento per il progetto che sono arrivati da parte di tutti gli interlocutori. Un bel riconoscimento per l’esperienza che stiamo portando avanti a Santa Fiora che nasce dalla volontà di cogliere le opportunità che la fibra e il lavoro da remoto possono offrire ai borghi dell’entroterra come il nostro, che erogano servizi di qualità in un ambiente ancora a misura d’uomo. Il progetto ha dato dei risultati importanti: in due anni hanno risposto al nostro bando oltre 20 lavoratori che si sono trasferiti per il periodo previsto a Santa Fiora, alcuni di essi con le famiglie. E tra questi 5 hanno deciso di trasferirsi in modo permanente a Santa Fiora”.

“Dopo l’incontro alla BTO, la visita alla Nana Bianca di Firenze – prosegue il sindaco Balocchi -, uno dei più moderni spazi di coworking e innovazione in Italia, è stata fonte di ispirazione per quello che dobbiamo ancora realizzare sull’Amiata, trasformando l’ex albergo del Pratuccio in un moderno polo funzionale del lavoro, con spazi attrezzati per il coworking a disposizione di lavoratori e di imprese, che decidono di delocalizzare e di investire sul nostro territorio.”

GIUNCOmeteo

Grosseto



15°C 10°C

GUARDA IL METEO DELLA TUA CITTÀ

>>

GIUNCO News24

FOLLONICA Teatro Fonderia, maggioranza replica a opposizione: «Difficilmente si lavora bene a costo zero»

GAVORRANO DEL FUTURO 21 milioni di euro del Pnrr: sei progetti per Gavorrano "Next Generation"

MASSA MARITTIMA AncorAccesa: la promozione del lago maremmano in un incontro online

ECCELLENZE Turismo e innovazione: il modello Santa Fiora "Smart village" a Firenze

GIUNCO Neurologie

Onoranze funebri Gabbrielli srl - Tel:
0564 22011

18/11 MARIA COLOMBO ved. D'AGATA

Archivio necrologi

Più informazioni
SU

 turismo federico balocchi santa fiora

Link: <https://www.ilgiunco.net/2021/11/26/turismo-in-toscana-nuovi-servizi-web-guardiamo-al-futuro-tutti-insieme/>

Menù ▾ Comuni ▾ Partners ▾ Servizi ▾ Cerca

Seguici su [f](#) [t](#) [w](#) [i](#) [r](#) [s](#) Accedi ▾

IL GIUNCO.NET
il quotidiano della Maremma

POLITICA



PIÙ POPOLARI

PHOTOALLERY

VIDEO

Turismo in Toscana, nuovi servizi web: «Guardiamo al futuro tutti insieme»

di Lorenzo Mantiglioni - 26 Novembre 2021 - 17:32

[Commenta](#) [Stampa](#) [Invia notizia](#) [3 min](#)

[Più informazioni su](#)

[regione toscana](#) [turismo](#) [leonardo marras](#)



GROSSETO – Tutti in rete, ancor più che adesso: tecnologia e spirito di squadra. “Per rendere sempre migliore l’esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi” rimarca l’assessore al turismo, **Leonardo Marras**. Tutti in rete dunque per offrire più velocemente informazioni ai potenziali turisti o a chi in Toscana abita ed è in cerca di esperienza da vivere. Tutti in rete per meglio promuoversi e magari anche per misurare, quasi in tempo reale (e più velocemente comunque di quanto si possa fare oggi), i flussi dei visitatori e gli effetti delle azioni di promozione, per definire nuove strategie o confrontarsi sulle iniziative messe in atto e scambiarsi buone idee.

La Toscana si appresta a ridefinire il proprio ecosistema digitale turistico: ovvero la piattaforma che dispensa informazioni per programmare un viaggio, dal sito ufficiale www.visittuscany.com ai database, in rete anche loro, in grado di alimentare altri luoghi del web fino alle applicazioni, per inserire dati e contenuti, rivolte agli operatori, ma anche ai Comuni e, tra le novità del nuovo progetto, anche agli uffici di informazione ed accoglienza turistica sparsi per tutte la regione. Una piccola rivoluzione, nell’era dell’iperconnessione, per offrire migliori servizi ai potenziali visitatori e per ragionare in tempo reale sull’evoluzione e la risposta da parte del mercato turistico.

Se n’è parlato nella terza giornata della Bto2021, che da tredici anni da Firenze volge lo sguardo all’innovazione, in tutte le sue varie forme, applicata al turismo e che sa anticipare trend prima ancora che nuove mode si affermino. Un evento promosso da Regione e Camera di commercio.

“Per rendere sempre migliore l’esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi è indispensabile potenziare costantemente i propri strumenti, a partire da quelli digitali – spiega l’assessore Marras – in modo da offrire interfacce semplici ed efficaci, proposte mirate, spazi in cui operatori e amministrazioni possono interagire integrando l’uno le attività

GIUNCOmeteo

Previsioni

Grosseto



14°C 7°C

GUARDA IL METEO DELLA TUA CITTÀ

GIUNCO News24

GRIFONE La Primavera del Grifone in casa della terza Vis Pesaro, a riposo gli Under 17

COVID-19 Coronavirus in Italia: 13.686 nuovi casi e 51 morti. I positivi sono 172.618

EMERGENZA ABITATIVA Asia: «Acqua nei corridoi, blatte e muffa nelle case. Gli abitanti del Poggio non ne possono più»

HOCKEY Derby in serie A2 fra Blue Factor e Alice Cp, Buralli: «Attenti fino alla fine, niente per scontato»

ROCCASTRADA Incidente stradale, dopo

GIUNCONecrologie

Tutti i necrologi

Onoranze funebri Gabbrielli srl - Tel: 0564.22011

18/11 MARIA COLOMBO ved. D'AGATA

Archivio necrologi

dell'altro".

La progettazione della nuova architettura sarà ultimata entro marzo 2022, quando si inizieranno anche a formare gli operatori. Il primo rilascio della nuova piattaforma è previsto per novembre del prossimo anno, con il collaudo da ultimare entro febbraio 2023.

Nel corso della terza giornata del **Bto**, che ha visto nel pomeriggio il confronto pure, quanto ad ecosistemi digitali, con Puglia, Trentino Alto Adige e Veneto, sono state riepilogate pure le azioni di promozione in atto e quelle che ci saranno.

Per il 2022 è stata ad esempio programmata la promozione di 55 prodotti turistici prioritari, che coinvolgono 1663 operatori. Ma il piano 2022, costantemente aggiornato e misurato on line, conta un parco ancora più ampio, addirittura di 334 progetti, che interessano 581 'attrattori', ovvero spunti ed occasioni per spostarsi e visitare un luogo, e 108 centri storici dei ventotto ambiti in cui si suddivide la regione. La campagna di promozione è partita a maggio scorso con tre focus: Firenze, il mare e il ritorno ai borghi e ai sapori autentici: mercati di riferimento Italia, Francia, Germania, Olanda e Svizzera. E' proseguita quindi a giugno – ancora mare e vacanze nella natura: Italia, Francia, Germania, Regno Unito e Svizzera – mentre ad ottobre la promozione ha interessato più da vicino le città d'arte e il turismo termale, con un occhio attento di nuovo ai turisti italiani, francesi, tedeschi e del Regno Unito.

"La costruzione delle politiche sul turismo non può che passare dalla condivisione delle scelte con i territori – afferma l'assessore Marras – Per questo, la costruzione del nuovo ecosistema digitale della toscana è un obiettivo molto importante e che stiamo per raggiungere: mettiamo a sistema il lavoro degli ultimi anni e guardiamo al futuro, tutti insieme".

"Costruire un ecosistema digitale – sottolinea **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico **Bto** 2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica – significa facilitare la collaborazione tra i soggetti della governance pubblica e privata, una vera sfida di competitività per tutta l'offerta regionale".

"La Toscana ha messo in atto una decisa spinta verso la promozione digitale e la digitalizzazione dell'ecosistema delle policy di settore – continua il direttore di **Fondazione Sistema Toscana**, **Francesco Palumbo**. La Fondazione, che assieme a Toscana Promozione Turistica e PromoFirenze si occupa dell'organizzazione della **Bto**, gestisce il sito ufficiale della destinazione Toscana www.visittuscany.com. "I risultati lusinghieri di questa accelerazione sul fronte della digitalizzazione – prosegue Palumbo – sono stati fotografati dalla ricerca Demoskopika, che vede la Toscana al secondo posto nella classifica sulla reputazione turistica delle Regioni italiane".

Più informazioni
su

regione toscana turismo leonardo marras



Continue with Facebook

COMMENTI

DALLA HOME



ROCCASTRADA

Festa senza mascherine, niente controlli febbre e green pass: da qui è partito il focolaio covid



CRONACA

Cade per strada: donna trasportata a Siena con Pegaso. È grave



GROSSETO

L'INTERVISTA – Marras, la Toscana e la Maremma: un anno di lavoro da assessore



VERSO IL VOTO

Elezioni in Provincia, è sfida tra Limatola e Casamenti: ecco i candidati consiglieri della due

IL GIUNCO.NET
il quotidiano della Maremma



Canali Tematici

Home
Cronaca
Attualità
Politica
Cultura

Città

Grosseto
Follonica
Orbetello
Castiglione della Pescaia
Gavorrano
Massa Marittima
Monte Argentario
Roccastrada
Tutti i comuni

Eventi

Home
Arte&Cultura
Bambini
Manifestazioni&Fiere
Nightlife
Sagre
Salute
Spettacoli&Concerti
Sport
Teatro
Tempo libero
Volontariato&Beneficenza

WebTV

Home
Altre News
Cronaca
Eventi
Politica
Sport
Sport

Photogallery

Home
Altre News
Cronaca
Eventi
Politica
Sport

Il Giunco.net

Copyright © 2005 - 2021 - Testata Associata Anso
Il Giunco srl - Quotidiano on line di informazione locale - via
dell'Industria, 1046 Follonica (Gr)
Iscrizione al registro della stampa del Tribunale di Grosseto
06/11 del 15/06/2011
Direttore Responsabile: Daniele Reali
Email: redazione@ilgiunco.net - Tel: 334.5212000
58022 P.IVA e C.F.: 01545070532 - Iscrizione al ROC: 24812

Partner

PressComm Tech
Network
Arezzo Notizie
Siena Free

Info e contatti

Redazione
Invia notizia
Segnala evento
Informativa Cookie
Impostazioni Cookie
Privacy

Link: https://www.ilmessaggero.it/roma/eventi/roma_bto_week_turismo_24_al_30_novembre_tutte_le_novita-6317519.html



CERCA

ABBONATI

ACCEDI



Roma | Eventi

FIRENZE

A Roma il lancio della **BTO** week: dal 24 al 30 novembre il mondo del turismo si dà appuntamento a Firenze

Emma Taveri: «È evidente che la pandemia ha rivelato la fragilità dei vecchi modelli turistici»



di Chiara Rai

6 Minuti di Lettura

Venerdì 12 Novembre 2021, 16:01 - Ultimo aggiornamento: 16:03



“Time is out of Joint” (trad. il tempo è slegato) versi dell’Amleto di Shakespeare che solo a leggerli fanno perdere la linearità del tempo e proiettano in dimensioni più libere, più facili e con meno frizioni.

Un pensiero che spicca all'occhio, una scritta che fa parte non solo del titolo di una grande mostra permanente d'Arte Moderna e Contemporanea atterrata qualche anno fa nei rinnovati spazi interni del palazzo storico in viale Belle Arti ma ha fatto da cornice al primo di una serie di eventi dedicati alla cultura del turismo.

APPROFONDIMENTI



ROMA
Foto



VIAGGI

Uno spazio grande, in un palazzo maestoso romano, per rilanciare un turismo che sia una perfetta combinazione tra digitale e sensoriale, emozionale e di riscoperta dei territori.

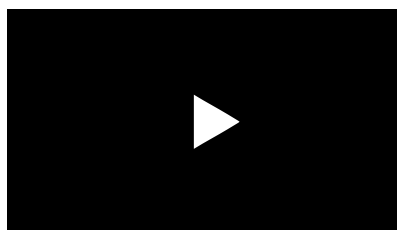
Apprezzabile la mescolanza tra Roma che ospita e la Toscana che si fa ospitare come protagonista in questa era del colpo di coda del Covid.

Un abbraccio tra due realtà che sembrano voler dettare i ritmi di una vivace ripresa dove si affacciano nuovi termini, più resilienti, esclusivi,

WEB

Il Messaggero TV

Alessandro Catapano: «Galeazzi volto e simbolo del racconto sportivo»



Della stessa sezione



Roma, il lancio della **BTO** week: dal 24 al 30 novembre a Firenze **Foto**

sicuramente più facili da fare propri come il concetto di "New Frictionless World" che farà da filo rosso a 100 appuntamenti e oltre programmati per la **BTO week**, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra **turismo, innovazione e tecnologia** che per questa tredicesima edizione ha scelto un payoff tutto nuovo: "Be Travel Onlife".

Il calendario di appuntamenti che animeranno **Firenze** è stato appena presentato a Roma. Ricchi gli interventi di **Leonardo Marras**, assessore al Turismo della Regione Toscana, **Giuseppe Salvini** Segretario Generale della Camera di Commercio di Firenze, **Massimo Manetti** presidente PromoFirenze, **Francesco Palumbo** direttore della **Fondazione Sistema Toscana** e **Francesco Tapinassi** direttore scientifico di **Bto 2021** e Toscana Promozione Turistica.

Una riflessione sulla capacità di adattamento ma anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di BTO2021, **Francesco Tapinassi**: "La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un "new frictionless world" nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19".

Per l'assessore **Marras** la mission è chiara: "La sfida è provare a organizzarci semplicemente, siamo ospiti di un dibattito che non è soltanto nazionale, come è giusto che sia questo è il momento dell'ascolto, del confronto e **Bto** cerca di essere sempre un passo avanti per scandire nuovi momenti e opportunità per il turismo, l'innovazione e la tecnologia"

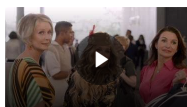
Quando e dove

BTO2021 si snoderà in 5 giornate tematiche – 24, 25, 26, 29 e 30 novembre – un viaggio tra **innovazione e ospitalità** che porterà a Firenze alcuni tra i più importanti player del settore, alcuni intervengono in collegamento e altri si palesteranno davanti agli ospiti in forma di ologramma.

Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze con due sessioni di lavoro: "Visione", con ospiti da tutto il mondo e "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro main topic (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso delle "round table" a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Digital Innovation, il 26 novembre è Destination, il 29 novembre è Food & Wine e il 30 novembre è Hospitality.



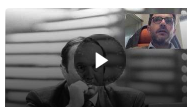
Manovra: Reddito di Cittadinanza, Quota 102 e Superbonus, cosa cambia



Ecco il teaser del "nuovo" capitolo di "Sex and the City"



Superbonus 110, si riduce la platea dei beneficiari: un terzo in meno con il tetto Isee



Alessandro Catapano: «Galeazzi volto e simbolo del racconto sportivo»

LE PIÙ LETTE



Addio a Galeazzi, voce e volto dello sport italiano. Telegonache mitiche. Atto d'amore per la Lazio. Il racconto senza filtri che ci ha portato in campo

di Daniele Magliocchetti



L'INCIDENTE
Uomini e donne, il tronista Ravalli morto in un incidente: aveva 39 anni. Foto



POLEMICHE IN CORSO
Viganò, l'arcivescovo No vax che imbarazza (in tv) il Vaticano. Foto

di Franca Giansoldati

Cerca il tuo immobile all'asta

Regione
Provincia
Fascia di prezzo
Data

INVIA

Legalmente
ATTI IMMOBILIARI

Ma cosa è cambiato con il Covid rispetto alle destinazioni turistiche? A provare a rispondere è stata **Emma Taveri, coordinatrice di Destination**: «È evidente – ha detto – che la pandemia ha rivelato la fragilità dei vecchi modelli turistici, troppo poco flessibili a un mondo che è ancora più accelerato. In questo senso sono diverse le destinazioni e gli operatori che stanno implementando soluzioni flessibili di prenotazione e fruizione del viaggio, come IHG Hotels che ha lanciato la formula “Book now pay later” offrendo massima flessibilità e assenza di anticipi sull'importo».

Interessante la giornata del 29 novembre legata al cibo e al buon vino. Il turismo enogastronomico è in crescita e la presenza di esperienze legate all'enogastronomia risulta importante per il 71% delle persone quando scelgono la meta di viaggio.

Da qui nascono i due obiettivi della giornata: da una parte fornire chiavi di lettura del cambiamento in atto ascoltando il direttore creativo del Padiglione Italia a Expo Dubai, **Davide Rampello**, e alla filosofa **Maura Gancitano** che aiuterà a capire come mantenere la centralità e non venire usati da tecnologie e digitale; in secondo luogo, dare strumenti concreti, stimoli e idee per agire nell'immediato. Importante, quindi, la presenza dei grandi player della comunicazione digitale: Google, con **Fabio Galetto**, parlerà delle novità nelle ricerche sul tema sostenibilità, Facebook-Instagram, con **Daniilo Campisi**, spigherà le nuove funzionalità di promozione per ristoranti e imprese locali; TikTok, con **Giuliano Cini**, Brand Lead TikTok Italia e **Gabriele Colasanto** di Mondadori Media per raccontare il boom nel mondo food.

Di sostenibilità si parlerà anche con Ipsos, che presenterà una ricerca aggregando dati internazionali e nazionali riletti in chiave turistica.

Ma l'innovazione non è solo digitale: si parlerà di comunicazione con il Consorzio del Parmigiano Reggiano che ha recentemente prodotto un mediometraggio modificando linguaggi, contenuti e pianificazioni tradizionali. Tra gli altri i temi il vino e l'enoturismo, con Merano Wine Festival, Prosecco DOCG, BuyWine e il Tempio del Brunello; i grandi eventi della ristorazione - The World's 50 Best Restaurants e le Guide Michelin – indagando legami e ricadute sul turismo; la tracciabilità dei prodotti alimentari e le soluzioni tecnologiche che ci aiutano a creare legame univoco con il territorio e combattere la contraffazione; la pizza come destinazione e il peso del riconoscimento UNESCO; il food delivery, il branding dei ristoranti, anche quelli interni agli hotel. Si affronterà anche il tema del momento, la carenza di personale per hotel e ristoranti.

Tra gli ospiti il vicepresidente per il patrimonio immateriale Unesco, **Pier Luigi Petrillo**, gli chef Cesare Battisti e, da New York, **Riccardo Orfino**, poi **Simone Bonini** (Carapina), **Lapo Cianchi** direttore comunicazione & eventi di Pitti Immagine, insieme ai giornalisti **Luciano Pignataro**, **Anna Prandoni** e **Massimiliano Tonelli**. Tra le aziende che si occupano di tecnologia e ricerca interverranno

Motion Analytica, Vodafone, Var Group, GSI Italy, Data Appeal. Tra le startup del food non mancheranno Restworld e Soplaya. Tra le destinazioni presenti in **BTO**: VisitFlander, VisitMonaco, Emilia-Romagna, Friuli Venezia Giulia, Puglia, Visit Langhe Monferrato e Roero e Parma che, insieme alla Toscana, racconteranno le strategie per il turismo enogastronomico.

Ascolta: I nomadi digitali, chi sono, cosa fanno ma soprattutto come si fa? Lavorare da qualsiasi posto (se avete una buona connessione internet)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

COMMENTA

COMMENTA LA NOTIZIA - NOME UTENTE

Scrivi qui il tuo
commento

IN VIA COMMENTO

ULTIMI INSERITI

PIÙ VOTATI

Nessun commento presente

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

ROMA

Bto Week: l'evento a Firenze dal 24 al 30 novembre

ROMA

Airbnb, accordo con i Comuni per riscuotere la tassa di soggiorno al momento della prenotazione

- Perugia, non versa la tassa di soggiorno: condannato albergatore
- Assisi, turismo: maxi-ristoro da un milione di euro

RIETI

Presentato a Firenze il primo paesaggio rurale storico del Reatino

LA SENTENZA

Botte e insulti a un bimbo disabile: ministero e scuola risarciranno la famiglia

- Alessandro Gassmann: «Omofobia, bullismo, risorse: la scuola soffre. Ma i giovani sono migliori di noi»
- Squid game e cyberbullismo, iniziati gli incontri nella scuola della garante per l'infanzia

IL CASO

Varsavia, 7 giovani toscani pestati selvaggiamente da una gang: uno rischia l'occhio

- Ercolano, scambia per ladri due ragazzi e spara 11 colpi, 5 sull'auto che si allontana: fermato per duplice omicidio
- Ercolano, le vittime Tullio e Giuseppe



Link: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2021/12/03/turismo-bto-10mila-visualizzazioni-274-speaker-e-24-paesi-coinvolti/>

venerdì 3 Dicembre 2021 Home La Redazione Contatti



CRONACA POLITICA ATTUALITÀ CULTURA SPORT PROVINCIA IRPINIA MOLISE



Home > ADNKRONOS > ADNK IP > Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti

ADNKRONOS ADNK IP ADNK News Lavoro

Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti

venerdì 3 Dicembre 2021

1 0

No Banner to display

Oggi in Edicola



Il Meteo Benevento

Cerca nel sito

Search



Roma, 3 dic. (Labitalia) – Oltre 10mila visualizzazioni da remoto, 274 speaker esperti della Travel Industry, 102 eventi distribuiti in cinque giornate e tre diverse location, con ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: si è chiusa a Firenze la prima edizione ibrida di Bto-Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana. Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano nel novembre 2022. L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da 24 Paesi nel mondo. Nella top 10: Italia, Usa, Finlandia, Austria, Svizzera, Uk, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone.

Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di Bto, hanno partecipato attivamente alle 4 tematiche protagoniste dell'edizione 2021, totalizzando oltre 10.000 presenze live agli eventi. Il più seguito in termini di presenze, il Digital Innovation & Strategy Day, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle Destination, quella specificatamente riservata al mondo Hospitality e quella dedicata al Food & Wine Tourism. Una tendenza forse destinata a cambiare, considerando il fatto che proprio il turismo enogastronomico è emerso come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine.

Su MyBtoO, la piattaforma online di Bto 2021, le attività dedicate alle quattro tematiche chiave hanno superato i 75.000 minuti. Conclusa la Bto Week, la manifestazione adesso prosegue per gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, dando la possibilità di rivivere online gli eventi con 5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica integralmente fruibili sul web.

"Questa tredicesima edizione di Bto – commenta Leonardo Marras, assessore all'Economia e

WEB

al Turismo della Regione Toscana – è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo. Bto per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022".

"Il successo di questa edizione di Bto è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business. La Bto è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati", dice Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze.

"Un grazie a tutti coloro – dichiara Francesco Tapinassi, direttore scientifico di Bto2021 – che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i 274 speakers, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesso di fare una Bto del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel".

[articolo precedente](#)

[prossimo articolo](#)

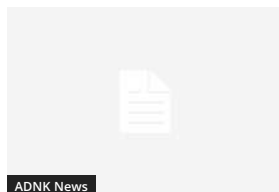
****Manovra: braccio ferro in Cdm, salta proposta Draghi su contributo solidarietà** (2)**

'Essere genitori oggi', una guida alla genitorialità

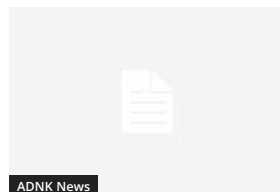


Robot Adnkronos

articoli collegati dagli autori



ADNK News
Covid oggi Italia, 17.030 contagi e 74 morti: bollettino 3 dicembre



ADNK News
Volvo: in terzo trimestre vendite e ricavi in calo ma utile per 3,3 mld corone



ADNK News
Covid, Altroconsumo: "Due terzi degli italiani favorevoli al vaccino obbligatorio"



Link: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2021/11/26/turismo-bto-sostenibilita-e-big-data-al-centro-delle-policy-turistiche-di-domani/>

sabato 27 Novembre 2021 Home La Redazione Contatti

f i s



CRONACA POLITICA ATTUALITÀ CULTURA SPORT PROVINCIA IRPINIA MOLISE



Home > ADNKRONOS > ADNK IP > Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di...

ADNKRONOS ADNK IP ADNK News Lavoro

Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani

enerdì 26 Novembre 2021

0 2

No Banner to display

Oggi in Edicola



Il Meteo Benevento

Cerca nel sito

Search



Roma, 26 nov. (Adnkronos/Labitalia) – Ci sarà sempre più digitale nel futuro del viaggio, non solo in chiave di esperienze virtuali, ma prima di tutto dal punto di vista della programmazione: i big data sono sempre più importanti per le politiche turistiche. E' quanto è emerso oggi, durante la terza giornata di Bto-Be Travel Onlife, evento leader per turismo e innovazione, in corso a Firenze. In occasione del Destination Day tanti i rappresentanti di Comuni, Regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post-Covid. "Il futuro passa da decisioni sempre più data-driven. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori", dichiara Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company. "La sostenibilità – prosegue – rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni, per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute".

A sposare la linea della sostenibilità anche la Svizzera. "Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Siamo attraversando un momento epocale in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere", dice Federico Haas, presidente Hotellerie Suisse Ticino.

Se la pandemia ha fatto riscoprire le vacanze all'aria aperta e il contatto con la natura, il Veneto sta puntando sul turismo lento. "E in particolare sul cicloturismo e sul sistema dei

cammini – afferma Stefan Marchioro, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto – che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico”. Il digitale si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. “Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la Toscana – rilancia Francesco Palumbo, direttore Fondazione Sistema Toscana – prima di tutto attraverso l’implementazione del portale Visittuscany.com, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico”.

Punta sul web anche la Puglia, “per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l’identità e la pugliesità sono al centro del nostro racconto online”, conclude Bianca Bronzino, dell’Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione.

articolo precedente

Dhl express Italy, 900 assunzioni per gestire
picco ordini di Black friday e Natale

prossimo articolo

Finisce 1-1 la sfida salvezza fra Cagliari e
Salernitana



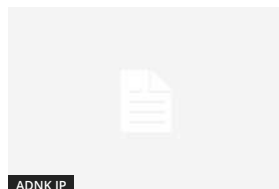
Robot Adnkronos

articoli collegati

dagli autori



ADNK IP
Turismo: archeologico, verde e
subacqueo, la nuova esperienza di
viaggio alla Bmta



ADNK IP
Dhl express Italy, 900 assunzioni per
gestire picco ordini di Black friday e
Natale



ADNK News
Pd: Letta nomina Borghi commissario
per congressi in Sardegna



Acquista a soli € 1,50

scarica
la versione digitale





Home Redazione Speciale Magherini Nuovo Stadio Fiorentina Redazione

13ª EDIZIONE

A Firenze torna **BTO**: 5 giorni tra i big players del turismo per ridefinire il post Covid

Lun, 22/11/2021 - 15:32 - La redazione

Share: [Facebook](#) [Twitter](#)



Mancano ormai poche ore alla via ufficiale della 13ª edizione di **BTO - Be Travel Onlife** in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze. Tra i protagonisti della giornata inaugurale che potrà essere seguita eccezionalmente anche online sui canali Facebook e Youtube di **BTO**, ci saranno anche gli ologrammi. La manifestazione dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a Firenze, volge da sempre il suo sguardo sull'evoluzione del binomio tra turismo e innovazione, e anticipa i trend ancora prima che le nuove mode si affermino. Come accadde anni fa per la diffusione del fenomeno Airbnb, passando dai robot

umanoidi con funzioni di concierge fino al chip sottopelle in grado di aprire la porta della camera in hotel. **BTO2021** si snoderà in altre 4 giornate tematiche - 25, 26, 29 e 30 novembre - un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importanti player del settore. **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](#).

L'Opening Day del 24 novembre si aprirà con gli interventi del ministro del Turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Toscana [Eugenio Giani](#) insieme all'Assessore comunale al Turismo [Cecilia Del Re](#), al presidente della Camera di Commercio di Firenze [Leonardo Bassilichi](#) e al direttore scientifico di BTO2021 [Francesco Tapinassi](#), per poi entrare nel vivo con la sessione "Visione", che vedrà sul palco ospiti nazionali e internazionali tra cui [Valentina Superti DG Grow](#) - Commissione Europea, [Maud Baillly](#) di Accor e [Jane Sun](#) di Trip.com Group. Nel pomeriggio al via la sessione "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro topic delle giornate successive (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso tavole rotonde a cui parteciperanno speaker in presenza, collegati via web ma non solo.

Gli ologrammi di [Roberta Garibaldi](#) Ad di Enit, [Marco Gilardi](#) Operations Direction Italy & Usa NH Hotel Group, [Massimo Canducci](#) Chief Innovation Officer Engineering e [Simone Puorto](#) Founder Travel Singularity faranno la loro apparizione sul palco del Salone di Cinquecento, in dimensione reale, interagendo con i moderatori. E l'azienda pisana Alkedo Produzioni a curare la parte tecnica di quella che loro stessi definiscono **Holopresenza**, cioè un sistema che utilizza l'illusione ottica dell'ologramma integrandola in un contesto reale senza l'utilizzo di supporti visivi come occhiali o visori. Il sistema dell'Holopresenza può essere utilizzato in numerosi ambiti, tra cui il turismo business che con le sue migliaia di congressi e meeting ogni anno, rappresenta l'1% del PIL nazionale (dato 2019).

E il tema del turismo d'affari sarà al centro della ricerca di **Sociometrica** dal titolo "Il futuro del turismo business in Italia" che verrà presentata in anteprima a **BTO** il 24/11 da [Antonio Preiti](#), professore all'Università di Firenze. Lo studio, che vedrà anche una presentazione più estesa il 30/11, ha preso in esame 2500 aziende in tutta Italia sull'impatto del Covid su viaggi d'affari, meeting, congressi e viaggi di istruzione. I dati saranno protagonisti anche nell'atteso panel in programma sempre il 24 e dedicato a **Google Trends** e **Google Destination Insights** in cui interverranno [Furio Gianforme](#) Industry Head Travel, Apps & Education Google e [Giovanni Benassi](#) Analytical Lead per il Travel Google. La ricerca di Ipsos "Turismo enogastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia", verrà illustrata in anteprima il 29 novembre durante la giornata con focus sul Food and wine. E la Toscana ne uscirà da protagonista risultando al secondo posto tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica, dopo la Sicilia e prima di Emilia-Romagna, Puglia e Campania.

Riflettori puntati ancora sulla Toscana il 26/11 in occasione del panel "Smart Tuscany" in cui verranno illustrati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di [visittuscany.com](#), la struttura del futuro Destination Management System regionale e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. Parteciperanno l'assessore al Turismo della Regione Toscana [Leonardo Marras](#), i direttori di FST [Francesco Palumbo](#) e TPT [Francesco Tapinassi](#). A seguire, sempre il 26, un confronto tra Regioni italiane sarà il focus dell'incontro "Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane" a cui parteciperanno [Bianca Bronzino](#) Head of Digital systems, [Pugliapromozione / WeAreInPuglia](#), [Sabrina Pesarini](#) - Head of CRM & Digital Marketing, [Trentino Marketing / VisitTrentino](#), [Stefan Marchioro](#) - Progetti territoriali e

CLICCA E ISCRIVITI AL CANALE YOUTUBE

An error occurred.

Prova a guardare il video su www.youtube.com oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.

LE NOTIZIE DI OGGI

- 13ª EDIZIONE**
A Firenze torna **BTO**: 5 giorni tra i big players del turismo per ridefinire il post Covid
- GIOVEDÌ 25 - DOMENICA 28 NOVEMBRE**
Torna lo shopping solidale delle Grandi Firme per ANT
- I DATI DEL 22 NOVEMBRE**
Coronavirus, in Toscana 308 nuovi casi, 356 guariti e 7 decessi
- TOSCANA**
Terza dose vaccino, da oggi aperte prenotazioni over 40
- CONCERTI**
Michele Bravi riparte da Firenze. Dal Viper al via La Geografia del Buio Tour
- IL CASO**
Crac Centro Ippico Toscano, il Cit all'asta per 1 milione e 200 mila euro
- VIA KASSEL**
Furto a Gavinana da 10mila euro, commerciante derubato mentre cambia ruota auto
- DIRITTI**
Al Parco di San Donato la prima panchina arcobaleno inclusiva di Firenze e della Toscana
- POLIZIA MUNICIPALE**
Urta due veicoli in sosta e riparte, individuato con telecamere e multato
- 13ª GIORNATA DI ANDATA**
Fiorentina - Milan 4 a 3: disegni dei gol e tabellino
- I DATI DEL 21 NOVEMBRE**
Coronavirus: in Toscana 521 nuovi positivi, 185 guarigioni e 3 decessi
- SPECIALE 25 NOVEMBRE**
Donne uccise da uomini: la storia di Mara
- SANTO SPIRITO**
Auto fuori controllo in area pedonale: cinque feriti, tra cui due bambini
- I DATI DEL 20 NOVEMBRE**
Coronavirus, in Toscana 423 nuovi casi, 321 guariti e 1 decesso
- KERMESSE ITALIA VIVA**
VIDEO Leopolda 11, Renzi apre attaccando Conte: "Dategli Rai Gulp"

Vedi tutti gli articoli

I NOSTRI APPROFONDIMENTI

LEGGI TUTTI GLI ARTICOLI



governance del turismo, Regione del Veneto e Costanza Giovannini - Head of Communications, [Fondazione Sistema Toscana](#) / Visit Tuscany.

Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno le altre quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il **25 novembre** è **Digital Strategy & Innovation**, sezione curata da Giulia Eremita e Rodolfo Baggio, il **26 novembre** è **Destination** che vede la regia di Emma Taveri; il **29 novembre** è **Food & Wine**, topic a cura di Roberta Milano; il **30 novembre** è **Hospitality** giornata coordinata da Lara Fantoni.

Maggiori informazioni www.bto.travel

Per acquistare un biglietto <https://shop.bto.travel/negotio/>

□

ARTICOLI



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: <https://www.ilsole24ore.com/art/dal-bto-firenze-linee-guida-nuovi-modi-viaggiare-lavoro-AEF6Zdw>

Economia Turismo

f t in ...

In evidenza In edicola Fiume di denaro: inchieste Podcast Lab24: i visual

24+

Abbonati

Accedi

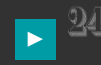
I NOSTRI VIDEO



Imprese, tecnologia e sostenibilità all'Innovation Days Veneto



Tomorrow Pills. Capitolo tre-Rinnovabili a misura di retail



Materie prime: quanto durerà la corsa dei prezzi?

Servizio | Turismo d'affari

Dal Bto di Firenze le linee guida dei nuovi modi di viaggiare per lavoro

Dal 24 novembre cinque giorni di incontri e dibattiti nel corso della rassegna che da 13 anni delinea le tendenze del settore. Al centro i cambiamenti in corso nel mondo del business travel dopo la pandemia

di Silvia Pieraccini
12 novembre 2021



Ascolta la versione audio dell'articolo



2' di lettura



La pandemia ha avuto effetti potenti sull'industria turistica italiana, non solo perché ha ridotto drasticamente i fatturati, ma anche perché ha spinto gli operatori a investire in innovazione digitale, ha aumentato le prenotazioni dirette a scapito delle agenzie online come Booking e Expedia, ha trasformato e quasi azzerato il comparto dei viaggi d'affari. Proprio il business travel, destinato a una riorganizzazione epocale post-pandemia, sarà uno dei temi affrontati dalla Bto di Firenze, la rassegna sul turismo online che da tredici anni cerca di delineare tendenze e nuovi strumenti del settore.

100 incontri 300 speaker

Quest'anno Bto si ramifica in cinque giornate tematiche (24,25,26,29 e 30 novembre) affollate di 100 incontri e 300 speakers, e in tre sedi, ma soprattutto si tiene con una formula ibrida: relatori e partecipanti saranno solo in parte "dal vivo", e per il resto collegati via web. Alcuni relatori saranno presenti da remoto ma in forma di ologramma, la tecnologia stile 'Guerre stellari' che produce effetti realistici.

Publicità
Loading...

24

Leggi anche**Turismo: l'online corre, soffre il viaggio organizzato**

24

Testimonianze da tutto il mondo

«Avremo la possibilità di sentire testimonianze da tutto il mondo, compresi i grandi esperti del settore che sarebbe stato impensabile portare a Firenze, grazie all'utilizzo di tutti gli strumenti fisici e virtuali», dice Francesco Tapinassi, direttore scientifico di Bto. La rassegna, organizzata da Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze, presenterà tra l'altro una ricerca sui viaggi d'affari frutto delle interviste a 2.500 manager italiani: hanno risposto che in questi ultimi due anni hanno viaggiato molto meno, e che in futuro cercheranno di viaggiare solo se è strettamente necessario (e per il resto useranno collegamenti virtuali). «Bto proverà a delineare le forme di cambiamento – dice Tapinassi – e a far capire che un incontro su Zoom o su Meet non è necessariamente una sfortuna. In questo modo il viaggio d'affari potrà tornare a riacquistare piacere e valore, e la 'missione' di lavoro essere considerata un'opportunità per scoprire luoghi e usi».

Leggi anche**Istat, mai così male il turismo come nel 2020 con perdite per quasi 64 miliardi**

24

Il cambiamento delle abitudini

Il cambiamento delle abitudini dei viaggiatori, d'affari o per vacanze, è il vero nodo da interpretare dopo il terribile 2020: «La Bdo avrà il compito di ridisegnare le strategie di rilancio e sviluppo del turismo internazionale», dice Giuseppe Salvini, segretario generale della Camera di commercio di Firenze. Le giornate di lavoro di Bto saranno dedicate a innovazione digitale, destinazione, cibo e vino, ospitalità; l'inaugurazione si terrà nel Salone de' Cinquecento in Palazzo Vecchio con le testimonianze di 22 esperti del settore e le anticipazioni dei quattro temi sviluppati poi nelle giornate seguenti. L'acronimo Bto, che in origine significava Buy Tourism online, ora è stato sostituito da Be Travel onlife.

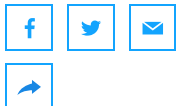
Riproduzione riservata ©

ARGOMENTI [Firenze](#) [affare](#) [Expedia](#) [Toscana](#) [ISTAT](#)

loading...

WEB

Condividi:



HOME / ADNKRONOS

Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti



03 dicembre 2021

a a

Roma, 3 dic. (Labitalia) - Oltre 10mila visualizzazioni da remoto, 274 speaker esperti della Travel Industry, 102 eventi distribuiti in cinque giornate e tre diverse location, con ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: si è chiusa a Firenze la prima edizione ibrida di Bto-Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana. Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano nel novembre 2022. L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da 24 Paesi nel mondo. Nella top 10: Italia, Usa, Finlandia, Austria, Svizzera, Uk, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone.

Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di Bto, hanno partecipato attivamente alle 4 tematiche protagoniste dell'edizione 2021, totalizzando oltre 10.000 presenze live agli eventi. Il più seguito in termini di presenze, il Digital Innovation & Strategy Day, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle Destination, quella specificatamente riservata al mondo Hospitality e quella dedicata al Food & Wine Tourism. Una tendenza forse destinata a cambiare, considerando il fatto che proprio il turismo enogastronomico è emerso come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine.

In evidenza

ILTEMPO.it

Gli americani sono un disastro con le rotatorie: scoppia il caos e nessuno capisce più nulla



Su MyBtoO, la piattaforma online di Bto 2021, le attività dedicate alle quattro tematiche chiave hanno superato i 75.000 minuti. Conclusa la Bto Week, la manifestazione adesso prosegue per gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, dando la possibilità di rivivere online gli eventi con 5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica integralmente fruibili sul web.

"Questa tredicesima edizione di Bto - commenta Leonardo Marras, assessore all'Economia e al Turismo della Regione Toscana - è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo. Bto per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022".

"Il successo di questa edizione di Bto è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business. La Bto è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati", dice Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze.

"Un grazie a tutti coloro - dichiara Francesco Tapinassi, direttore scientifico di Bto2021 - che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i 274 speakers, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesso di fare una Bto del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel".

Dai blog

ILTEMPO.it
IL QUOTIDIANO INDIPENDENTE

Qui Roma

**Stadio della Roma, i
Friedkin chiedono una
consulenza a Deloitte per
avviare il nuovo progetto**



ILTEMPO.it
IL QUOTIDIANO INDIPENDENTE

Qui Lazio

**Lazio beffata ma la
difesa fa acqua**



ILTEMPO.it
IL QUOTIDIANO INDIPENDENTE

Controtempo

**Mariah Carey cala l'asso
di Natale**



ILTEMPO.it
QUOTIDIANO INDIPENDENTE

[Cookie Policy](#)

[Contatti](#)

[Privacy Policy](#)

[Pubblicità](#)

[Condizioni Generali](#)

[Credits](#)



[Edicola digitale](#)



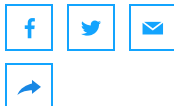
[Il Tempo Shopping](#)



Sede legale: Piazza Colonna, 366 - 00187 Roma CF e P. Iva e Iscriz. Registro Imprese Roma: 13486391009 REA Roma n° 1450962 Cap. Sociale € 1.000.000 i.v. © Copyright IlTempo. Srl- ISSN (sito web): 1721-4084

[TORNA SU](#)

Condividi:



HOME / ADNKRONOS

Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani



26 novembre 2021

a a a

Roma, 26 nov. (Adnkronos/Labitalia) - Ci sarà sempre più digitale nel futuro del viaggio, non solo in chiave di esperienze virtuali, ma prima di tutto dal punto di vista della programmazione: i big data sono sempre più importanti per le politiche turistiche. E' quanto è emerso oggi, durante la terza giornata di Bto-Be Travel Onlife, evento leader per turismo e innovazione, in corso a Firenze. In occasione del Destination Day tanti i rappresentanti di Comuni, Regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post-Covid.

“Il futuro passa da decisioni sempre più data-driven. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori”, dichiara Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company. “La sostenibilità - prosegue - rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni, per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute”.

A sposare la linea della sostenibilità anche la Svizzera. “Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Siamo attraversando un momento epocale in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere”, dice Federico Haas, presidente Hotellerie Suisse Ticino.

In evidenza

ILTEMPO.tv

Salta e corre ovunque, la danza dello scoiattolo è pazzesca




Se la pandemia ha fatto riscoprire le vacanze all'aria aperta e il contatto con la natura, il Veneto sta puntando sul turismo lento. "E in particolare sul cicloturismo e sul sistema dei cammini - afferma Stefan Marchioro, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto - che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico".

Il digitale si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. "Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la Toscana - rilancia Francesco Palumbo, direttore Fondazione Sistema Toscana - prima di tutto attraverso l'implementazione del portale Visittuscany.com, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico".

Punta sul web anche la Puglia, "per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l'identità e la pugliesità sono al centro del nostro racconto online", conclude Bianca Bronzino, dell'Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione.


8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Dai blog




Controtempo

Ancora tu, torna il tormentone di Lucio Battisti



Qui Lazio

Tris Lazio a Mosca, ora il primo posto



Cucina in Rosa

Dal Trentino Alto Adige tutti i segreti per sfornare un ottimo strudel

Link: <https://www.insidemarketing.it/eventi/bto-be-travel-onlife/>



Giornale di marketing,
comunicazione e cultura digitale



Resta aggiornato:

Cerca...



MARKETING ▼ COMUNICAZIONE ▼ MACROAMBIENTE ▼ SPOT E CAMPAGNE SOCIAL MEDIA ▼ GLOSSARIO RISORSE ▼ ENTI E IMPRESE ▼ EVENTI ▼ FORMAZIONE ▼

Agenda Eventi >> BTO – Be Travel Onlife

ADV

BTO - Be Travel Onlife

BTO - Be Travel Onlife, pensato per questa edizione in forma ibrida, è l'evento dedicato al mondo del viaggio e del turismo



➔ **PARTECIPA**



24 Novembre 2021

Termina: 30 Novembre 2021

+ Google Calendar



BTO

italiano, inglese

#betravelonlife



Firenze

Mostra Mappa



20,00 €

Iva inclusa

ADV



Q Ricerca Eventi

Provincia

Mese

Anno

Tipo evento

Accesso evento

Dal **24 novembre** al **30 novembre** si terrà, in formula "ibrida" online e in presenza, la nuova edizione di **BTO – Be Travel Onlife**. L'evento è dedicato agli appassionati e agli addetti ai lavori appartenenti ai **settori "viaggio" e turismo**. Il primo giorno è previsto un Open Day organizzato nella suggestiva location del Salone dei Cinquecento di Firenze, mentre il 25 e 26 novembre gli incontri si terranno al Nana Bianca Startup Studio e il 29 e 30 novembre nell'Auditorium della Camera di Commercio.

PROGRAMMA

WEB

Cerca

Si tratta di quattro giornate suddivise ciascuna in due mezze giornate per un totale di otto.

25 novembre

- Guida agli Open Data del turismo: cosa sono, a cosa servono, come vengono usati con Rodolfo Baggio, Ilaria Vitiello e Giorgia Lodi
- Strategia Digitale per il turismo e canali di advertising: da dove inizio con Giulia Eremita, Paolo Ratto, Luca Bove, Emanuela Genovesi, Francesco Piersimoni e Alberto Mari
- Da luoghi a media: il nuovo volto di musei e attrazioni con Rodolfo Baggio, Patrizia Asproni e Vincenzo Pisano
- Piattaforme Vocali per il Turismo, dal podcasting a Club House con Roberta Milano e Patrizia Pellegrini
- Comunicazione di crisi: come gestire le frizioni e gli eventi inattesi nel mondo dell'hospitality e turismo con Giulia Eremita, Gabriele Bertipaglia e Daniela Tondini
- "Si è sempre fatto così"... come diminuire le frizioni per aumentare le prenotazioni con Antonio Maresca, Luca Vescovi e Letizia Ciaccafava
- PMI italiane nel turismo, superare le frizioni e il digital gap: i servizi dell'era 4.0 con Giulia Eremita, Antonio Romeo, Domenico Colucci, Giulia Foconi, Marika Mazzi Boém, Giacomo Porcile e Sara Goretti
- Frictionless data nel settore pubblico: a che punto siamo con Paolo Desinano, Gianluigi Cogo, Valeria Minghetti e Monica Scannapieco
- SEO come Search Experience Optimization con Giovanni Sedda e Gianluca Fiorelli

26 novembre

- How culture and creativity are crucial tools to connect communities con Skinder Hundal e Luca Ballarini
- La cultura del dato per fare crescere le destinazioni con Antonio Pezzano Consulente, Stefan Marchioro, Mirko Lalli, Francesco Traverso e Federico Haas

- I borghi italiani tra conservazione e innovazione per un'offerta turistica più sostenibile con Ottavia Ricci, Carmen Bizzarri, Mauro Vanni, Giancarlo Dell'Orco e Roberto Micera
- Le città sono la soluzione. Il ruolo delle città negli scenari turistici dopo la pandemia con Simone D'Antonio, Annalisa Percoco e Daniela Patti
- Da remote working a remote living, i nuovi residenti temporanei delle destinazioni con Emma Taveri, Patrizio Ambrosetti, Federico Balocchi, Daniel Goebel e Berardino D'Errico
- Il digitale come nuovo strumento di crescita collettiva culturale con Emmanuele Curti, Adele Magnelli, Fabio Viola e Fabio Cirifino
- Destinazioni M.I.C.E. | Meetings-Incentives-Conferences-Events: come sarà il settore dopo la pandemia? Nuove opportunità per il rilancio del Sud con Giovanna Lucherini, Carlotta Ferrari, Giulio Gambardella, Ester Tamasi, Mariska Kesteloo e Luca Vernengo

29 novembre

- IMMAGINI FANTASTICHE: Come usare la creatività nel racconto visuale nel settore food&wine con Rocco Rossitto
- Cibo, chiave dei territori. Sarà overfoodtourism o Smart Food Destination? con Roberta Milano, Andrea Casadei e Davide Rampello
- Creative Restaurant Branding. Il metodo per rendere straordinario e inconfondibile il tuo ristorante, anche dentro un hotel con Nicoletta Polliotto e Ilaria Legato
- Prendila con filosofia con Roberta Milano e Maura Gancitano
- La tracciabilità agroalimentare come strumento di relazione fra persone e territori con Carlo Vischi, Alessandro Chelli, Jacopo Romagnoli e Andrea Ausili

30 novembre

- Travel is coming Home. Come vincere le sfide future dell'extralberghiero con Domenico Palladino, Giambattista Scivoletto, Karin Venneri e Marco Celani

WEB

- People Make the difference: un viaggio nella leadership gentile con Gianluca Borgna, Giampaolo Grossi e Valentina Orru
- Brand Activism con Giovanna Manzi, Michele Petrocelli e Paolo D'Ammassa
- "Squid Game" Hotel Strategies. Un gioco di strategie per la sopravvivenza con Silvia Moggia, Varner Ferrato, Nicola Zoppi, Lorenzo Vidoni e Armando Travaglini
- Non c'è più spazio per gli squali: la spinta gentile nel marketing con Gianluca Borgna, Attilio Azzola e Dario Chirichigno
- SCARy bookings: Il grande caos dei pagamenti elettronici nel settore ricettivo con Nicola Zoppi, Alessandro Bartolucci, Alessandro Massimo, Andrea Romanelli e Alfredo Passeri

I posti in presenza saranno pochi e non sarà possibile partecipare esclusivamente all'Open Day.

➔ **PARTECIPA**

📅 Eventi da non perdere

 <p>OFFERTA</p> <p>Affiliate EXPO 2021</p> <p>05 Novembre 2021 Roma</p> 	 <p>OFFERTA</p> <p>Marketing Forum</p> <p>18 Novembre 2021 Milano</p> 	 <p>OFFERTA</p> <p>WomenX Impact, l'evento dedicato all'empowerment femminile</p> <p>18 Novembre 2021 Bologna</p> 	 <p>OFFERTA</p> <p>Sales Forum</p> <p>19 Novembre 2021 Milano</p> 
---	---	---	---

ADV

Link: <https://www.intoscana.it/it/dettaglio-video/il-turista-viaggia-smart-e-in-modo-sostenibile/>

intoscana /TV Categorie Focus Format

Vai su [intoscana.it](https://www.intoscana.it) | [f](#) [t](#) [i](#) [y](#) | Cerca nel sito [Q](#)

VIAGGI /

Ambiente protagonista a BTO: oggi il turista viaggia smart e in modo sostenibile

Al centro della terza giornata della manifestazione le smart destination: l'esempio di Visit Tuscany

GIULIA RAFANELLI • VEN 26 NOVEMBRE, 2021

An error occurred.

[Prova a guardare il video su www.youtube.com](https://www.youtube.com) oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.

Ormai il digitale è parte integrante dell'esperienza del viaggio, meno legato alla presenza e sempre più digitale. I paradigmi del turismo, complice la pandemia da Covid-19, sono ormai cambiati e le destinazioni diventano luoghi da scoprire in maniera più sostenibile e dove ricreare una quotidianità in compagnia di devices e informazioni in tempo reale con un occhio alla sostenibilità. Elementi che associazioni, pubbliche amministrazioni e enti che si occupano di destinazione turismo non possono trascurare. Per tutto loro BTO, evento di Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze realizzato insieme a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana si conferma un punto di riferimento imprescindibile

TAG:

BTO

DIGITALE

INNOVAZIONE

TURISMO

Potrebbe interessarti anche



VIAGGI

Dallo smart living e alle app per gestire i flussi: le nuove frontiere del viaggio



VIAGGI

BTO al via tra ologrammi e nuove tendenze: è il turismo post pandemia



VIAGGI

Le tendenze del travel 2.0 si presentano a Firenze, taglio del nastro per BTO 2021

intoscana

CULTURA / ENOGASTRONOMIA / VIAGGI / MADE IN TOSCANA / INNOVAZIONE / SALUTE / AMBIENTE / MUSICA / STORIE / TV /

Seguici su:    

[Note legali](#) [Privacy](#) [Redazione](#) [Codice etico](#) [Crediti](#) [Copyright](#) [Chi siamo](#) [Contatti](#)





VIAGGI / TURISMO E INNOVAZIONE

BTO 2021 sta per cominciare, tra ologrammi e nuove visioni di futuro

È iniziato il conto alla rovescia. A Firenze, per 5 giorni dal 24 novembre, presenti i big players del turismo. Più di 100 appuntamenti e oltre 200 relatori (tra cui il ministro Massimo Garavaglia) per la 13esima edizione della Be Travel Onlife

 **/Redazione**
22 NOVEMBRE
2021



Mancano ormai poche ore al via ufficiale della 13esima edizione di **BTO – Be Travel Onlife** in programma dal 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze. Tra i protagonisti della giornata inaugurale, che potrà essere seguita eccezionalmente anche online sui canali **Facebook** e **Youtube** di **BTO**, ci saranno anche gli ologrammi.





La presentazione di BTO 2021

Verso la ripresa

“I cinque giorni di Bto ci consentono di mettere a fuoco la ripresa catalizzata da politiche del turismo vincenti: il turismo è asse portante della nostra economia” ha commentato il presidente della Regione Toscana, **Eugenio Giani**. *“Mi sento ottimista anche sul Natale in Toscana, rispetto all’andamento pandemico: considerando i dati fin qui, ritengo che possiamo vivere le prossime quattro o cinque settimane con i contagi sotto controllo. Ne approfitto per fare un appello: partiamo subito con il clima natalizio, al fine di evitare assembramenti nei giorni prenatalizi, così eviteremo successive impennate”*.

Nel segno dell’innovazione

“SARÀ L'OCCASIONE PER MISURARE LE NOSTRE AZIONI E PROGRAMMARE IL FUTURO”

La manifestazione dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a Firenze, volge da sempre il suo sguardo sull’evoluzione del binomio tra **turismo e innovazione**, e anticipa i trend ancora prima che le nuove mode si affermino. Come accadde anni fa per la diffusione del fenomeno Airbnb, passando dai **robot umanoidi** con funzioni di concierge fino ai chip sottopelle in grado di aprire la porta della camera in hotel.

“Con BTO la Toscana torna protagonista del dibattito nazionale e internazionale” ha commentato **Leonardo Marras**, assessore al turismo di Regione Toscana. *“Sarà anche l’occasione per misurare le nostre azioni e programmare il futuro. Ci sono segnali positivi, anche per turismo d’affari, fortemente limitato da Covid. I valori della Toscana ci rendono ancora molto attrattivi”*.





Leonardo Marras, BTO 2021

BTO2021 si snoderà in altre 4 giornate tematiche – **25, 26, 29 e 30 novembre** – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore. 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.

L'apertura

L'Opening Day del **24 novembre** si aprirà con gli interventi del ministro del Turismo **Massimo Garavaglia**, del presidente della Regione Toscana **Eugenio Giani** insieme all'Assessore comunale al Turismo **Cecilia Del Re**, al presidente della Camera di Commercio di Firenze **Leonardo Bassilichi** e al direttore scientifico di BTO2021 Francesco Tapinassi, per poi entrare nel vivo con la sessione "*Visione*", che vedrà sul palco ospiti nazionali e internazionali tra cui **Valentina Superti** DG Grow – Commissione Europea, **Maud Bailly** di Accor e **Jane Sun** di Trip.com Group. Nel pomeriggio al via la sessione "*Focus*", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro topic delle giornate successive (*digital innovation, destination, food & wine, hospitality*) attraverso tavole rotonde a cui parteciperanno speaker in presenza, collegati via web ma non solo.



WEB



Francesco Tapinassi, BTO 2021

“L'ESPERIENZA DEL VIAGGIO DEVE ESSERE SEMPLICE”

*“Grazie agli ospiti e alle ricerche che presenteranno in anteprima a **BTO**, manteniamo il mood della manifestazione: guardare sempre avanti” ha detto **Francesco Tapinassi**, direttore **BTO**. “Quest’anno il claim è frictionless: l’esperienza del viaggio deve essere semplice. Per il sistema italiano significa una grande rivoluzione: siamo caratterizzati da tanti piccoli soggetti che operano in modo diverso. Ma il visitatore oggi ha bisogno di risposte immediate e semplici. La pandemia ha fatto riscoprire la voglia di viaggiare e incontrare nuovamente le persone: il concetto di vacanza sta tornando e la dimensione fisica torna determinante. La Toscana rappresenta sempre una grande attrazione per l’Italia e l’estero”.*

Cos’ l’holopresenza?

Gli ologrammi di **Roberta Garibaldi** Ad di Enit, **Marco Gilardi** Operations Direction Italy & Usa NH Hotel Group, **Massimo Canducci** Chief Innovation Officer Engineering e **Simone Puerto** Founder Travel Singularity faranno la loro apparizione sul palco del Salone di Cinquecento, in dimensione reale, interagendo con i moderatori. È l’azienda pisana **Alkedo Produzioni** a curare la parte tecnica di quella che loro stessi definiscono *Holopresenza*, e cioè un sistema che utilizza l’illusione ottica dell’ologramma integrandola in un contesto reale senza l’utilizzo di supporti visivi come occhiali o visori. Il sistema dell’*Holopresenza* può essere utilizzato in numerosi ambiti, tra cui il turismo business che con le sue migliaia di congressi e meeting ogni anno, rappresenta l’1% del PIL nazionale (dato 2019).

L’impatto del Covid

E il tema del turismo d’affari sarà al centro della ricerca di Sociometrica dal titolo *“Il futuro del turismo business in Italia”* che verrà presentata in anteprima a **BTO** il 24 novembre da **Antonio Preiti**, professore all’Università di Firenze. Lo studio, che vedrà anche una presentazione più estesa il 30 novembre, ha preso in esame 2500 aziende in tutta Italia sull’impatto del Covid su viaggi d’affari, meeting, congressi e viaggi di istruzione.





Eugenio Giani, BTO 2021

I dati saranno protagonisti anche nell'atteso panel in programma sempre il 24 e dedicato a *Google Trends e Google Destination Insights* in cui intervorranno **Furio Gianforme** Industry Head Travel, Apps & Education Google e **Giovanni Benassi** Analytical Lead per il Travel Google. La ricerca di Ipsos *"Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia"*, verrà illustrata in anteprima il 29 novembre durante la giornata con focus sul *Food and wine*. E la Toscana ne uscirà da protagonista risultando al secondo posto tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica, dopo la Sicilia e prima di Emilia-Romagna, Puglia e Campania.

Smart Tuscany

Riflettori puntati ancora sulla Toscana il 26 novembre in occasione del panel *"Smart Tuscany"* in cui verranno illustrati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di visittuscany.com, la struttura del futuro Destination Management System regionale e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. Parteciperanno l'assessore al Turismo della Regione Toscana **Leonardo Marras**, i direttori di FST [Francesco Palumbo](#) e TPT [Francesco Tapinassi](#).



WEB



Foto di gruppo al BTQ 2020

A seguire, sempre il 26, un confronto tra Regioni italiane sarà il focus dell'incontro *"Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane"* a cui parteciperanno **Bianca Bronzino** (Head of Digital systems – PugliaPromozione / WeAreinPuglia), **Sabrina Pesarini** (Head of CRM & Digital Marketing – Trentino Marketing / VisitTrentino), **Stefan Marchioro** (progetti territoriali e governance del turismo, Regione del Veneto) e **Costanza Giovannini** (Head of Communications – Fondazione Sistema Toscana / Visit Tuscany).

"Toscana diffusa e innovativa: il 26 novembre punteremo i riflettori su questo" ha detto **Francesco Palumbo**, direttore di Fondazione Sistema Toscana. *"Racconteremo come stiamo organizzando in maniera altamente competitiva il sistema di booking regionale attraverso una nuova architettura del sito regionale Visittuscany.com e ci confronteremo con le altre regioni. Sapersi muovere in coerenza con il Pnrr in questo ambito sarà una delle sfide più importanti"*.

Tutti i temi, giorno per giorno

Le sedi di **Nana Bianca** e della **Camera di Commercio di Firenze** ospiteranno le altre quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è *Digital Strategy & Innovation*, sezione curata da **Giulia Eremita** e **Rodolfo Baggio**, il 26 novembre è *Destination* che vede la regia di **Emma Taveri**; il 29 novembre è *Food & Wine*, topic a cura di **Roberta Milano**; il 30 novembre è *Hospitality*, giornata coordinata da **Lara Fantoni**.



Leonardo Bassilichi, BTO 2021

“Se si arriva a un evento come questo vuol dire che la Toscana ha saputo fare squadra, coinvolgendo Istituzioni pubbliche e privati. Sarà un momento fondamentale per guardare alle sinergie del futuro” ha commentato **Massimo Manetti** (PromoFirenze). Mentre per **Leonardo Bassilichi** (Camera di Commercio di Firenze) stiamo vivendo *“un momento fondamentale, sono giorni molto delicati: crediamo che il turismo si possa ridisegnare e il digitale è uno strumento incredibile per farlo. Possiamo arrivare ad avere un turismo non più solo fisico, ciò consentirà di ridurre impatto over tourism. Saremo noi ad andare dai turisti, grazie agli strumenti tecnologici”*.

TOPICS:

BTO

FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA

INNOVAZIONE

TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



VIAGGI / Gianluca Testa

Scoprire la Lunigiana in (sole) 48 ore, ecco com'è andata

Per conoscere davvero una "terra di confine" come la Lunigiana due giorni non bastano. Tra testi, castagne, agnelli, dolci svizzeri-pontremolesi e compagni di viaggio creativi e ispirati, siamo andati alla ricerca della bellezza (e di storie) all'interno delle comunità. Quelle vere

VIAGGI / Costanza Baldini

Profumo di festa nell'aria: tornano i mercatini di Natale in Toscana

Città e borghi sono pronti a risplendere di luci, eventi, concerti, rievocazioni e gli immancabili mercatini di Natale tanto amati da grandi e piccini



VIAGGI / Clara D'Acunto

Turismo, torna BTO 2021: al lavoro per costruire una nuova ospitalità in "un mondo senza attriti"

Dal 24 al 30 novembre in programma 100 eventi e 200 ospiti, esperti e operatori internazionali del settore. Al centro la capacità di adattamento del sistema e le innovazioni





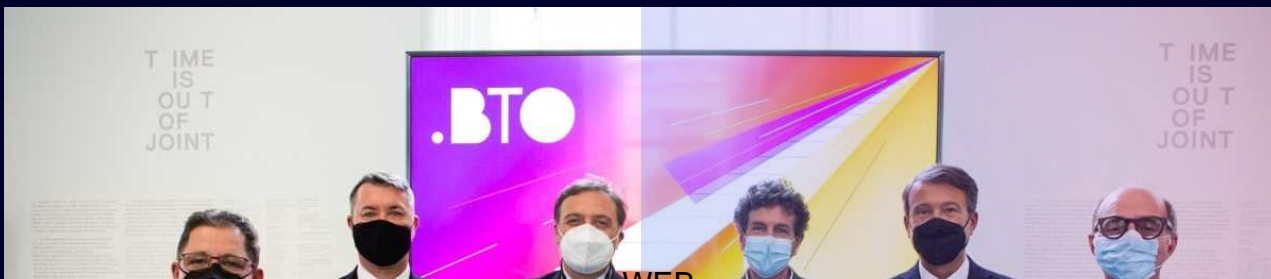
VIAGGI

BTO, al via la 13esima edizione. Quali prospettive per il turismo post Covid?



VIAGGI

Lunigiana e Garfagnana: terre di confine dalla natura incontaminata



WEB



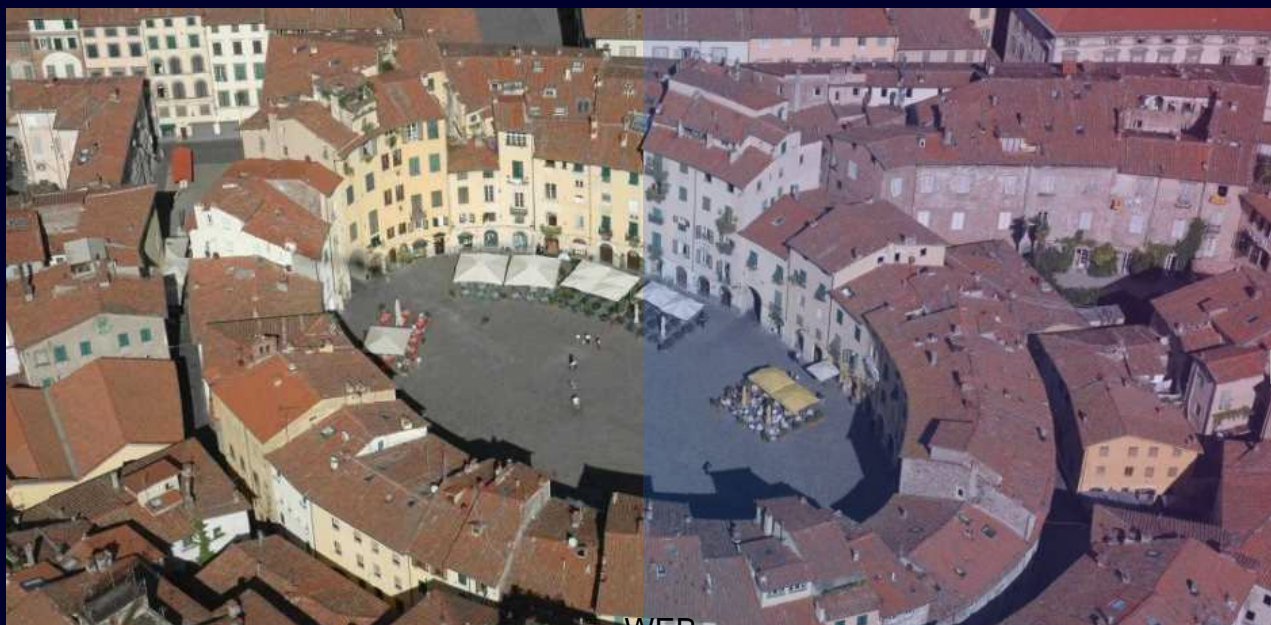
VIAGGI

BTO: il futuro del turismo si scrive a Firenze



VIAGGI

BTO 2021-Be Travel Onlife, il teaser dell'evento



WEB



VIAGGI

La Toscana si presenta al mondo, a Lucca torna Buy Tuscany: la vetrina del turismo che riparte



VIAGGI

Carnevale di Viareggio: sui carri salgono il covid, l'ambiente e un grandissimo inno alla vita

I PIÙ POPOLARI SU INTOSCANA



WEB

INNOVAZIONE / *Redazione*

Piaggio si allea con la svedese Autoliv per creare il primo airbag per le due ruote



SALUTE / *Redazione*

Scienza, innovazione e ricerca protagoniste al Festival della Salute a Siena



VIAGGI / *Redazione*

BTO 2021, da TikTok agli open data: le nuove evoluzioni del turismo



VIAGGI / *Gianluca Testa*

Scoprire la Lunigiana in (sole) 48 ore, ecco com'è andata



Per conoscere davvero una "terra di confine" come la Lunigiana due giorni non bastano. Tra testi, castagne, agnelli, dolci svizzeri-pontremolesi e compagni di viaggio creativi e ispirati, siamo andati alla ricerca della bellezza (e di storie) all'interno delle comunità. Quelle vere

CONTINUA LA LETTURA

intoscana

AMBIENTE / CULTURA / ENOGASTRONOMIA / INNOVAZIONE / MADE IN TOSCANA / MUSICA / SALUTE / STORIE / VIAGGI / TV //

Seguici su:    

VIAGGI /

BTO 2021, da TikTok agli open data: le nuove evoluzioni del turismo

Sono quattro i focus al centro dell'evento per indagare sui cambiamenti del settore: strategie digitali, destinazione, ospitalità e food. Ecco il programma completo

 / **Redazione**
11 NOVEMBRE 2021



"Turismo digitale"

Il ruolo dei **social**, come Tik Tok ha cambiato anche le strategie di marketing e come gli **open data** possono essere – se usati bene – la bussola per il settore. Ma non solo, le esperienze virtuali che si affiancano a quelle reali e come il viaggiatore di nuova generazione sceglie la destinazione, tra nuove tendenze e offerte consolidate e sempre vincenti come quelle enogastronomiche. **BTO-Be travel Onlife 2021** affronterà questo e molto altro a partire da mercoledì 24 novembre, quando Firenze accoglierà oltre 200 esperti italiani o stranieri, in presenza o tramite ologramma, per parlare di come il turismo si sta evolvendo grazie all'innovazione tecnologica per un "new frictionless worl".

Palazzo Vecchio, Nana Bianca e Camera di Commercio: tre luoghi per oltre 100 eventi

Un **programma fittissimo** che si aprirà nel cuore di Firenze, a Palazzo Vecchio, da mercoledì 24 novembre. Sarà una giornata che farà un po' da premessa ai circa 100 appuntamenti che si alterneranno tra Nana Bianca e Camera di Commercio e che seguiranno quattro temi principali: strategie digitali, destinazione, ospitalità e food.

Mercoledì 24 novembre, a Palazzo Vecchio, nel Salone de' Cinquecento, interverrà per la prima volta in Italia, Maud Bailly, CEO per il Sud Europa di AccorHotels, che delinea la sua visione per un'hotellerie sempre più smart e digitale. Insieme a lei Harriet Green, Global Business Leader ed ex CEO di Thomas Cook, che illustrerà la sua visione sul futuro del travel e su come superare le barriere, soprattutto mentali, che non favoriscono l'innovazione.

Parteciperà anche il collettivo artistico **teamLab**, l'avanguardia globale delle esperienze artistiche digitali e immersive legate alla cultura. Composto da vari specialisti come artisti, programmatori, ingegneri, animatori CG, matematici e architetti, sono i creatori di opere d'arte immersive per raggiungere un nuovo pubblico e costruire nuove destinazioni turistiche.

Per il filone "hospitality" ci saranno Giovanna Manzi, CEO di Best Western Italia, Oliver

Winter, CEO e fondatore di A&O Hostels, Charlie McGregor, fondatore di The Student Hotel. Si confronteranno sulle innovazioni che semplificano il mondo di oggi e racconteranno le sensibilità emergenti delle nuove generazioni in viaggio.

Dal fattore virale ai nuovi strumenti per evitare le frizioni tra mondo reale e virtuale: gli argomenti del 25 novembre

Il giorno successivo, il 25 novembre, si parlerà di **strategie digitali e innovazioni**. Si indagherà cioè su quali sono le nuove esigenze dalla distribuzione con Alberto Yates Regional Manager di Booking.com, della mobilità con Renzo Iorio, CEO di Nugo SPA, passando per tour ed esperienze virtuali vs reali con Marta Barberini, Senior Marketing Account Manager di GetYourGuide e la gamification delle grandi città con Alex Govoreanu, CEO di questoapp.com. Il secondo filone è quello della strategia digitale per approfondire gli strumenti pubblicitari per le imprese del travel e metterli a sistema. Da non perdere il doppio incontro su Google e Facebook/Instagram advertising a cura dell'agenzia Twow e Adrias Online, con il coordinamento di Luca Bove, per guidare al meglio gli investimenti pubblicitari in questa ripresa. Torna il momento di approfondimento sul video advertising, alla ricerca del **'viral factor'** che rende un contenuto vincente, assieme a Francesco Sommariva, Head of Growth Accounts, TikTok Italy e la video blogger Francesca Ruvoli (nota come "wildflowermod").

Si parlerà anche di piattaforme vocali, dal podcasting a Clubhouse. Ampio approfondimento sugli open data del travel per capire come possono essere utilizzati e sull'accesso agli strumenti digitali per la piccola e media impresa. Il tema verrà esplorato nei panel scientifici a cura di Valeria Minghetti (Ciset), con l'intervento della responsabile Dati e dei Processi Istat, Anna Scannapieco, e nella tavola rotonda a cura di Rodolfo Baggio con Giorgia Lodi e Ilaria Vitiello, tecnologue ed esperte di open government data.

Smart working e rigenerazione urbana: cambiano le motivazioni di viaggio e le destinazioni. Gli appuntamenti del 26 novembre

Dalla mobilità sostenibile alla rigenerazione urbana e culturale, dall'importanza dei dati e del digitale per una fruizione "frictionless" dei territori fino a temi caldi come accessibilità ed inclusività del turismo, passando per l'efficacia dei media di viaggio digitali e temi specifici come il city quitting, la workation e il ritorno ai borghi. Tra i panel da segnalare quello in cui viene trattata la rigenerazione dei quartieri partendo dalla comunità locale, nuovi spazi come luoghi di coinvolgimento e creazione di cultura. Skinder Hundal, Director of Arts del British Council, porterà l'esempio del Nottingham Creative Quarter, in Inghilterra, best practice internazionale per la rigenerazione urbana in chiave culturale e creativa.

Altro tema che abbiamo imparato a conoscere negli ultimi mesi e che verrà affrontato durante la giornata "destination" è quello dello smart working. Se ne parlerà nel panel "Da remote working a remote living, i nuovi residenti temporanei delle destinazioni", in cui si esplorerà il passaggio da luoghi per lo smart working in cui poter solo lavorare a veri e propri hub di opportunità per il "vivere da remoto". Vi saranno esempi di destinazioni italiane ed estere che hanno puntato sul target dei lavoratori agili per rilanciare il proprio territorio. In occasione del panel dedicato alla Toscana, infine, saranno presentati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di visittuscany.com, la struttura del futuro Destination Management System regionale e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione.

Cibo e vino guidano il viaggio: il 71% sceglie il turismo enogastronomico. Gli appuntamenti del 29 novembre

Il turismo enogastronomico è in crescita e la presenza di esperienze legate all'enogastronomia risulta importante per il 71% delle persone quando scelgono la meta di viaggio. Da qui nascono i due obiettivi della giornata: da una parte fornire chiavi di lettura del cambiamento in atto, con le interviste al direttore creativo del Padiglione Italia a Expo Dubai, Davide Rampello, e alla filosofa Maura Gancitano, che aiuterà a capire come mantenere la nostra centralità e non venire usati da tecnologie e digitale; in secondo luogo, dare strumenti concreti, stimoli e idee per agire nell'immediato. Importante, quindi, la presenza dei grandi player della **comunicazione digitale**: Google, con Fabio Galetto, parlerà delle novità nelle ricerche sul tema sostenibilità, Facebook-Instagram, con Danilo Campisi, spigherà le nuove funzionalità di promozione per ristoranti e imprese locali; TikTok, con Giuliano Cini, Brand Lead TikTok Italia e Gabriele Colasanto di Mondadori Media per raccontare il boom nel mondo food.

Ospitalità e gentilezza: gli appuntamenti della giornata finale

Protagonista è la gentilezza, requisito indispensabile nell'ospitalità. Se ne discuterà in due declinazioni: nel marketing, dove "Non c'è più spazio per gli squali" con Attilio Azzola owner gruppo Cocoon e Dario Chirichigno Communication Manager di TIM, e nella leadership, in "People Make the difference" in cui interverranno Giampaolo Grossi GM di Starbucks e Valentina Orru Regional HR Director Rocco Forte. Ci sarà spazio poi per l'accoglienza frictionless di gruppi come Keesy, Vicky, Welcomeasy e il confronto con l'accoglienza tradizionale in "Il sorriso della tecnologia". Si parlerà di ripartenza post covid e di come trovare personale adeguato.

New entry in **BTO** 2021 uno spaccato dedicato alla **formazione**. Se ne discuterà in "Come diventare leader in hospitality. Quale formazione" con Vanessa Balouzet VP Transformation & Strategic Partnerships della Swiss Education Group, Giancarlo Carniani Founder HIA, Magda Antonioli direttore Master in Economia del Turismo Università Bocconi, Federico Samaden (Ospitalia). Da non perdere poi "Travel is coming Home. Come vincere le sfide future dell'extralberghiero" con Domenico Palladino, giornalista e digital marketing & news design, Karin Venneri di Wonderful Italy e Startup turismo, Marco Celani di Italianway, Giambattista Scivoletto di bed-andbreakfast.it. Infine, due panel tecnici sulle strategie di sopravvivenza e il caos dei pagamenti elettronici nella ricettività come "Squid Game Hotel Strategies" e SCary bookings", ideati da Nicola Zoppi CEO e founder Mind Lab Hotel.

TOPICS:

BTO

FIRENZE

TURISMO

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

VIAGGI / Clara D'Acunto

Turismo, torna **BTO 2021: al lavoro per costruire una nuova ospitalità in "un mondo senza attriti"**

Dal 24 al 30 novembre in programma 100 eventi e 200 ospiti, esperti e operatori internazionali del settore. Al centro la capacità di adattamento del sistema e le innovazioni

VIAGGI / Redazione

Arezzo Città del Natale: tornano i giorni della meraviglia con mercatini e spettacoli di luce

Dal 20 novembre 2021 al 9 gennaio 2022 il centro storico aretino si veste a festa, tante le attrazioni per grandi e piccini nel cuore di una delle città più belle della Toscana



VIAGGI / Redazione

Vola il settore terme: un quarto dei bonus nazionali interessa la Toscana

Sono già centomila le registrazioni sul portale che riguardano strutture termali della regione: sconto in fattura fino a 200 euro per persona



intoscana /TV



VIAGGI

BTO: il futuro del turismo si scrive a Firenze

.BTO

NEW FRICTIONLESS WORLD #BETRAVELONLIFE
24-30 NOVEMBRE 2021 • FIRENZE + ONLINE

VIAGGI

BTO 2021-Be Travel Onlife, il teaser dell'evento



VIAGGI

La Toscana si presenta al mondo, a Lucca torna Buy Tuscany: la vetrina del turismo che riparte



WEB



VIAGGI

Carnevale di Viareggio: sui carri salgono il covid, l'ambiente e un grandissimo inno alla vita



VIAGGI

E via andare: Filetto & Filattiera



WEB

VIAGGI

Il distretto del tessile diventa un percorso turistico: Prato racconta un'altra storia

I PIÙ POPOLARI SU INTOSCANA



ATTUALITÀ / Redazione

In Toscana l'export "regge" (nonostante il Covid): +33,2% per la farmaceutica



ATTUALITÀ / Redazione

Montalcino e Napa, gemellaggio nel nome del vino e dei giovani

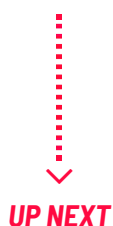
WEB

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



ENOGASTRONOMIA / *Simona Belloci*

Sviluppo rurale, in campo altri 342 milioni di euro. Giani: "Sistema agricolo genera occupazione e sviluppo della Toscana"



VIAGGI / *Clara D'Acunto*

**Turismo, torna BTO 2021:
al lavoro per costruire
una nuova ospitalità in
"un mondo senza attriti"**



Dal 24 al 30 novembre in programma 100 eventi e 200 ospiti, esperti e operatori internazionali del settore. Al centro la capacità di adattamento del sistema e le innovazioni

CONTINUA LA LETTURA

intoscana

AMBIENTE / CULTURA / ENOGASTRONOMIA / INNOVAZIONE / MADE IN TOSCANA / MUSICA / SALUTE / STORIE / VIAGGI / TV //

Seguici su:    

[Note legali](#) / [Privacy](#) / [Redazione](#) / [Codice etico](#) / [Crediti](#) / [Copyright](#) / [Chi siamo](#) / [Contatti](#)



Link: <https://www.intoscana.it/it/dettaglio-video/bto-al-via-tra-ologrammi-e-nuove-tendenze/>

intoscana /TV Categorie Focus Format

Vai su [intoscana.it](https://www.intoscana.it) |     | Cerca nel sito 

VIAGGI /

BTO al via tra ologrammi e nuove tendenze: è il turismo post pandemia

Il Covid ha modificato radicalmente le nostre abitudini di viaggio aprendo però nuove frontiere verso nuove esperienze e nuove destinazioni

GIULIA RAFANELLI • MER 24 NOVEMBRE, 2021

An error occurred.

[Prova a guardare il video su www.youtube.com](https://www.youtube.com) oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.

BTO, la fiera dedicata alle innovazioni nel settore del turismo, a Palazzo Vecchio si è aperta con l'intervento, per la prima volta, di alcuni relatori in versione ologramma. Gli ologrammi, infatti, rappresentano una delle nuove modalità per viaggiare, sfruttata soprattutto a livello di turismo congressuale ma le tendenze emerse dalla prima giornata della manifestazione confermano una globale ripresa delle destinazioni in presenza.

BTO

FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA

LEONARDO MARRAS

TRAVEL ONLINE

TURISMO

TAG:

VIAGGIARE

Potrebbe interessarti anche



WEB



VIAGGI

Le tendenze del travel 2.0 si presentano a Firenze, taglio del nastro per **BTO** 2021

VIAGGI

BTO, al via la 13esima edizione. Quali prospettive per il turismo post Covid?

VIAGGI

Lunigiana e Garfagnana: terre di confine dalla natura incontaminata

intoscana

CULTURA / ENOGASTRONOMIA / VIAGGI / MADE IN TOSCANA / INNOVAZIONE / SALUTE / AMBIENTE / MUSICA / STORIE / TV /

Seguici su:    

[Note legali](#) / [Privacy](#) / [Redazione](#) / [Codice etico](#) / [Crediti](#) / [Copyright](#) / [Chi siamo](#) / [Contatti](#)



Link: <https://www.intoscana.it/it/dettaglio-video/bto-il-futuro-del-turismo-si-scrive-a-firenze/>

intoscana /TV Categorie Focus Format

Vai su [intoscana.it](https://www.intoscana.it) | [f](#) [t](#) [i](#) [y](#) | Cerca nel sito [Q](#)

VIAGGI /

BTO: il futuro del turismo si scrive a Firenze

L'evento di apertura il 24 novembre in Palazzo Vecchio per la manifestazione di respiro internazionale che mette insieme viaggio, innovazione e digitale. L'assessore regionale al Turismo, Leonardo Marras: "In Toscana la prospettiva è quella di rendere maggiormente forte il rapporto pubblico-privato perchè solo così riusciremo a consolidare l'industria turistica"

SIMONA BELLOCCI • GIO 11 NOVEMBRE, 2021

An error occurred.

Prova a guardare il video su www.youtube.com oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.

L'edizione numero 13 di Be Travel OnLife è stata presentata alla Galleria d'Arte moderna e contemporanea di Roma. La manifestazione è in programma dal 24 al 30 novembre prossimi con eventi dal vivo e in digitale. Il direttore scientifico [Francesco Tapinassi](#) spiega che il costo di ingresso di BTO "è stato ridotto del 70% per andare incontro a un settore che ha sofferto. Adesso possiamo cominciare a pensare a un futuro in cui reale e virtuale si mescolano: il 24 novembre a Firenze, nel Salone dei Cinquecento, si alterneranno interventi dal vivo a interviste in diretta a relatori presenti in forma di ologramma. E' un'edizione ibrida in grado di sfruttare al meglio ciò che ci consentono le relazioni dal vivo e a distanza. Grandi ospiti per raccontare quel che succede ma soprattutto provare a guardare oltre".

Tra gli organizzatori – insieme a PromoFirenze – c'è anche [Fondazione Sistema Toscana](#). Il direttore ha [Francesco Palumbo](#) ha ricordato che "il primo strumento utile per tornare a viaggiare è il digitale. La Toscana è l'unica regione italiana dotata di una piattaforma digitale in grado di indirizzare i flussi turistici. Siamo protagonisti nel confronto con i big player del turismo".

TAG:

BTO

BTO BUY TOURISM ONLINE

TURISMO

Potrebbe interessarti anche



VIAGGI

BTO 2021-Be Travel Onlife, il teaser dell'evento



VIAGGI

La Toscana si presenta al mondo, a Lucca torna Buy Tuscany: la vetrina del turismo che riparte



VIAGGI

Carnevale di Viareggio: sui carri salgono il covid, l'ambiente e un grandissimo inno alla vita

intoscana

CULTURA / ENOGASTRONOMIA / VIAGGI / MADE IN TOSCANA / INNOVAZIONE / SALUTE / AMBIENTE / MUSICA / STORIE / TV /

Seguici su:    

[Note legali](#) / [Privacy](#) / [Redazione](#) / [Codice etico](#) / [Crediti](#) / [Copyright](#) / [Chi siamo](#) / [Contatti](#)



Link: <https://www.intoscana.it/it/dettaglio-video/dallo-smart-living-e-alle-app-per-gestire-i-flussi-le-nuove-frontiere-del-viaggio/>



intoscana /TV Categorie Focus Format

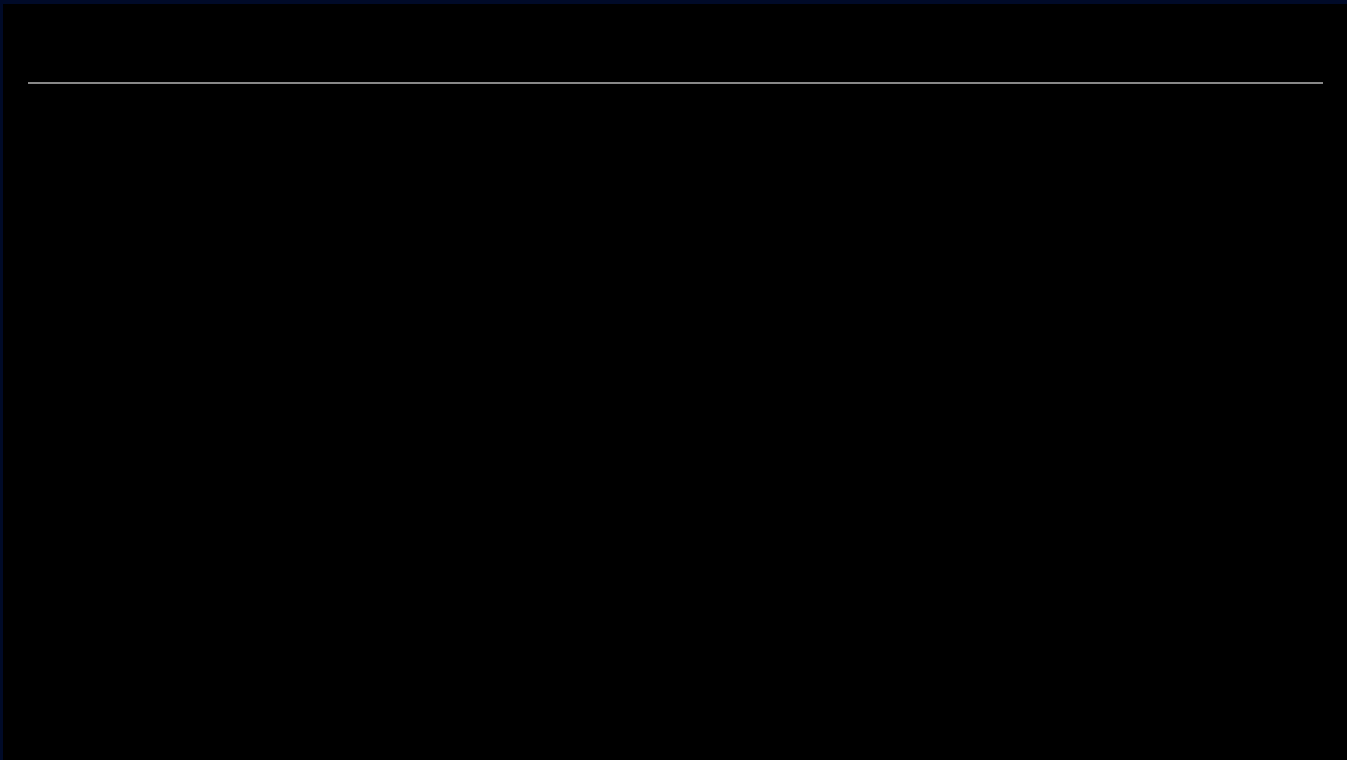
Vai su [intoscana.it](https://www.intoscana.it) | Cerca nel sito

VIAGGI /

Dallo smart living e alle app per gestire i flussi: le nuove frontiere del viaggio

Be Travel OnLife: a Firenze confronto aperto su nuove modalità di viaggio e di esperienza e sul ruolo della tecnologia

GIULIA RAFANELLI • VEN 26 NOVEMBRE, 2021



Cambiano le esigenze di viaggio, cambiano le modalità e i motivi per cui si viaggia. Smart living, nomadi digitali e borghi che si aprono al grande turismo grazie alla loro capacità di presentarsi come luoghi dove recuperare uno stile di vita più sostenibile senza rinunciare al lavoro. La tecnologia ha offerto nuove opportunità di vivere i territori, opportunità per i viaggiatori ma anche per le amministrazioni locali. Proprio di questo si è parlato durante la terza giornata di BTO la manifestazione dedicata alle nuove frontiere del turismo in corso a Firenze

TAG:

- BTO
- REGIONE TOSCANA
- TURISMO
- TURISMO DIGITALE

Potrebbe interessarti anche _____



VIAGGI

Ambiente protagonista a BTO: oggi il turista viaggia smart e in modo sostenibile

VIAGGI

BTO al via tra ologrammi e nuove tendenze: è il turismo post pandemia

VIAGGI

Le tendenze del travel 2.0 si presentano a Firenze, taglio del nastro per BTO 2021

intoscana

CULTURA / ENOGASTRONOMIA / VIAGGI / MADE IN TOSCANA / INNOVAZIONE / SALUTE / AMBIENTE / MUSICA / STORIE / TV /

Seguici su:



[Note legali](#) / [Privacy](#) / [Redazione](#) / [Codice etico](#) / [Crediti](#) / [Copyright](#) / [Chi siamo](#) / [Contatti](#)



Trending Topics: Festa della Toscana green pass bto vaccini pnrr mostre muoversi in toscana giovanisi dante2021 agroalimentare cinema

VIAGGI /

Il turismo di prossimità è la chiave del futuro. BTO, ecco i dati del “boom”

Nel 2021 cresce il turismo enogastronomico in Italia, che è il primo paese al mondo tra le mete gourmand nel mondo, davanti a Francia e Giappone. La parola chiave? Sostenibilità

/ Redazione
29 NOVEMBRE 2021

f Bto 2021, giorno 4

Twitter

Share

È boom per il turismo enogastronomico in Italia nell'anno segnato dalla pandemia e dal ritorno a viaggi slow e di prossimità. I dati emergono dalla ricerca Ipsos e dalle tendenze di ricerca presentate da Google nel corso di Bto – Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e innovazione in corso a Firenze fino a domani, martedì 30 novembre. Stavolta, alla Camera di Commercio, è andata in scena la giornata dedicata al Food & Wine Tourism, con rappresentanti delle istituzioni e big player del settore.



Bto 2021, giorno 4

Il primato italiano

Secondo le analisi di Google Destination Insights nel prossimo futuro il **turismo di prossimità rappresenterà una chiave a livello globale**. Nell'organizzazione di una vacanza la sostenibilità è considerata un valore molto importante dall'83% dei viaggiatori e il 61% di essi afferma che la pandemia li ha resi maggiormente sensibili a questo valore. La sostenibilità è tenuta in grande considerazione da chi pratica turismo enogastronomico. **L'Italia svetta tra le mete gourmand** nelle tendenze di ricerca su Google e registra un interesse in crescita: tra gennaio e ottobre 2021 la ricerca di tour enogastronomico segna un +39%, mentre quella relativa alle cantine mostra un altro +30% (fonte Google Trends nel vertical: Travel).

Tra ottimismo e creatività

In linea generale l'Italia è il paese più desiderato dal punto di vista turistico, secondo il 40% del campione intervistato da Ipsos (+3% rispetto al 2016). Tra gli aspetti più rilevanti del nostro Paese al primo posto troviamo la qualità della vita, seguita dall'ottimismo e dalla creatività e capacità di inventiva che contraddistinguono il popolo italiano. L'offerta **enogastronomica**, la **moda** e l'**arte** sono considerati i principali ambasciatori della nostra cultura all'estero: l'Italia è prima tra le mete più golose nel mondo (49% degli intervistati), seguita a distanza da Francia (22%) e Giappone (16%).



Bto 2021, giorno 4

“Arte ed enogastronomia sono importanti strumenti per elevare la qualità del turismo, la sfida del prossimo futuro” dichiara **Massimiliano Tonelli**, direttore di **Artribune**, ospite di **Bto**. *“Si tratta di due mondi che hanno dinamiche molto simili e ci permettono di andare in questa direzione. Oggi la cosa più importante per mettere a sistema questa sinergia è dotarsi di strumenti in grado di misurare i risultati e implementare le politiche migliori”*.

Il ritorno di Pitti

In tema di eventi food e ricadute sul territorio un esempio è quello di **Taste**, evento dedicato alle eccellenze enogastronomiche d'Italia targato Pitti Immagine, pronto a tornare a primavera 2022 dopo due anni di stop causa Covid.

*“Dal 2006 ad oggi – dichiara **Lapo Cianchi**, vice direttore generale e direttore comunicazione ed eventi Pitti Immagine – la manifestazione è cresciuta moltissimo, sia nel numero degli espositori, passati da 100 a oltre 400, che nella risposta della città, in termini di attenzione ed eventi correlati, ma moltissimo anche nel pubblico, soprattutto tra gli operatori di settore. Si tratta di un pubblico specializzato, molto motivato e attento, importante per una città come Firenze”.*

La cultura del prodotto

I prodotti tipici sono anche tra i primi ambasciatori del territorio nel mondo, come dimostra l'operato di PromoFirenze in fiere di settore organizzate per la Regione Toscana con Camera di Commercio e **Fondazione Sistema Toscana**, quali ad esempio **BuyWine** e **BuyFood**.



Bto 2021, giorno 4 - Tapinassi

*“I prodotti sono portatori di cultura – dichiara **Luca Piscitello**, PromoFirenze – messaggeri in grado di veicolare il nostro patrimonio e attrarre turismo. Anche in chiave di tour virtuali, in tempi di pandemia”.*

L'evento

Bto – **Be Travel Onlife**, lo ricordiamo, è la manifestazione leader su turismo e innovazione con un programma ibrido tra incontri in presenza e online. 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 WEB**

Sistema Toscana. La 13esima edizione si conclude domani con la giornata dedicata al tema Hospitality.

TOPICS:

BTO

ENOGASTRONOMIA

ENOTURISMO

VIAGGIARE

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



VIAGGI / Redazione

Sarteano è la città dei presepi d'autore: in mostra 200 da ogni angolo del mondo

Dall'8 dicembre 2021 un mese di appuntamenti intorno alla mostra itinerante delle "Natività dal Mondo" della celebre Collezione Bologni-Rappuoli

VIAGGI / Redazione

Il Mercato di Natale in Santa Croce, una tradizione che si ripete da 20 anni

Oltre cinquanta gli stand allestiti nelle tradizionali casette di legno dove trovare idee per i regali, prodotti tipici tedeschi e dolci tradizionali provenienti da tutta Europa



VIAGGI / Giulia Rafanelli

Sostenibilità e big data, elementi chiave per le politiche turistiche del futuro

Consapevolezza dei dati, attenzione all'ambiente, valorizzazione della cultura locale: regioni e territori a confronto sulle strategie di rilancio delle destinazioni durante la terza giornata di BTO

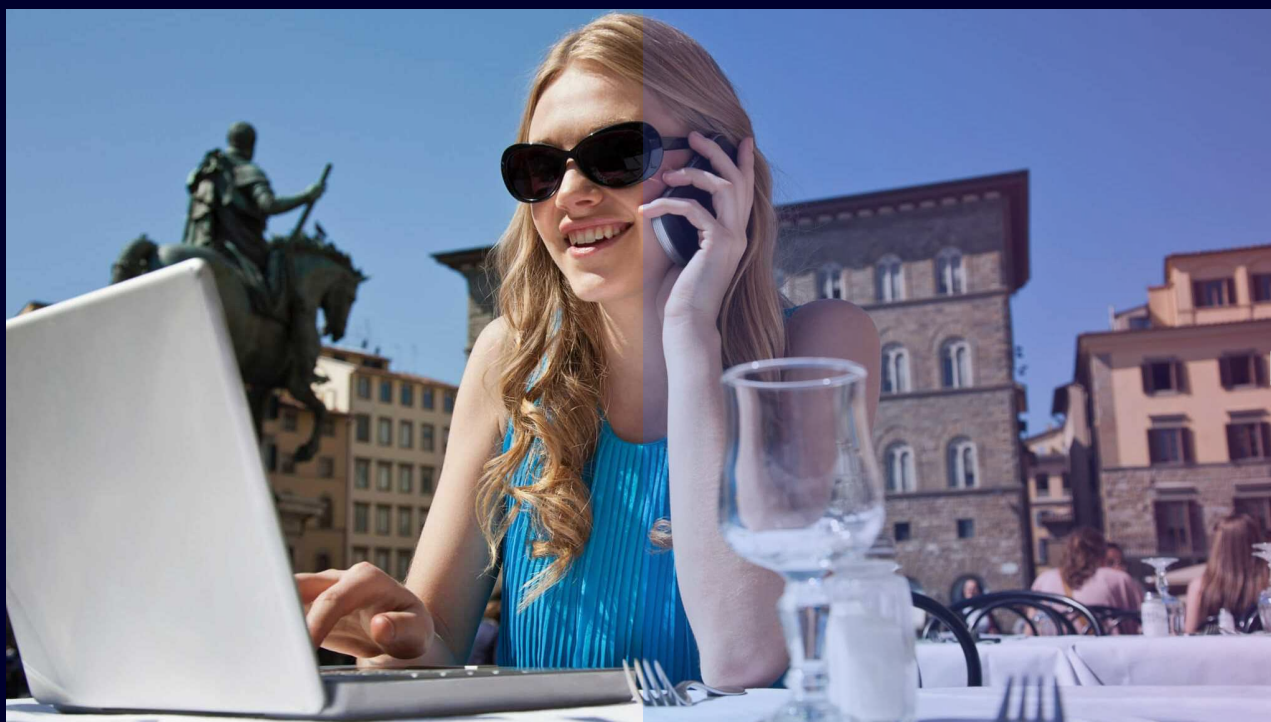
intoscana /TV





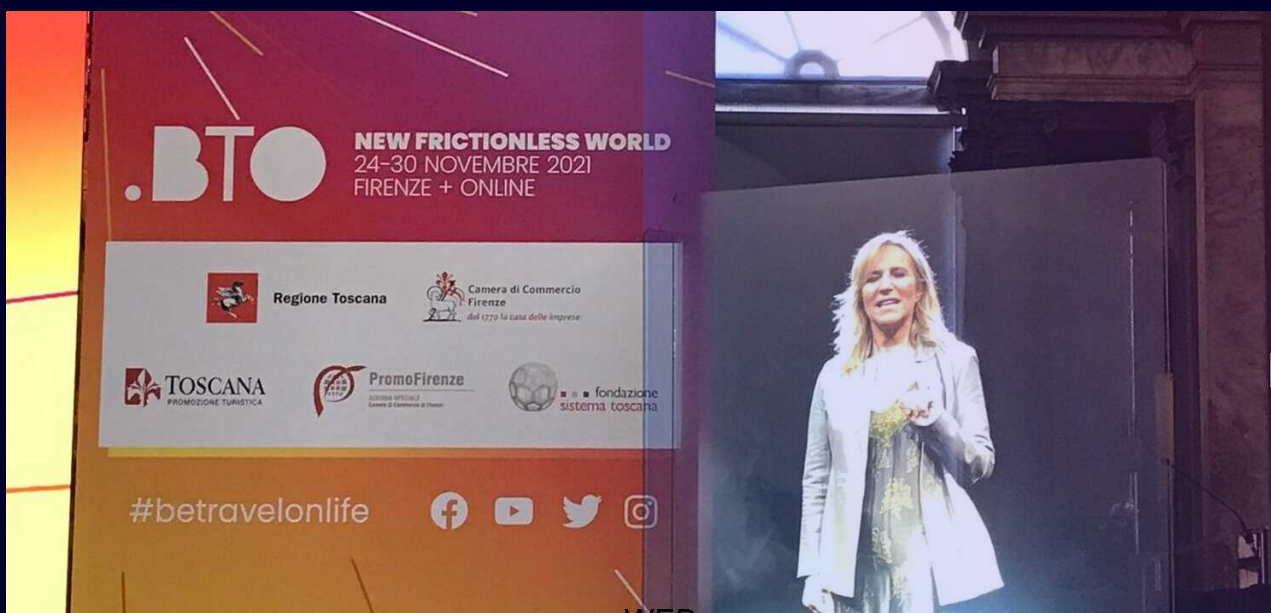
VIAGGI

Ambiente protagonista a BTO: oggi il turista viaggia smart e in modo sostenibile



VIAGGI

Dallo smart living alle app per gestire i flussi: le nuove frontiere del viaggio



WEB

VIAGGI

BTO al via tra ologrammi e nuove tendenze: è il turismo post pandemia



VIAGGI

Le tendenze del travel 2.0 si presentano a Firenze, taglio del nastro per BTO 2021



VIAGGI

BTO, al via la 13esima edizione. Quali prospettive per il turismo post Covid?



WEB



VIAGGI

Lunigiana e Garfagnana: terre di confine dalla natura incontaminata

I PIÙ POPOLARI SU INTOSCANA



SALUTE / Redazione

Lotta al cancro della cervice uterina, il Consiglio regionale si illumina di blu

WEB



ATTUALITÀ / *Redazione*

World Tourism Event, la Toscana è protagonista con i suoi patrimoni Unesco



CULTURA / *Elisabetta Vagaggini*

“Dal pianeta degli umani”, di Giovanni Cioni, vince il Festival dei Popoli 62



UP NEXT

VIAGGI / *Redazione*

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Sarteano è la città dei presepi d'autore: in mostra 200 da ogni angolo del mondo



Dall'8 dicembre 2021 un mese di appuntamenti intorno alla mostra itinerante delle "Natività dal Mondo" della celebre Collezione Bogni-Rappuoli

CONTINUA LA LETTURA

intoscana

AMBIENTE / CULTURA / ENOGASTRONOMIA / INNOVAZIONE / MADE IN TOSCANA / MUSICA / SALUTE / STORIE / VIAGGI / TV /

Seguici su:    

[Note legali](#) / [Privacy](#) / [Redazione](#) / [Codice etico](#) / [Crediti](#) / [Copyright](#) / [Chi siamo](#) / [Contatti](#)



Link: <https://www.intoscana.it/it/dettaglio-video/bto-tendenze-del-travel-2-0/>

intoscana /TV Categorie Focus Format

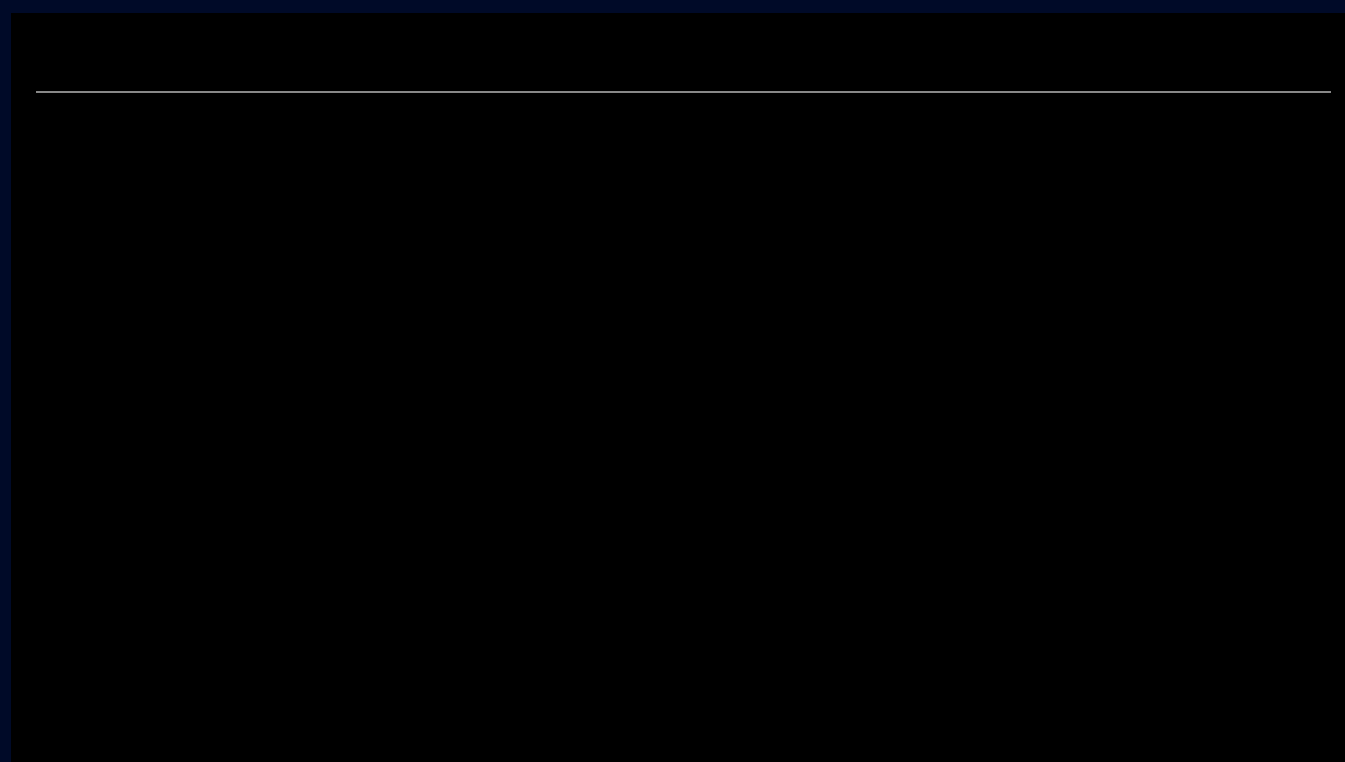
Vai su [intoscana.it](https://www.intoscana.it) | [f](#) [t](#) [i](#) [y](#) | Cerca nel sito [Q](#)

VIAGGI /

Le tendenze del travel 2.0 si presentano a Firenze, taglio del nastro per BTO 2021

Più di 100 appuntamenti, oltre 200 relatori, 3 sedi, format ibrido online e in presenza per la 13a edizione della manifestazione che anticipa le tendenze del settore turismo

GIULIA RAFANELLI • MER 24 NOVEMBRE, 2021



Si è aperta nel salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio la tredicesima edizione di **BTO – Be travel Onlife**, la manifestazione dedicata al Travel 2.0, organizzata da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze insieme a Toscana Promozione Turistica, Promo Firenze e Fondazione Sistema Toscana, nata e radicata a Firenze che per cinque giorni con vari focus dedicati, racconterà e anticiperà le tendenze del turismo del futuro. Un futuro sempre più tecnologico e dove anche per viaggiare ci sarà sempre meno bisogno di spostarsi.

TAG:

BTO

EVENTI A FIRENZE

TRAVEL ONLINE

TURISMO

VIAGGIARE

Potrebbe interessarti anche



WEB

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

VIAGGI

BTO al via tra ologrammi e nuove tendenze: è il turismo post pandemia

VIAGGI

BTO, al via la 13esima edizione. Quali prospettive per il turismo post Covid?

VIAGGI

Lunigiana e Garfagnana: terre di confine dalla natura incontaminata

intoscana

CULTURA / ENOGASTRONOMIA / VIAGGI / MADE IN TOSCANA / INNOVAZIONE / SALUTE / AMBIENTE / MUSICA / STORIE / TV /

Seguici su:    

[Note legali](#) [Privacy](#) [Redazione](#) [Codice etico](#) [Crediti](#) [Copyright](#) [Chi siamo](#) [Contatti](#)



VIAGGI /

Sostenibilità e big data, elementi chiave per le politiche turistiche del futuro

Consapevolezza dei dati, attenzione all'ambiente, valorizzazione della cultura locale: regioni e territori a confronto sulle strategie di rilancio delle destinazioni durante la terza giornata di BTO

 / **Giulia Rafanelli**
26 NOVEMBRE 2021



Cambiano le esigenze di viaggio, cambiano le modalità e i motivi per cui si viaggia. Oggi si parla di smart living, di nomadi digitali e i piccoli borghi stanno vivendo una fase di rinnovata attenzione grazie alla loro capacità di presentarsi come luoghi dove recuperare uno stile di vita più sostenibile senza rinunciare al lavoro e godersi le bellezze del mondo. Tutto questo grazie alle connessioni create dal digitale.

La tecnologia ha infatti creato nuove opportunità per vivere i territori, opportunità per i viaggiatori ma anche per le amministrazioni locali che oggi hanno la possibilità di esaltare al meglio il proprio patrimonio storico culturale grazie alle app di promozione turistica, ai portali e ai big data.

Proprio di questo si è parlato durante la terza giornata di BTO la manifestazione dedicata alle nuove frontiere del travel in corso a Firenze e **Firenze è stata al centro del panel dedicato alle strategie innovative per il turismo di domani con l'esperienza di Feel Florence**, un portale e una app sviluppati per gestire i flussi ma anche per suggerire ai visitatori luoghi ed esperienze insolite tra i quartieri e le città dell'area metropolitana. "Il futuro passa da decisioni sempre più data-driven. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori", ha dichiarato Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company. "La sostenibilità – ha aggiunto – rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni, per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute".

"Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la Toscana – **ha rilanciato Francesco Palumbo, direttore Fondazione Sistema Toscana** – prima di tutto attraverso l'implementazione del portale Visittuscany.com, che metterà in stretto dialogo

WEB

pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico”.

E allargando la lente dalla Toscana, all'Italia e oltre confine, **ci accorgiamo che anche all'estero digitale e sostenibilità sono le carte su cui si scommettono gli operatori turistici di tutto il mondo.**

“Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Siamo attraversando un momento epocale – ha dichiarato Federico Haas, presidente Hotellerie Suisse Ticino – in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere”.

TOPICS:

BTO

ESPERIENZE DI VIAGGIO

SOSTENIBILITÀ

TURISMO

TURISMO DIGITALE

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



VIAGGI / Redazione

Il Mercato di Natale in Santa Croce, una tradizione che si ripete da 20 anni

Oltre cinquanta gli stand allestiti nelle tradizionali casette di legno dove trovare idee per i regali, prodotti tipici tedeschi e dolci tradizionali provenienti da tutta Europa

VIAGGI / Redazione

Turismo: borghi, comuni e regioni d'Italia alla prova del post-Covid nella 3a giornata di BTO

Comunità locali, sviluppo sostenibile, gamification, smart-living ed ecosistemi digitali in grado di creare nuove connessioni e nuovi modi di viaggiare e di vivere i territori: la terza giornata di BTO – Be Travel Onlife è dedicata alle destinazioni del presente e del futuro



VIAGGI / Giulia Rafanelli

Turismo, tra voli spaziali e ologrammi, "vincono" le mete nazionali: i dati presentati a BTO

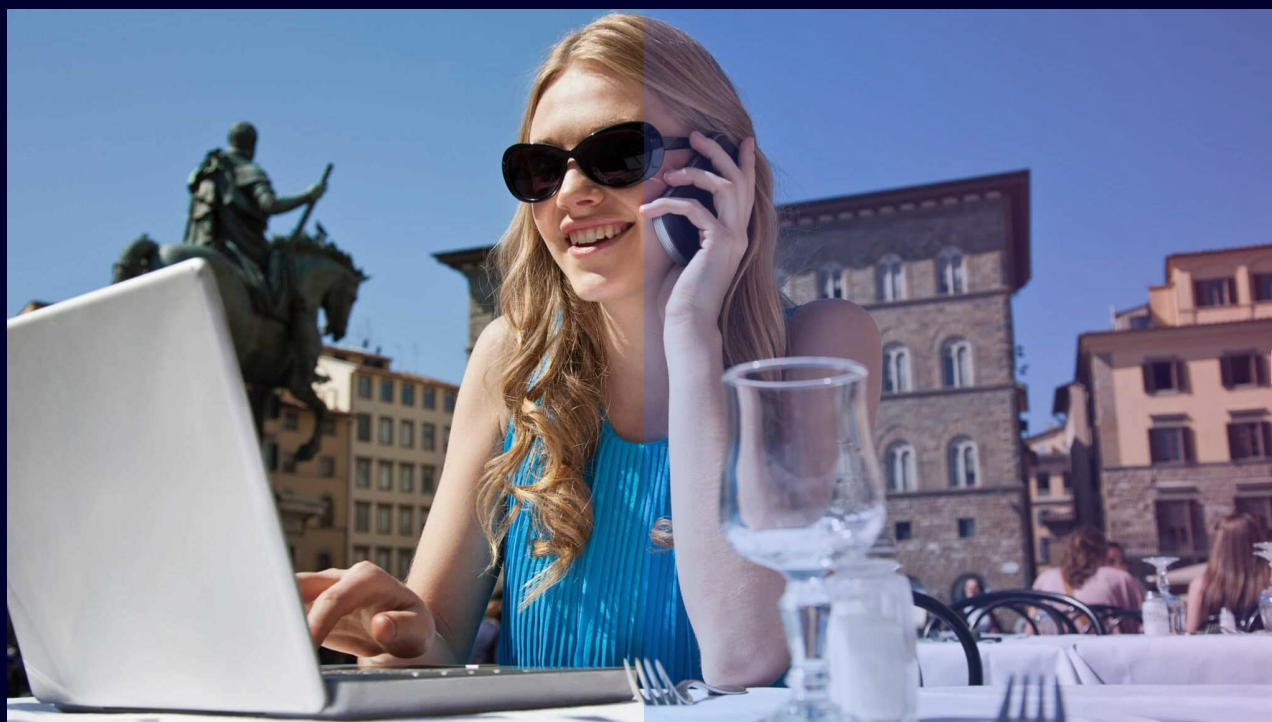
Si è aperta a Firenze la manifestazione dedicata alle tendenze del travel. Accanto alle nuove esperienze offerte dalla tecnologia, riprende la richiesta di turismo soprattutto domestico: Firenze tra le mete più cercate su Google

intoscan **/TV**



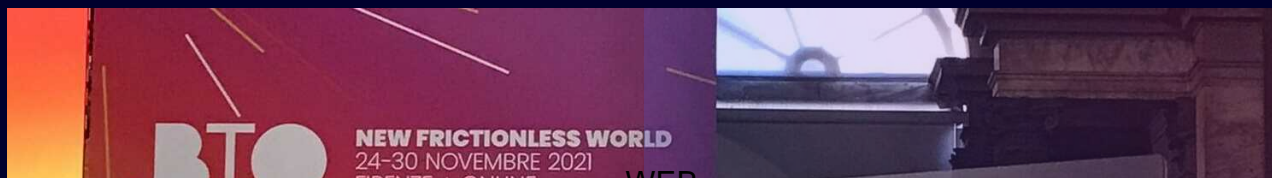
VIAGGI

Ambiente protagonista a BTO: oggi il turista viaggia smart e in modo sostenibile

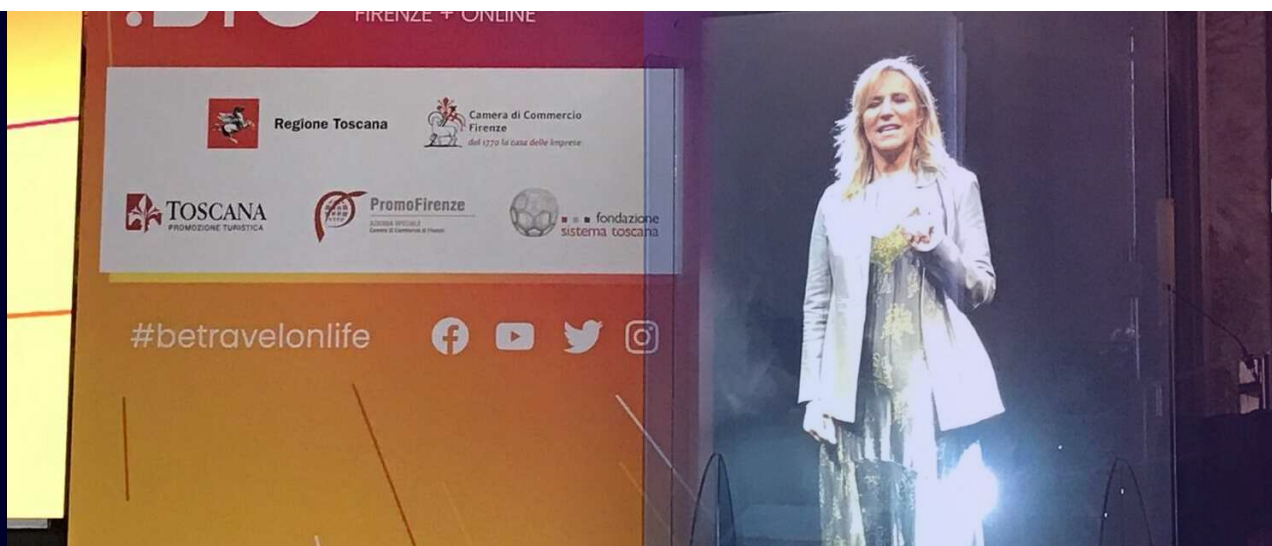


VIAGGI

Dallo smart living e alle app per gestire i flussi: le nuove frontiere del viaggio



WEB



VIAGGI

BTO al via tra ologrammi e nuove tendenze: è il turismo post pandemia



VIAGGI

Le tendenze del travel 2.0 si presentano a Firenze, taglio del nastro per BTO 2021



WEB



VIAGGI

BTO, al via la 13esima edizione. Quali prospettive per il turismo post Covid?



VIAGGI

Lunigiana e Garfagnana: terre di confine dalla natura incontaminata

I PIÙ POPOLARI SU INTOSCANA



INNOVAZIONE / *Redazione*

A Pisa mappatura completa dello stato dell'asfalto grazie al software "RAMA"



SALUTE / *Chiara Bianchini*

Tutto quello che dobbiamo sapere sul Green Pass



ATTUALITÀ / *Redazione*

All'Università di Pisa il 1° corso in Italia per esperti di salvaguardia del territorio



VIAGGI / Redazione

Il Mercato di Natale in Santa Croce, una tradizione che si ripete da 20 anni



Oltre cinquanta gli stand allestiti nelle tradizionali cassette di legno dove trovare idee per i regali, prodotti tipici tedeschi e dolci tradizionali provenienti da tutta Europa

CONTINUA LA LETTURA

intoscana

AMBIENTE / CULTURA / ENOGASTRONOMIA / INNOVAZIONE / MADE IN TOSCANA / MUSICA / SALUTE / STORIE / VIAGGI / TV //

Seguici su:    

Trending Topics: Festa della Toscana green pass bto vaccini pnrr mostre muoversi in toscana giovanisi dante2021 agroalimentare cinema

VIAGGI /

Sostenibilità, innovazione, frictionless: le parole chiave del turismo di domani

Cinque giornate, oltre 100 eventi e 270 relatori: cala il sipario su **BTO** tra ologrammi e incontri dal vivo

/ Redazione
30 NOVEMBRE 2021



Il turismo in Toscana

Sostenibilità, innovazione e semplificazione di informazioni, mete e operazioni: il viaggiatore del futuro insegue un mondo frictionless, parola chiave della **13/a edizione di BTO – Be Travel Onlife**, che si è chiusa a Firenze. Cinque giornate, oltre 100 eventi e 270 relatori per una manifestazione ibrida, tra ologrammi, connessioni e incontri dal vivo ideata da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione Sistema Toscana**.



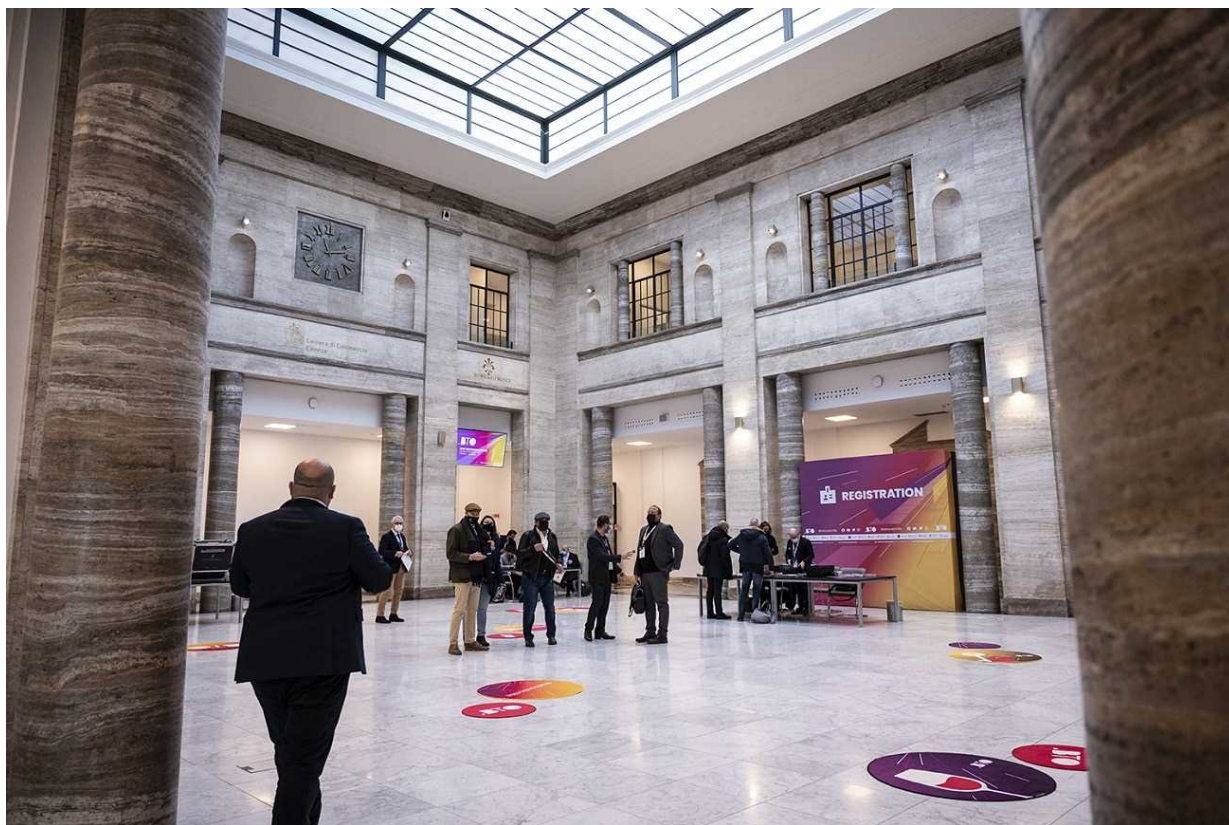
WEB

Francesco Tapinassi

*“In un mondo in cui molti predicano l’innovazione, con **BTO** – dichiara il direttore scientifico **Francesco Tapinassi** – cerchiamo di metterla in pratica ogni anno. Lo abbiamo fatto dal primo giorno, portando gli ologrammi in Palazzo Vecchio, nel Salone dei Cinquecento: grazie alla nostra mission possiamo sperimentare modelli e argomenti nuovi”.*

Innovazione è una delle parole chiave emerse da questa edizione di **BTO** – **Be Travel Onlife**. Accanto a un altro driver sempre più trasversale: la sostenibilità, che oggi guida le scelte dell’83% dei viaggiatori, secondo Google Destination Insights. Una tendenza che ha guadagnato forza in parte grazie alla pandemia tuttora in corso e che sembra destinato a diventare un valore permanente con cui il settore turistico dovrà sempre più confrontarsi. Un altro trend globale che ha profondamente modificato la domanda verso l’Italia è il turismo di prossimità. Anche nel prossimo futuro la ricerca di mete vicine guiderà ancora le nostre scelte.

*“C’è una grande spinta all’innovazione nel settore hotellerie – afferma **Giovanna Manzi**, BWH Hotel Group Italia – e anche la rivisitazione del sistema di assegnazione delle stelle spinge in questa direzione: andiamo verso un innalzamento della qualità degli hotel in Italia”. Anche se si fa sentire l’impatto della variante Omicron. “Registriamo un rallentamento nelle prenotazioni – prosegue Manzi – ma dobbiamo capitalizzare gli ultimi tre mesi positivi e farci trovare pronti per la ripartenza”.*



Bto 2021

L’anno in corso si è scontrato con il **grande problema del recruiting** del personale nel **settore Horeca**, questo ha sollecitato l’**Advisory Board di BTO** ad affrontare nel programma anche il **tema della formazione**, grazie alle testimonianze di **Giancarlo Carniani** HIA – Scuola di alta formazione Alberghiera e **Beppe Giaccardi** Studio Giaccardi & Associati.

VIAGGI /

Turismo, torna BTO 2021: al lavoro per costruire una nuova ospitalità in “un mondo senza attriti”

Dal 24 al 30 novembre in programma 100 eventi e 200 ospiti, esperti e operatori internazionali del settore. Al centro la capacità di adattamento del sistema e le innovazioni

/ Clara D'Acunto
11 NOVEMBRE 2021



travel

Un'edizione che è un augurio, per un “**new frictionless world**”, un mondo senza attriti, che semplifichi i contatti e renda estremamente semplice l'uso degli strumenti digitali e delle piattaforme. È il tema che lega le cinque giornate di **BTO-Be travel onlife**, l'evento leader in Italia sul turismo e la tecnologia che si presenta nella sua edizione numero 13. Dopo la modalità online dello scorso anno, per il 2021 si torna a **Firenze**, in presenza con un novità: alcuni ospiti parteciperanno con il proprio ologramma. L'evento è promosso dalla Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzato da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione Sistema Toscana**.

Si parte il 24 novembre e fino al 30 (per i giorni 24, 25, 26, 29 e 30 novembre) si alterneranno circa 100 appuntamenti con più di 200 speaker tra Palazzo Vecchio, Nana Bianca e Camera di Commercio. Ospiti internazionali e gli operatori più importanti come AccorHotels, Best Western, Ctrip, Booking.com, The Student Hotel e TikTok. Al centro la riflessione sulla capacità di adattamento e sulla nuova ospitalità, sulla competitività del turismo e le sfide dell'innovazione digitale, ma soprattutto sulla costruzione di nuovi modelli di relazioni sociali.

Dalla Toscana arriva un messaggio univoco: “*Noi proviamo a declinare ciò che siamo*”, ha spiegato l'assessore regionale al Turismo, **Leonardo Marras**, nel corso della presentazione a Roma. Con l'obiettivo di “*avvicinare la promessa pubblica della promozione all'esperienza concreta fatta grazie agli operatori. La prospettiva è rendere ancora più forte il partenariato tra pubblico e privato per consolidare quella che alcuni chiamano industria turistica, ma che per esserlo ha bisogno di una grande consapevolezza della rete*”.

Semplificare le esperienze digitali per costruire modelli turistici

“Un modo senza attriti” è il nuovo claim, che si concretizza anche attraverso la semplificazione delle esperienze digitali, come spiega il direttore scientifico di BTO2021, **Francesco Tapinassi**: “*New frictionless non è uno slogan, ma un pensiero: significa rendere facili le*

cose complicate. Tante le novità quest'anno: sono passati 22 mesi dalla scorsa edizione, un'era geologica per ciò che è successo nel mezzo. Il programma è molto vasto, con eventi in presenza e non. Abbiamo ridotto del 70% il costo di ingresso per andare incontro a un settore che ha sofferto. Adesso possiamo cominciare a pensare a un futuro in cui reale e virtuale si mescolano".

Il taglio del nastro è in programma mercoledì 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze con due sessioni di lavoro: "Visione", con ospiti da tutto il mondo e "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro principali temi dell'evento: digital innovation, destination, food & wine, hospitality attraverso le tavole rotonde a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Digital Innovation, il 26 novembre è Destination, il 29 novembre è Food & Wine e il 30 novembre è Hospitality.

*"Il primo strumento utile per tornare a viaggiare è il digitale – spiega **Francesco Palumbo**, direttore di **Fondazione Sistema Toscana** – La Toscana è l'unica regione italiana dotata di una piattaforma digitale in grado di indirizzare i flussi turistici. Siamo protagonisti nel confronto con i big player del turismo".* E i segnali di ripresa per il settore ci sono, soprattutto nelle città d'arte come Firenze che più hanno sofferto. *"Firenze ha subito un calo verticale del turismo a causa della pandemia, ma il 2021 è in ripresa – **Giuseppe Salvini**, Segretario Generale Camera di Commercio – Siamo passati da 16 mln di pernotti del 2019, a 3,3 mln nel 2020, ci attendiamo 6/7 milioni nel 2021 (dato fortemente condizionato dall'andamento della pandemia). Le nostre stime +60% di presenze straniere rispetto al 2020 per la chiusura d'anno per Firenze.*

TOPICS:

BTO

FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA

TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

TURISMO

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



VIAGGI / Redazione

BTO 2021, da TikTok agli open data: le nuove evoluzioni del turismo

Sono quattro i focus al centro dell'evento per indagare sui cambiamenti del settore: strategie digitali, destinazione, ospitalità e food. Ecco il programma completo

VIAGGI / Redazione

Arezzo Città del Natale: tornano i giorni della meraviglia con mercatini e spettacoli di luce

Dal 20 novembre 2021 al 9 gennaio 2022 il centro storico aretino si veste a festa, tante le attrazioni per grandi e piccini nel cuore di una delle città più belle della Toscana



ATTUALITÀ /

Turismo, Toscana sempre più in rete con nuovi servizi web

*Dalla **BTO** la strategia futura: potenziate le azioni di promozione con il coinvolgimento degli uffici di informazione sul territorio*

 **/ Redazione**
27 NOVEMBRE 2021



© RossHelen - Shutterstock

La parola d'ordine è: **tutti in rete**. La Toscana spinge sulle potenzialità offerte dalle tecnologie più recenti e sullo spirito di squadra. *“Per rendere sempre migliore l'esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi”* è l'analisi dell'assessore al turismo, **Leonardo Marras**.

Tutti in rete dunque per offrire più velocemente **informazioni ai potenziali turisti** o a chi in Toscana abita ed è in cerca di **esperienze da vivere**. Tutti in rete per **promuoversi meglio** e magari anche per misurare, quasi in tempo reale (e più velocemente comunque di quanto si possa fare oggi), **i flussi dei visitatori** e gli effetti delle **azioni di promozione**, per definire **nuove strategie** o confrontarsi sulle iniziative messe in atto e scambiarsi buone idee.



Toscana, destinazione ideale per gli amanti del vino e dell'enoturismo – © Elena Rudakova

Per ottenere **performance migliori** e intercettare i bisogni crescenti dell'utenza sia a livello di turisti che di operatori, la Toscana si appresta a ridefinire il proprio **ecosistema digitale turistico**: ovvero la piattaforma che dispensa informazioni per **programmare un viaggio**, dal sito ufficiale www.visittuscany.com ai **database**, in rete anche loro, in grado di alimentare altri luoghi del web fino alle **applicazioni**, per **inserire dati e contenuti**, rivolte agli operatori, ma anche ai Comuni.

Una rete di servizi e informazioni che si apre, è questa la novità del nuovo progetto, anche agli **uffici di informazione ed accoglienza turistica** sparsi per tutta la regione. Una **piccola rivoluzione**, nell'era dell'iperconnessione, per offrire migliori servizi ai potenziali visitatori e per ragionare in tempo reale sull'evoluzione e la risposta da parte del mercato turistico.

Sono stati questi alcuni dei temi al centro della **terza giornata della Bto2021**, che da tredici anni da Firenze volge lo sguardo all'innovazione, in tutte le sue varie forme, applicata al turismo e che sa **anticipare trend** prima ancora che nuove mode si affermino. Un evento promosso da Regione e Camera di commercio.

*“Per rendere sempre migliore l'esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi è indispensabile potenziare costantemente i propri strumenti, a partire da quelli digitali – spiega l'assessore **Marras** – in modo da offrire interfacce semplici ed efficaci, proposte mirate, spazi in cui operatori e amministrazioni possono interagire integrando l'uno le attività dell'altro”.*

La progettazione della **nuova architettura** sarà ultimata entro marzo 2022, quando si inizieranno anche a formare gli operatori. Il primo rilascio della nuova piattaforma è previsto per novembre del prossimo anno, con il collaudo da ultimare entro febbraio 2023.

Il punto sulla promozione turistica

Nel corso della terza giornata del **Bto**, che ha visto nel pomeriggio il confronto pure, quanto ad **ecosistemi digitali**, con Puglia, Trentino Alto Adige e Veneto, sono state riepilogate pure le

azioni di promozione in atto e quelle che ci saranno.

Per il 2022 è stata ad esempio programmata la promozione di **55 prodotti turistici prioritari**, che coinvolgono 1663 operatori. Ma il piano 2022, costantemente aggiornato e misurato online, conta un parco ancora più ampio, addirittura di **334 progetti**, che interessano **581 'attrattori'**, ovvero spunti ed occasioni per spostarsi e visitare un luogo, e **108 centri storici** dei ventotto ambiti in cui si suddivide la regione.

La campagna di promozione è partita a maggio scorso con tre focus: **Firenze, il mare e il ritorno ai borghi e ai sapori autentici**: mercati di riferimento Italia, Francia, Germania, Olanda e Svizzera. E' proseguita quindi a giugno – ancora **mare e vacanze nella natura**: Italia, Francia, Germania, Regno Unito e Svizzera – mentre ad ottobre la promozione ha interessato più da vicino **le città d'arte e il turismo termale**, con un occhio attento di nuovo ai turisti italiani, francesi, tedeschi e del Regno Unito.



Leonardo Marras, BTO 2021

*“La costruzione delle politiche sul turismo non può che passare dalla condivisione delle scelte con i territori – afferma **l'assessore Marras** – Per questo, la costruzione del nuovo ecosistema digitale della Toscana è un obiettivo molto importante e che stiamo per raggiungere: mettiamo a sistema il lavoro degli ultimi anni e guardiamo al futuro, tutti insieme”.*

*“Costruire un ecosistema digitale – sottolinea **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico Bto 2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica – significa facilitare la collaborazione tra i soggetti della governance pubblica e privata, una vera sfida di competitività per tutta l'offerta regionale”.*

*“La Toscana ha messo in atto una decisa spinta verso la promozione digitale e la digitalizzazione dell'ecosistema delle policy di settore” continua il direttore di Fondazione Sistema Toscana, **Francesco Palumbo**. La Fondazione, che assieme a **Toscana Promozione Turistica** e **PromoFirenze** si occupa dell'organizzazione della Bto, gestisce il sito ufficiale della destinazione Toscana www.visittuscany.com.*

*“I risultati lusinghieri di questa accelerazione sul fronte delle digitalizzazione – conclude **Palumbo** – sono stati fotografati dalla ricerca Demoskopika, che vede la Toscana al secondo posto nella classifica sulla reputazione turistica delle Regioni italiane”.*

FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA

FRANCESCO PALUMBO

LEONARDO MARRAS

TOPICS:

TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

TURISMO DIGITALE

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



ATTUALITÀ / Redazione

Mita, premiata l'Academy che forgia i nuovi tecnici della moda

L'Its di Scandicci si conferma ai vertici del monitoraggio Indire 2021 nel corso di Job Orienta a Verona Fiere

ATTUALITÀ / Raffaella Galamini

Il linguaggio d'odio e la discriminazione di genere colpiscono soprattutto le donne

Il convegno "Parole violente" organizzato da Corecom della Toscana anticipa il tema dell'hate speech al centro della prossima Festa della Toscana



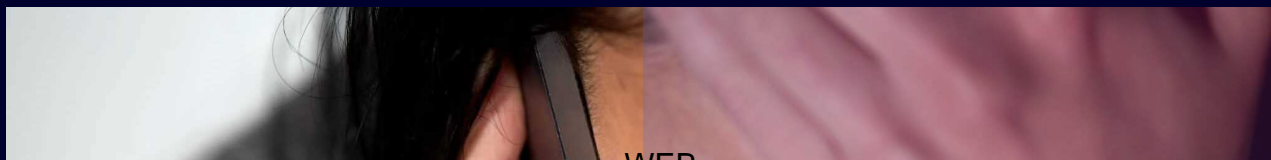
ATTUALITÀ / Redazione

Scuola: a Campi Bisenzio nascerà un nuovo polo per 900 alunni

Il complesso sarà costruito nell'area posta in via del Giglio a Campi Bisenzio e sarà dotato di laboratori tecnologicamente avanzati, specializzati in particolare per il settore della meccanica

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

intoscana /TV



WEB

276



ATTUALITÀ

Sei vittima di violenze? Chiama il 1522: la Regione rilancia la campagna di sensibilizzazione



ATTUALITÀ

La Regione Toscana ha presentato il 13° Rapporto sulla violenza di genere

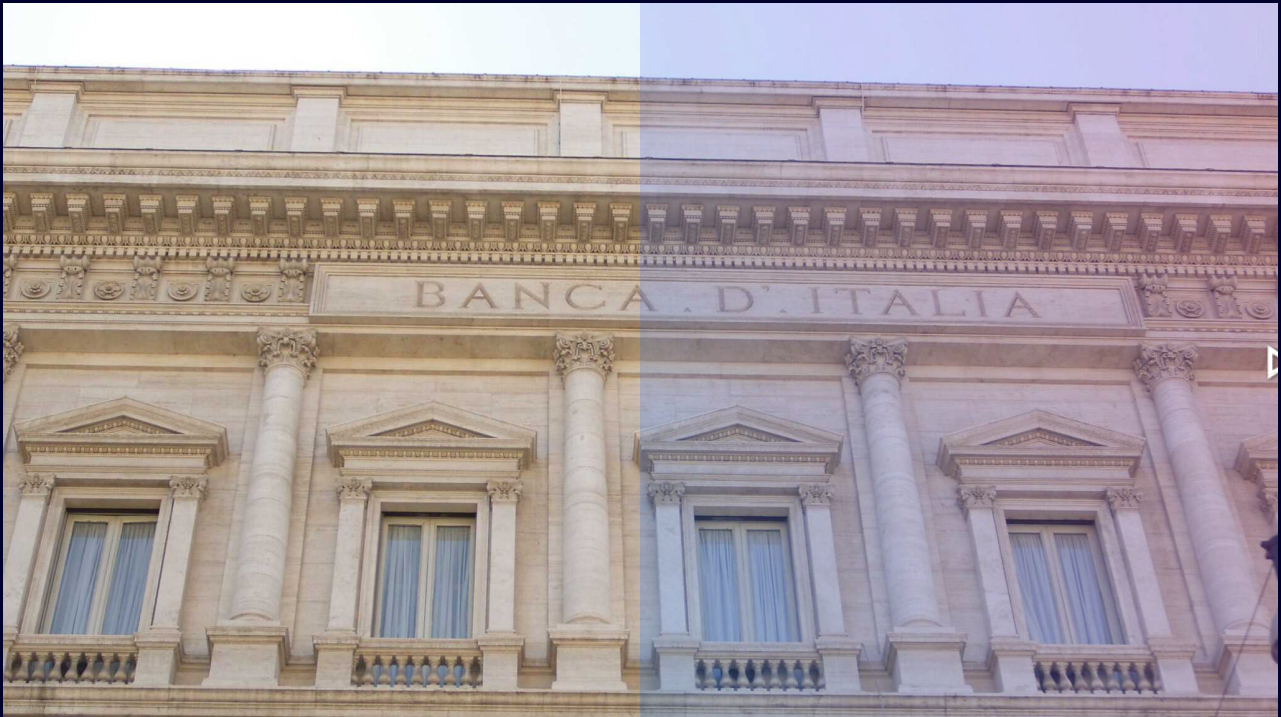


WEB



ATTUALITÀ

Pnrr, Giani ai parlamentari toscani: "Gioco di squadra per ottenere più risorse e progetti possibili"



ATTUALITÀ

L'export guida la ripresa economica della Toscana. Il rapporto di Bankitalia: "Cresce la fiducia nel futuro"



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

ATTUALITÀ

Qual è la scuola giusta per me? La Regione con gli studenti. Nardini: "Diamo gli strumenti per decidere"



ATTUALITÀ

Mobilità ciclabile, dalla Regione risorse per i Comuni di Pisa, Subbiano e Calcinaia

I PIÙ POPOLARI SU INTOSCANA



SALUTE / Chiara Bianchini

Tutto quello che dobbiamo sapere sul Green Pass

WEB



ATTUALITÀ / *Redazione*

Afghanistan: 200 collaboratori di pace in quarantena in Toscana. Giani: “Pronti ad accoglierli, faremo la nostra parte”



CULTURA / *Redazione*

Su il sipario al Teatro di Pietrasanta per la nuova stagione

↓
UP NEXT

WEB

ATTUALITÀ / Raffaella Galamini

Il linguaggio d'odio e la discriminazione di genere colpiscono soprattutto le donne



Il convegno "Parole violente" organizzato da Corecom della Toscana anticipa il tema dell'hate speech al centro della prossima Festa della Toscana

CONTINUA LA LETTURA

intoscana

AMBIENTE / CULTURA / ENOGASTRONOMIA / INNOVAZIONE / MADE IN TOSCANA / MUSICA / SALUTE / STORIE / VIAGGI / TV /

Seguici su:    

VIAGGI /

Turismo, tra voli spaziali e ologrammi, “vincono” le mete nazionali: i dati presentati a BTO

Si è aperta a Firenze la manifestazione dedicata alle tendenze del travel. Accanto alle nuove esperienze offerte dalla tecnologia, riprende la richiesta di turismo soprattutto domestico: Firenze tra le mete più cercate su Google



/ Giulia Rafanelli
24 NOVEMBRE 2021



San Miniato, Firenze - © Alessandro Cristiano

Si è aperta nel salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio la tredicesima edizione di BTO – Be travel Onlife, la manifestazione organizzata da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze insieme a Toscana Promozione Turistica, Promo Firenze e Fondazione Sistema Toscana, dedicata al travel 2.0 per cinque giorni con vari focus dedicati, **racconterà e anticiperà le tendenze del turismo del futuro**. Un futuro che, complice la pandemia da Covid-19, ha fatto in due anni un enorme balzo in avanti.

Oggi siamo più formati sul digitale, oggi volendo le esperienze sono più forti, più immersive. **Oggi tutto è possibile**. È possibile, ad esempio, che ci sia un consierge umanoide ad accoglierci nella hall dell'hotel, è possibile acquistare un biglietto andata e ritorno per lo spazio: Virgin Galactic, compagnia creata dal magnate Richard Branson (proprietario della Virgin) che offre pacchetti per voli spaziali suborbitali, ha venduto 100 biglietti con destinazione spazio alla modica cifra di 450 mila dollari l'uno. Ed è possibile che **l'ologramma di Roberta Garibaldi, presidente di Enit (ente nazionale del turismo), apra la prima giornata di BTO** dando dimostrazione di come potrebbe essere fare un'esperienza di viaggio senza uscire da casa.

Gli ologrammi, infatti, rappresentano una delle nuove modalità per viaggiare, sfruttata soprattutto a livello di turismo congressuale.

Nuovo interesse per le mete nazionali

Tuttavia anche se ormai siamo abituati alle call, alle conferenze da remoto e a scegliere le destinazioni del nostro prossimo viaggio comodamente seduti alla scrivania di casa, **la domanda travel sta vivendo una buona ripresa e si sta riavvicinando ai valori del 2019**. Globalmente, stando a quanto emerge dai dati **Destination Insights di Google** le ricerche travel nell'estate del 2021 hanno toccato quasi gli stessi livelli misurati nel 2019. Si cercando

meno destinazioni internazionali e si guarda più a casa nostra, riscoprendo angoli nascosti e i tesori conservati nelle città d'arte: **Roma, Milano e Catania risultano le tre città a livello domestico in Italia con la più grande crescita di interesse di ricerca** nel periodo di aprile-luglio 2021. **Firenze** invece risulta tra le mete più googlate dagli italiani, soprattutto dai toscani, nel periodo ottobre-novembre 2021.

Il settore business

Anche il turismo per lavoro, che diventa sempre più anche occasione di svago e scoperta, visto i ritmi sempre più frenetici e il tempo libero sempre più ridotto, mostra segnali di ripresa post crisi: secondo una ricerca effettuata da Sociometrica appositamente per **BTO**, su un campione di 2.500 imprese, rappresentativo delle aziende italiane sia per dimensione e distribuzione geografica, sia per settore di attività, oltre il 63% non ha intenzione di tagliare le spese per i viaggi di lavoro e oltre il 72% intende lasciare invariato il totale dei viaggi di lavoro rispetto al periodo pre-Covid, mentre più della metà degli intervistati ritiene insostituibili le riunioni in presenza. Più nello specifico alla domanda: **“Le call online possano sostituire le occasioni reali di discussione?”** Il 6,3% ha risposto “sì, sempre”, il 35% “sì. in molti casi”, il 44% “solo in alcuni casi” e il 14,7% “no, in nessun caso”.

TOPICS:

BTO

DIGITALE

FIRENZE

TECNOLOGIA

TURISMO

VIAGGIARE

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



VIAGGI / Redazione

Nuovi itinerari nei castelli e nelle dimore storiche della Toscana

Sono 33 le dimore storiche della Toscana che hanno aderito al progetto per la creazione e la promozione di nuovi percorsi turistici. Un numero che è in costante crescita

VIAGGI / Redazione

Cortona Christmas 2021 al via tra mercatini, neviccate, artisti di strada e spettacoli

La Città degli Angeli punta ad allungare la stagione turistica con un calendario di 40 giorni ricco di iniziative e divertimento



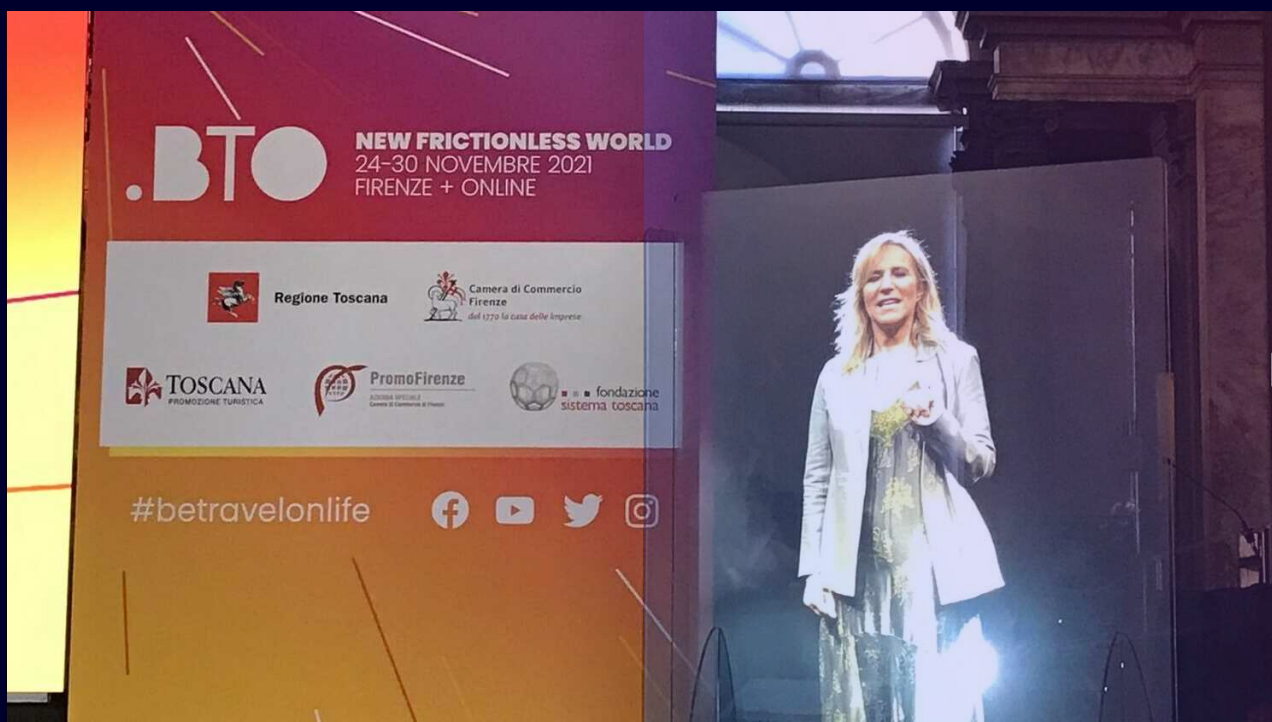
VIAGGI / Redazione

BTO 2021 sta per cominciare, tra ologrammi e nuove visioni di futuro

WEB

È iniziato il conto alla rovescia. A Firenze, per 5 giorni dal 24 novembre, presenti i big players del turismo. Più di 100 appuntamenti e oltre 200 relatori (tra cui il ministro Massimo Garavaglia) per la 13esima edizione della Be Travel Onlife

intoscana /TV



VIAGGI

BTO al via tra ologrammi e nuove tendenze: è il turismo post pandemia



VIAGGI

Le tendenze del travel 2.0 si presentano a Firenze, taglio del nastro per **BTO** 2021



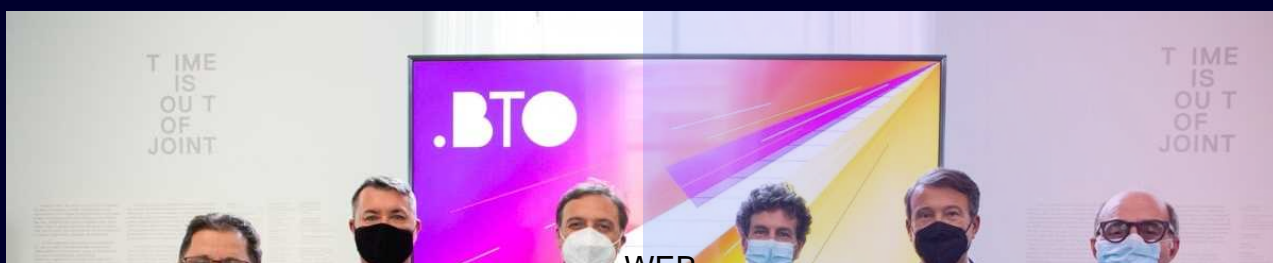
VIAGGI

BTO, al via la 13esima edizione. Quali prospettive per il turismo post Covid?



VIAGGI

Lunigiana e Garfagnana: terre di confine dalla natura incontaminata



WEB



VIAGGI

BTO: il futuro del turismo si scrive a Firenze



VIAGGI

BTO 2021-Be Travel Onlife, il teaser dell'evento

I PIÙ POPOLARI SU INTOSCANA



ATTUALITÀ / *Redazione*

Terze dosi, open day e richiami. In Toscana avanti tutta sui vaccini



SALUTE / *Chiara Bianchini*

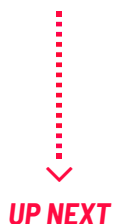
Tutto quello che dobbiamo sapere sul Green Pass



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

STORIE / *Benedetto Ferrara*

Borja-Lebowski, quando il calcio si riscopre romantico



VIAGGI / *Redazione*

Nuovi itinerari nei castelli e nelle dimore storiche della Toscana



Sono 33 le dimore storiche della Toscana che hanno aderito al progetto per la creazione e la promozione di nuovi percorsi turistici. Un numero che è in costante crescita

CONTINUA LA LETTURA

intoscana

AMBIENTE / CULTURA / ENOGASTRONOMIA / INNOVAZIONE / MADE IN TOSCANA / MUSICA / SALUTE / STORIE / VIAGGI / TV //

Seguici su:    
WEB

[Note legali](#) / [Privacy](#) / [Redazione](#) / [Codice etico](#) / [Crediti](#) / [Copyright](#) / [Chi siamo](#) / [Contatti](#)



fondazione
sistema toscana



Regione Toscana

VIAGGI /

Turismo: borghi, comuni e regioni d'Italia alla prova del post-Covid nella 3a giornata di BTO

Comunità locali, sviluppo sostenibile, gamification, smart-living ed ecosistemi digitali in grado di creare nuove connessioni e nuovi modi di viaggiare e di vivere i territori: la terza giornata di BTO – Be Travel Onlife è dedicata alle destinazioni del presente e del futuro

/ **Redazione**
25 NOVEMBRE 2021



BTO

Comunità locali in grado di diventare di per sé meta di viaggio, **sviluppo sostenibile**, **gamification** e **operazioni di smart-living** per accogliere i nuovi nomadi digitali in località poco popolate e fino a poco tempo fa poco appetibili da parte dei giovani.

Ma anche ecosistemi digitali promossi dalla pubblica amministrazione per creare nuove connessioni e nuovi modi di viaggiare e di vivere i territori: **borghi, comuni e regioni d'Italia e del mondo** sono al centro della terza giornata di BTO – Be Travel Onlife, domani, **venerdì 26 novembre**, nella sede di Nana Bianca in piazza del Cestello a Firenze.

Tra i protagonisti del **Destination Day**, tanti rappresentanti delle Istituzioni, pronti a discutere strategie innovative per il turismo di domani. Interverranno durante la mattinata, tra gli altri, **Enrica Lemmi**, Accademia del Turismo – Fondazione Campus di Lucca, **Susanna Mensitieri**, Master Turismo e Territorio – Luiss, **Massimiliano Vavassori**, Relazioni istituzionali e Centri Studi, Touring Club Italiano, sul tema della “Formazione delle **comunità locali** come elemento chiave per lo sviluppo sostenibile delle destinazioni”.

Cecilia Del Re, Assessore all'innovazione digitale del Comune di Firenze, discuterà di “Destinazioni sostenibili: dal co-design agli strumenti digitali per la promozione e lo **sviluppo sostenibile** del territorio” con altri amministratori locali italiani e non. **Mirko Lalli**, fondatore di The Data Appeal Company, interverrà sulla cultura del dato per far crescere le destinazioni. A seguire **Ottavia Ricci**, consigliera del Ministro della Cultura Dario Franceschini entrerà nel merito dei **borghi** italiani rivalutati in parte come conseguenza della pandemia sia in chiave di destinazione turistica che come luoghi dove vivere e lavorare in modalità smart.





Nel pomeriggio dalle ore 14 attesi gli interventi dei rappresentanti **UNESCO Matteo Rosati** (Culture unit- Regional Bureau for Science and Culture in Europe) e **Peter Debrine** (Senior Consultant and Sustainable Tourism Expert) in merito alla ripartenza del turismo nei siti patrimonio mondiale dell'umanità ai tempi della pandemia, tra criticità e soluzioni; **Fabio Viola**, considerato uno dei più influenti gamification designer al mondo, docente universitario, autore di saggi e fondatore di TuoMuseo, collettivo di artisti specializzato in operazioni di valorizzazione del patrimonio culturale attraverso tecnologie interattive; **Carlotta Ferrari**, direttrice Destination Florence CVB.

Alle ore 17 appuntamento con **Smart Tuscany, l'ecosistema digitale della Toscana alla prova del cambiamento**: dopo una campagna internazionale sviluppata e lanciata in rete alla riapertura dei mercati, la governance regionale presenta il progetto evolutivo dei suoi strumenti digitali a servizio degli operatori e della promozione delle destinazioni. Intervengono: **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico **BTO** 2021, **Francesco Palumbo**, Direttore **Fondazione Sistema Toscana**, **Leonardo Marras**, assessore al Turismo Regione Toscana.

A seguire, alle 17.50, un confronto tra Regioni italiane sarà il focus dell'incontro **"Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane"** a cui parteciperanno **Bianca Bronzino** Head of Digital systems, Pugliapromozione / WeAreinPuglia, **Sabrina Pesarini** – Head of CRM & Digital Marketing, Trentino Marketing / VisitTrentino, **Stefan Marchioro** – Progetti territoriali e governance del turismo, Regione del Veneto e **Costanza Giovannini** – Head of Communications, **Fondazione Sistema Toscana** / Visit Tuscany.

BTO – Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e innovazione con un programma ibrido tra incontri in presenza e online, 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**. La **13/a edizione** proseguirà la prossima settimana nella sede della Camera di Commercio, con le ultime due giornate a tema, dedicate a Food & Wine Tourism (29 novembre) e Hospitality (30 novembre).

TOPICS:

BTO

TURISMO

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



VIAGGI / Giulia Rafanelli

Turismo, tra voli spaziali e ologrammi, "vincono" le mete nazionali: i dati presentati a BTO

Si è aperta a Firenze la manifestazione dedicata alle tendenze del travel. Accanto alle nuove esperienze offerte dalla tecnologia, riprende la richiesta di turismo soprattutto domestico: Firenze tra le mete più cercate su Google

VIAGGI / Redazione

Nuovi itinerari nei castelli e nelle dimore storiche della Toscana

Sono 33 le dimore storiche della Toscana che hanno aderito al progetto per la creazione e la promozione di nuovi percorsi turistici. Un numero che è in costante crescita



VIAGGI / Redazione

Cortona Christmas 2021 al via tra mercatini, nevicate, artisti di strada e spettacoli

La Città degli Angeli punta ad allungare la stagione turistica con un calendario di 40 giorni ricco di iniziative e divertimento



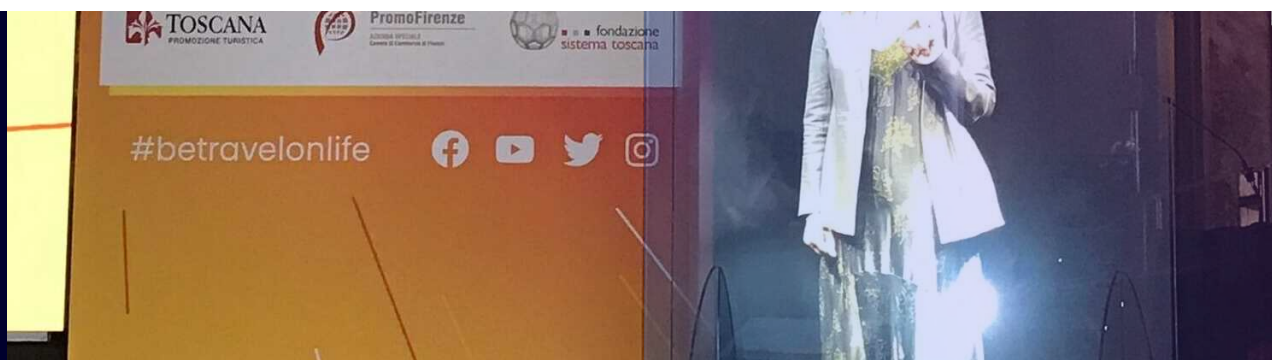
8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

intoscana /TV



WEB

292



VIAGGI

BTO al via tra ologrammi e nuove tendenze: è il turismo post pandemia



VIAGGI

Le tendenze del travel 2.0 si presentano a Firenze, taglio del nastro per BTO 2021



WEB

VIAGGI

BTO, al via la 13esima edizione. Quali prospettive per il turismo post Covid?



VIAGGI

Lunigiana e Garfagnana: terre di confine dalla natura incontaminata



VIAGGI

BTO: il futuro del turismo si scrive a Firenze



NEW FRICTIONLESS WORLD #BETRAVELONLIFE
24-30 NOVEMBRE 2021 • FIRENZE + ONLINE

VIAGGI

BTO 2021-Be Travel Onlife, il teaser dell'evento

I PIÙ POPOLARI SU INTOSCANA



ATTUALITÀ / Redazione

Raid alla Cgil di Piombino, la condanna di Giani e Nardini



WEB



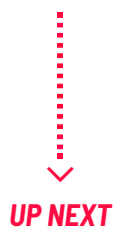
AMBIENTE / *Redazione*

A San Rossore il viale dei legami, alberi con dedica



ENOGASTRONOMIA / *Redazione*

Italian Cheese Awards, la Castana di De' Magi è il formaggio dell'anno



VIAGGI / *Giulia Rafanelli*

**Turismo, tra voli spaziali e
ologrammi, "vincono" le
mete nazionali: i dati
presentati a BTO**
WEB



Si è aperta a Firenze la manifestazione dedicata alle tendenze del travel. Accanto alle nuove esperienze offerte dalla tecnologia, riprende la richiesta di turismo soprattutto domestico: Firenze tra le mete più cercate su Google

CONTINUA LA LETTURA

intoscana

AMBIENTE / CULTURA / ENOGASTRONOMIA / INNOVAZIONE / MADE IN TOSCANA / MUSICA / SALUTE / STORIE / VIAGGI / TV //

Seguici su:    

Italia a Tavola

Quotidiano di enogastronomia, turismo, ristorazione e accoglienza
Martedì 23 Novembre 2021 | aggiornato alle 07:14 | 79695 articoli in archivio

CHECK-IN

APP DOWNLOAD  



#NONTOCATEMILAPADELLA 

iKitchen.

La cucina del futuro è già qui.
Per info: rational-online.com



RATIONAL



APPROFONDIMENTI

HOME » EVENTI » MANIFESTAZIONI

Tecnologia e digitale, una spinta in più per la crescita del turismo enogastronomico

A Firenze, il 29 novembre, in occasione della 13° edizione di **Bto**, la manifestazione legata a innovazione e turismo, si parlerà della triade viaggi-cibo-vino. Fenomeno che ha già conquistato 3 italiani su 4

22 novembre 2021 | 17:12

Per tre italiani su quattro, cibo e vino sono determinanti nella scelta della meta del viaggio. Parte da questo dato l'approfondimento sul turismo enogastronomico in calendario il 29 novembre nell'ambito di **Bto**, manifestazione sul mondo del turismo e dell'innovazione (nei giorni del 24, 25, 26, 29 e 30 novembre) arrivata alla sua 13° edizione. Location: il Salone dei 500 di Palazzo Vecchio a Firenze.



Per 3 italiani su 4, cibo e vino sono determinanti nella scelta del viaggio

Dai grandi player del digitale alla mete e i prodotti di eccellenza

L'incontro, fruibile sia in presenza che da remoto, è composito da diversi momenti. La sessione curata da Roberta Milano, coordinatrice di **Bto**, metterà a uno stesso tavolo i grandi player della comunicazione digitale: Google, con Fabio Galetto, business leader travel; Facebook-Instagram, con Danilo Campisi, head of travel per l'Italia; TikTok, con Giuliano Cini, brand lead Italia. La sostenibilità, diventata un tema trasversale, è al centro di una ricerca Ipsos, che aggrega dati internazionali e nazionali riletti in chiave turistica, in esclusiva per **Bto**. Gabriele Colasanto di Mondadori Media si concentrerà invece sul boom digitale nel mondo food.

WEB

Con Sky Business
tutto il calcio che vuoi
in un'unica offerta

sky business



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Spazio poi anche ai **prodotti e alle mete d'eccellenza**. Tra queste: il **Consorzio del Parmigiano Reggiano** che ha recentemente prodotto un mediometraggio modificando linguaggi, contenuti, format e pianificazioni tradizionali; la **pizza** come destinazione e il peso del riconoscimento **Unesco**; storici e nuovi interpreti dell'enoturismo quali **Merano Wine Festival**, **Prosecco Docg**, **BuyWine** e il **Tempio del Brunello**; grandi eventi della ristorazione come **The World's 50 Best Restaurants** e le **Guide Michelin**, con evidenti ricadute sul turismo.



Una particolare riflessione sarà dedicata alla **tracciabilità** dei prodotti alimentari e alle soluzioni tech in grado di creare un legame univoco con il territorio e combattere l'Italian sounding. Tra i panel tecnici, spazio a food delivery, branding dei ristoranti, compresi quelli interni agli hotel. **Si affronterà anche il tema del momento: la carenza di personale per hotel e ristoranti.**

Agli approfondimenti tematici si alterneranno spazi di visione come l'ampia intervista al direttore creativo del Padiglione Italia a Expo Dubai, **Davide Rampello**, e alla filosofa Maura Gancitano, per capire come mantenere la nostra centralità di persone nella "società della performance" digitale. E cosa potrebbe esserci di più digitale se non la prima **experience culinaria certificata Nft**, acronimo per non-fungible token? Ne parlerà Rosario Scarpato, founder and director di Iwbc - Italian wine crypto bank.



Quattro giorni di appuntamenti a Firenze nell'ambito di **Bto**: 24,25,26,29 e 30 novembre

Tanti ospiti con cui parlare di turismo enogastronomico

Tra i tanti ospiti della giornata il vicepresidente per il patrimonio immateriale **Unesco**, **Pier Luigi Petrillo**, i cuochi **Cesare Battisti** e **Riccardo Orfino**, il fondatore delle gelaterie Carapina **Simone Bonini**, Lapo Ciani direttore comunicazione & eventi di Pitti Immagine, insieme ai giornalisti Luciano Pignataro, Anna Prandoni e Massimiliano Tonelli. Tra le aziende che si occupano di tecnologia e ricerca interverranno **Motion Analytica**, **Vodafone**, **Var Group**, **GS1 Italy**, **Data Appeal**. Tra le startup del food non mancheranno **Restworld** e

Soplaya. Infine tra le destinazioni in grado di raccontare le strategie della governance per il turismo enogastronomico: VisitFlander, VisitMonaco, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Puglia, Visit Langhe Monferrato e Roero e Parma, insieme alla Toscana.

© Riproduzione riservata

HOME » EVENTI » MANIFESTAZIONI

» Tecnologia e digitale, una spinta in più per la crescita del turismo enogastronomico - Italia a Tavola

[EVENTI](#) [MANIFESTAZIONI](#) [BTO](#) [TURISMO](#) [ENOGASTRONOMIA](#) [CIBO](#) [VINO](#) [VACANZE](#) [VIAGGI](#) [DIGITALE](#)
[TECNOLOGIA](#) [COMUNICAZIONE](#) [CESARE BATTISTI](#) [RICCARDO ORFINO](#) [SIMONE BONINI](#) [PIER LUIGI PETRILLO](#)

SCRIVI UN COMMENTO

• [Gioca gratis a Check-in Gioca e... Parti](#)

• [Abbonati alla rivista cartacea Italia a Tavola](#)

• [Iscriviti alle newsletter quotidiane su WhatsApp](#)

• [Ricevi le principali news del giorno su Telegram](#)

"Italia a Tavola è da sempre in prima linea per garantire un'informazione libera e aggiornamenti puntuali sul mondo dell'enogastronomia e del turismo, promuovendo la conoscenza di tutti i suoi protagonisti attraverso l'utilizzo dei diversi media disponibili"

Alberto Lupini

Edizioni Contatto Srl | via Piatti 51 24030 Mozzo (BG) | P.IVA 02990040160 | [Mail & Credits](#) - [Sitemap](#) - [Policy](#) - [PARTNER](#) - [EURO-TOQUES](#) | Reg. Tribunale di Bergamo n. 8 del 25/02/2009 - Roc n. 10548
Italia a Tavola è il principale quotidiano online rivolto al mondo Food Service, Horeca, GDO, F&B Manager, pizzerie, pasticcerie, bar, turismo, benessere e salute. www.italiaatavola.net è strettamente integrato con tutti i mezzi del network: il magazine mensile cartaceo e digitale Italia a Tavola, le newsletter quotidiane su Whatsapp e Telegram, le newsletter settimanali del lunedì e del sabato rivolte a professionisti ed appassionati, i canali video, il tg pomeridiano (lat Live news) e la presenza sui principali social (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Flipboard, Pinterest, Telegram e Twitch). ©®

Link: <https://www.italiaoggi.it/news/turismo-fiorenze-si-trasforma-nella-capitale-del-travel-onlife-202111171953015156>

Italia Oggi

MILANO FINANZA

ME fashion

Class

Class

Class

news, articoli, rubriche

Cerca

Registrati

Login

ABBONATI ORA

Home

News

Banche Dati

Politica

Marketing

Fisco

Lavoro

EntiLocali

Scuola

Agricoltura

Appalti

Guide

Edicola

My IO

Politica

Attualità estero

Marketing

Economia

Diritto e Fisco

Diritto e Sport

Fisco

Giustizia

PA

Lavoro

Professioni

Ordini e Associazioni

Scuola

Agricoltura

Contabilità

Europa

NEWS TUTTE LE NEWS INDIETRO

17/11/2021 19:45

ECONOMIA E FINANZA

Turismo, Firenze si trasforma nella capitale del travel onlife

Dal 24 al 30 novembre si svolgerà, in presenza e online, la Bto Week, manifestazione sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa 13a edizione ha scelto il tema il concetto di onlife, ovvero la continua interazione tra la realtà materiale e analogica e la realtà virtuale e interattiva. Quattro i temi principali: innovazione digitale, destinazioni, cibo & vino, ospitalità



0 VOTI

Turismo sempre più 4.0. Torna a Firenze, in presenza e online, Bto, manifestazione sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per la sua 13/a edizione ha scelto un payoff tutto nuovo - 'Be Travel Onlife' - che continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento ancora più attuale in tempi di post pandemia. Cinque le giornate di Bto 2021, dal 24 al 30 novembre: un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore mentre altri interverranno in collegamento o si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma. A fare da filo rosso agli oltre 100 appuntamenti della manifestazione - promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana - 'New

Frictionless World', letteralmente "un nuovo mondo senza attrito", che è anche un augurio per il futuro, "partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19", come spiega il direttore scientifico di Bto 2021, Francesco Tapinassi.

Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online: nel dettaglio il 25 novembre è Digital innovation, il 26 Destination, dove si parlerà anche di smart working, il 29 novembre Food & Wine - il turismo enogastronomico è in crescita e la presenza di esperienze legate all'enogastronomia risulta importante per il 71% delle persone quando scelgono la meta di viaggio -, e il 30 è Hospitality, con protagonista la gentilezza ma si parlerà anche di ripartenza post covid e di come trovare personale adeguato.

Nella giornata di apertura in Palazzo Vecchio, ad intervenire per la prima volta in Italia, Maud Bailly, CEO per il Sud Europa di AccorHotels che delineerà la sua visione per un'hotellerie sempre più smart e digitale. Insieme a lei Harriet Green, Global Business Leader ed ex CEO di Thomas Cook, che illustrerà la sua visione sul futuro del travel e su come superare le barriere, soprattutto mentali, che non favoriscono l'innovazione. L'edizione ibrida di BTO consentirà poi di parlare con i principali esponenti delle OTA e dell'advertising online. Da Jane Sun, AD di Ctrip.com Limited, che porterà i suoi saluti a Firenze in video, ad Ashley Dudarenok, principale esperta di marketing e strumenti digitali nel mercato cinese, che interverrà in collegamento sulle innovazioni nel turismo in Cina. Sempre in tema di web marketing, una delle voci più autorevoli, Aleyda Solis, darà i suoi consigli ai siti di destinazione, per non perdere appeal, traffico e potenziali clienti nei motori di ricerca. Per il tema "Destination" avremo la presenza del collettivo artistico teamLab, l'avanguardia globale delle esperienze artistiche digitali e immersive legate alla cultura. TeamLab è composto da vari specialisti come artisti, programmatori, ingegneri, animatori CG, matematici e architetti la cui pratica collaborativa si trova all'intersezione tra arte, scienza, tecnologia, design e mondo naturale. Sono i creatori di opere d'arte immersive per raggiungere un nuovo pubblico e costruire nuove destinazioni turistiche. Non mancheranno poi Miguel Neves, Editor in Chief di Event MB, brand di Skift, una delle fonti di travel intelligence più autorevoli al mondo e Manuel Alejandro Cardenete, viceministro del turismo di Andalusia e presidente di NECSTour. A completare il quadro degli ospiti del topic "destination" Valentina Superti, direttrice della DG Grow Tourism and Proximity, Digitalization della Commissione Europea, Roberta Garibaldi, AD di ENIT e Gabriele

Le News piu' commentate

1. La rivincita delle metropoli contro i piccoli centri 15/11/2021
2. La protesta dei commercialisti 08/11/2021
3. Raffica di migranti in Europa 09/11/2021
4. C' 05/11/2021
5. Ddl Zan, Casellati concede il voto segreto. senato approva la "tagliola" 27/10/2021

Burgio, AD di Alpitour. Confermano la loro presenza nel filone "hospitality" Giovanna Manzi, CEO di Best Western Italia, Oliver Winter, CEO e fondatore di A&O Hostels, Charlie McGregor, fondatore di The Student Hotel. Ragioneranno sulle innovazioni per un mondo frictionless e racconteranno le sensibilità emergenti delle nuove generazioni in viaggio. Rispetto alle tematiche "food & wine" sul palco lo chef Herbert Hintner, testimonial del progetto di valorizzazione della ristorazione italiana all'estero e Stefano Mosca, direttore della Fiera internazionale del Tartufo Bianco d'Alba che parlerà di sostenibilità partendo dalla ristorazione e dai prodotti agroalimentari.

La giornata del 25 novembre si snoda su due direttrici. La prima è quella del mercato, si indagherà cioè su quali sono le nuove esigenze dalla distribuzione OTA con Alberto Yates Regional Manager di Booking.com, della mobilità con Renzo Iorio, CEO di Nugo SPA, passando per tour ed esperienze virtuali vs reali con Marta Barberini, Senior Marketing Account Manager di GetYourGuide e la gamification delle grandi città con Alex Govoreanu, CEO di questoapp.com. Il secondo filone è quello della strategia digitale per approfondire gli strumenti pubblicitari per le imprese del travel e metterli a sistema. Da non perdere il doppio incontro su Google e Facebook/Instagram advertising a cura dell'agenzia Twow e Adrias Online, con il coordinamento di Luca Bove, per guidare al meglio gli investimenti pubblicitari in questa ripresa. Torna il momento di approfondimento sul video advertising, alla ricerca del 'viral factor' che rende un contenuto vincente, assieme a Francesco Sommariva, Head of Growth Accounts, TikTok Italy e la video blogger Francesca Ruvoli (nota come "wildflowermood") con Elena Farinelli, moderatrice dello slot. Si parlerà anche di piattaforme vocali, dal podcasting a Clubhouse, a cura di Roberta Milano con Patrizia Pellegrini di Bumboo. La design experience "onlife" per evitare le consuete frizioni tra online ed esperienza di soggiorno reale, verrà affrontata nell'incontro a cura di Antonio Maresca, Luca Vescovi e Letizia Ciaccavava, nel momento dedicato ai motori di ricerca e alla SEO di Gianluca Fiorelli e in quello sulla marketing automation, a cura di Ada Bosco di Active Campaign. Ampio approfondimento sugli open data del travel per capire come possono essere utilizzati e sull'accesso agli strumenti digitali per la piccola e media impresa. Il tema verrà esplorato nei panel scientifici a cura di Valeria Minghetti (Ciset), con l'intervento della responsabile Dati e dei Processi Istat, Anna Scannapieco, e nel round table a cura di Rodolfo Baggio con Giorgia Lodi e Ilaria Vitiello, tecnologhe ed esperte di open government data. Un round table di best cases nazionali cercherà invece di tracciare lo stato delle PMI del turismo nell'adozione delle tecnologie, a cura dello sportello PID - punto impresa digitale della Camera di Commercio. A seguire, sulla gestione e il trattamento dei dati sensibili interverranno Antonio Procopio founder di Digital-hub, Giacomo del Chiappa (Uniss), Deborah Bianchi e Chiara Leoni, legali esperte di IT & Data Protection Law, nell'incontro moderato da Edoardo Colombo, esperto di trasformazione digitale nella PA e delle imprese.

News correlate



Firenze Bto Camera Commercio turismo online

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

MFIU | Class Life | Milano Finanza | ClassHorse.TV | MFFashion.com | Fashion Summit | Salone delle studente



[Norme](#) | [Help](#) | [Faq](#) | [Contattaci](#)

ItaliaOggi Online© ItaliaOggi 2021 - Partita IVA 08931350154

Privacy: Responsabile della Protezione dei dati personali - Italia Oggi Editori Erinne S.r.l. - via M. Burigozzo 5 - 20122, Milano, email: dpo@italiaoggi.it

MFCConference | RadioClassica | Video Center MF | Video Center IO | Class Abbonamenti | Classpublicita'



Link: <https://www.italpress.com/boom-del-turismo-enogastronomico-in-italia/>

 Share

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: <https://ladiscussione.com/131455/video-pillole/boom-del-turismo-enogastronomico-in-italia/>

la Discussione

Quotidiano fondato da Alcide De Gasperi



>> Italtpress

Rimuovi da Google i link che ledono la tua reputazione. Richiedi il diritto all'oblio.

Video Pillole

Boom del turismo enogastronomico in Italia

di Redazione martedì, 30 Novembre 2021 2



Boom per il turismo enogastronomico in Italia nel 2021. Tra gennaio e ottobre, il Belpaese è primo tra le mete più golose nel mondo, seguito da Francia e Giappone. È quanto emerge da una ricerca Ipsos e dalle tendenze presentate da Google nel corso di BTO – Be Travel Onlife.

mgg/sat/red

Sponsor

SUPERBONUS
110%

OMNIA
BONUS

Con i nuovi Tg e i suoi Notiziari tematici

>> Italtpress

Link lesivi minacciano la tua reputazione? Contattaci per rimuoverli

PROPAGANDA DIGITALE s.r.l.
SVILUPPO E RAZIONALIZZAZIONE DELLA GESTIONE DELLE IMPRESE

sviluppa il successo del tuo progetto

MEKTRA

La "C.A.I. Mektra S.r.l." è un'azienda leader in lavori di meccanica di precisione in grado di soddisfare ogni tipo di richiesta con accurati controlli sulla qualità. Offre anche servizi di installazione e assistenza per ascensori nel Lazio. Lo staff altamente qualificato è disponibile per qualsiasi intervento.

LOGICA INFORMATICA

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

A Bto il Destination Day: protagonisti borghi e comunità locali



26 Novembre 14:52 2021 da Roberta Moncada
Stampa questo articolo



Borghi, comuni e regioni d'Italia al centro della terza giornata di Bto – Be Travel Online, venerdì 26 novembre, nella sede di Nana Bianca in piazza del Cestello a Firenze.

Tra i protagonisti del **Destination Day**, tanti rappresentanti delle istituzioni, per discutere di strategie innovative per il turismo del futuro. Intervenuti durante la mattinata, tra gli altri, **Enrica Lemmi**, Accademia del Turismo – Fondazione Campus di Lucca, **Susanna Mensitieri**, Master Turismo e Territorio – Luiss, **Massimiliano Vavassori**, Relazioni istituzionali e Centri Studi Touring Club Italiano, che hanno discusso della “Formazione delle **comunità locali** come elemento chiave per lo sviluppo sostenibile delle destinazioni”.

Cecilia Del Re, assessore all'innovazione digitale del Comune di Firenze, che ha aperto anche la prima giornata di Bto, ha parlato di “Destinazioni sostenibili: dal co-design agli strumenti digitali per la promozione e lo **sviluppo sostenibile** del territorio” con altri amministratori, italiani e non. **Mirko Lalli**, fondatore di The Data Appeal Company, il cui intervento ha sottolineato l'importanza del dato per far crescere le destinazioni. A seguire **Ottavia Ricci**, consigliera del ministro della Cultura Dario Franceschini, è intervenuta nel merito dei **borghi** italiani rivalutati in parte come conseguenza della pandemia sia in chiave di destinazione turistica che come luoghi dove vivere e lavorare in modalità smart.

Gli incontri della giornata sono l'occasione per parlare sviluppo sostenibile, gamification e strumenti digitali per accogliere i nuovi turisti, o nomadi digitali, in località poco popolate e fino a poco tempo fa poco appetibili da parte dei giovani. Ma anche ecosistemi digitali promossi dalla pubblica amministrazione per nuovi modi di vivere i territori.

Nel pomeriggio interventi dei rappresentanti **Unesco Matteo Rosati** (Culture unit Regional Bureau for Science and Culture in Europe) e **Peter Debrine** (Senior Consultant and Sustainable Tourism Expert) in merito alla ripartenza del turismo nei siti patrimonio mondiale dell'umanità ai tempi della pandemia.

Grande spazio anche per la **gamification**, uno dei trend più interessanti del turismo del futuro. Sul palco anche **Fabio Viola**, considerato uno dei più influenti gamification designer al mondo, e **Carlotta Ferrari**, direttrice Destination Florence Cvb.

Attesi sul palco **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico Bto 2021, **Francesco Palumbo**, direttore Fondazione Sistema Toscana, **Leonardo Marras**, assessore al Turismo Regione Toscana che parleranno di **Smart Tuscany**, l'ecosistema digitale della Toscana.

Infine il panel “Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane”: un confronto tra Regioni italiane con **Bianca Bronzino**, head of digital systems PugliaPromozione – WeAreinPuglia, **Sabrina Pesarini**, head of crm & digital marketing di VisitTrentino, **Stefan Marchioro** della Regione Veneto e **Costanza Giovannini**, head of communications della fondazione Sistema Toscana – Visit Tuscany.

Articolo “taggato” come:

• Bto

WEB

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati

Expedia TAAP

ISCRIVITI ORA!



viaggiOff

Un altro mondo

Perù campione di sostenibilità con le sue nove meraviglie green

Il Perù vuole diventare una meta sempre più green. Dopo il riconoscimento di Machupicchu come prima meraviglia del mondo moderno certificata Carbon Neutral, altre 9 destinazioni turistiche del Paese sono...

Riapre il Falkensteiner Family Resort Lido, anche il tetto è un parco avventura

Apra oggi 26 novembre quello che punta a essere l'hotel per famiglie più avveniristico d'Europa, il Falkensteiner Family Resort Lido in Alto Adige. Dopo grandi investimenti di risorse, trova compimento...

Il Mar Rosso saudita tra resort e scavi sottomarini

C'è anche un contributo italiano nei progetti portati avanti da The Red Sea Company, lo sviluppatore del Red Sea Project, la destinazione deluxe di turismo rigenerativo in Arabia Saudita. L'arcipelago...

Il Burj Al Arab apre ai visitatori: tour a sette stelle a Dubai

Tour guidato alla scoperta di un'icona: in occasione dell'Expo Dubai chi arriverà

A Bto tra ologrammi, dati e fantasia: "Il futuro è già qui"



25 Novembre 15:05 2021 da Roberta Moncada
Stampa questo articolo



Si è aperta a Firenze, nel Salone dei Cinquecento a Palazzo Vecchio, la **13ª edizione di Bto-Be Travel Online**, la manifestazione interamente dedicata all'**innovazione tecnologica per il turismo**, organizzata da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze, Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione Sistema Toscana**. L'evento, quest'anno con un **programma ibrido** in presenza nel capoluogo toscano e **online**, si svolge **fino al 30 novembre** in tre location diverse nel capoluogo fiorentino.

Da tutti i panel, è emerso fortemente il **ruolo che il digitale ha già** – e che avrà sempre di più – nel **plasmare, ed arricchire, la realtà**, soprattutto in ambito turistico.

La giornata si è aperta con i saluti istituzionali del sindaco di Firenze, **Dario Nardella**, di **Cecilia Del Re**, assessore al turismo del comune di Firenze e di **Leonardo Marras**, assessore alle attività produttive, e al turismo della Regione Toscana. Tutti loro hanno evidenziato come **anche la pubblica amministrazione** si stia orientando **verso una digitalizzazione** che creerà città più trasparenti, inclusive e accessibili, con rispetto della città e della comunità, dove un turismo sostenibile riduca la distanza tra turista e cittadino.

L'opening della cinque giorni fiorentina, ha visto poi per la prima volta intervenire alcuni relatori in **versione ologramma**. È il caso di **Roberta Garibaldi**, nuova ad di Enit, che ha parlato dell'innovazione tecnologica a servizio del comparto turistico, in particolare di quello enogastronomico, che permette ormai di creare un **link tra urbano e rurale**, grazie alle esperienze possibili attraverso la realtà aumentata, e la creazione di contenuti sempre più fruibili grazie alle infinite possibilità dell'edutainment e del gaming. Sempre più centrale, in tema di enogastronomia, il **tema delle blockchain**, che permette di contrastare la contraffazione e l'*Italian Sounding* creando valore anche per le imprese sul territorio e incoraggiando i flussi turistici in entrata. Fondamentale, per Garibaldi, un approccio data-driven che possa fornire un quadro aggiornato e puntuale del mercato.

E proprio sull'**approccio data-driven**, e sugli strumenti che **Google** mette a disposizione anche di piccole realtà, si è concentrato l'intervento di **Furio Gianforme**, industry head travel, apps & education di Google, e **Giovanni Benassi**, travel analytical lead Google Italy.

Destination Insights e **Hotel Insights**, sono infatti i tool – aperti e utilizzabili da tutti – che Google ha studiato per analizzare l'andamento della domanda per accommodation, destinazioni e voli, a livello internazionale e nei singoli territori.

Tecnologia sempre più importante anche per il tour operating. Lo sottolinea **Gabriele Burgio**, presidente e amministratore delegato del **Gruppo Alpitour**, che durante il suo intervento dal palco di **Bto**, ha parlato di come ormai la tecnologia – specialmente per quanto riguarda l'analisi dei dati e la profilazione dei clienti – **sia elemento imprescindibile per gli operatori** che vogliano essere competitivi, ed ha parlato degli investimenti del Gruppo per l'implementazione di un nuovo sistema informatico.

Ma tecnologia vuol dire sempre più **realtà aumentata**. Come ha sottolineato **Massimo Canducci**, chief innovation officer engineer, questa tecnologia cambierà radicalmente il comportamento dei viaggiatori, sia in fase di scelta e programmazione del viaggio (non è da escludere che presto si possa dare la possibilità al pubblico di "provare" tramite realtà virtuale l'albergo, l'esperienza o la destinazione in questione prima dell'acquisto, ndr), sia durante il viaggio (ad esempio tramite degli occhiali virtuali che mi diano informazioni sulla destinazione).

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati

Expedia TAAP

ISCRIVITI ORA!



viaggiOff

Un altro mondo

Viaggio nei sapori dell'Austria: la ricetta dei canederli su Cook&Go

Cara Austria, quanto ci manchi. Mentre il Paese oltre le Alpi vive il suo ennesimo lockdown, indetto fino al 12 dicembre con l'intento di "salvare il Natale", noi sperimentiamo in...

Non solo estate, Baia Sardinia apre i camping village per Natale

Città d'arte sì, ma in campeggio, o meglio in un campeggio un po' particolare. Ecco un'idea nuova per le vacanze di Natale, con una proposta pensata proprio per un break...

Gambero Rosso o Michelin? I ristoranti più blasonati d'Italia

Stelle o forchette? La sfida a colpi di grandi piatti e celebrities in cucina è aperta. Nel giro di un paio di giorni, infatti, due "bibbie" del settore hanno svelato...

Portogallo in moto elettrica: cinque tour ecosostenibili con il progetto Rout-e

Al via i tour in moto elettrica in Portogallo: il Paese vuole affermarsi sempre di più come destinazione sostenibile e lo fa anche sperimentando nuove forme di viaggio. L'Ente del...

E quello che da noi sembra uno scenario realistico, ma ancora con un forte allure futuristico, **in Cina è già realtà**. Lo hanno dimostrato gli interventi di **Jane Sun**, ceo del gigante cinese delle Ota del gruppo Trip.com, e di **Ashley Dudarenok Galina**, esperta di universo digitale cinese, che in collegamento da Hong Kong e Shanghai hanno spiegato come la pandemia abbia accelerato ancora di più il processo di digitalizzazione del turismo cinese, facendo diventare assolutamente comuni fenomeni come il cloud-traveling e il live-streaming, musei che offrono esperienze di **realtà aumentata**, robot-guide turistiche, riconoscimento facciale per facilitare il contingentamento e hotel completamente digitalizzati.

Anche gli hotel in occidente però, stanno capendo l'importanza della digitalizzazione. Lo spiega **Marco Gilardi**, director of operations di **Nh Hotel Group**, gruppo alberghiero che sta investendo moltissimo in tecnologia e digitalizzazione, soprattutto per quanto riguarda quella che Gilardi definisce la parte "software" dell'hôtellerie, ovvero i servizi. Ecco quindi *smartbed* che offrono un cielo stellato prima di addormentarsi, oppure dei touch-point sulle terrazze panoramiche che spieghino cosa si vede intorno, o ancora delle mostre di arte in 3d e dispositivi nelle location storiche della catena, che mostrano la storia della struttura e del luogo dove sorge, per valorizzare e comunicare al meglio il legame degli hotel con il territorio.

Bando quindi all'idea della tecnologia come strumento da freddi cyborg che parlano con voci metallizzate e spoetizzano la realtà: la prima giornata di **Bto** ha dimostrato anzi che **la digitalizzazione può scatenare la creatività** e veicolare forme d'arte inedite, ed **impreziosire l'esperienza turistica**.

Il caso più evidente in questo senso è quello di **TeamLab**, che crea vere e proprie opere d'arte di realtà immersiva tramite l'uso di proiezioni, giochi di luce e proiezioni digitali. Tra gli esempi più suggestivi il Toji temple di Kyoto, dove sono state ricreate atmosfere giapponesi del passato, oppure le Takeo Hotsprings di Kyushu, dove lo studio ha ricreato dettagli di una foresta naturale, creando di fatto una natura digitalizzata, completamente integrata con la realtà.

La tecnologia in costante evoluzione apre **scenari, rischi e opportunità ancora inesplorati**, e su cui vale la pena fare una riflessione collettiva per capire tutte le implicazioni che questi cambiamenti potranno avere nel modo di viaggiare, soprattutto nella post-pandemia.

Articolo "taggato" come:

Alpitour • Ashley Dudarenok Galina • Bto • Enit • Gabriele Burgio • Google • Jane Sun
Marco Gilardi • Nh Hotel Group • Roberta Garibaldi • Trip.com

Categorie

Fiere, MediaPartner

L'Autore



Roberta Moncada

Roberta Moncada: Sinologa ed esperta di turismo cinese. Ha vissuto diversi anni in Cina, per poi tornare in Italia, dove attualmente lavora per diversi Tour Operator come accompagnatrice turistica ed organizzatrice di tour ed attività enogastronomiche per turisti cinesi.

[Guarda altri articoli >](#)

Nella stessa categoria



WEB

I più letti della Settimana

- 1 Il Marocco aggiorna le disposizioni di viaggio antiCovid
- 2 Quarta ondata, il turismo Ue alza la diga
- 3 Concessioni balneari, l'inverno bollente delle spiagge
- 4 Delta vuole Ita Airways, ma Altavilla corteggia Lufthansa
- 5 L'Australia riapre a studenti e lavoratori internazionali
- 6 Il ritorno delle Seychelles: "Destinazione sicura e green"
- 7 Le mosse Ita Airways per l'estate: lungo raggio e flotta
- 8 Belmond tiene aperti due hotel italiani anche in inverno
- 9 Viaggiare si può: il video che riporta i clienti in adv
- 10 Ristori adv e t.o, l'elenco dei beneficiari dei 32 milioni

Facebook

Twitter

TravelD



L'Agenzia di Viaggi
magazine
47 minutes ago

#ViaggiOff | L'Austria torna a vivere un lockdown, ma in attesa di tornare a visitarla possiamo sperimentare in casa una delle tipiche ricette tirolesi più amate, i canederli, protagonisti di questa puntata di #cookandgo
Vacanze in Austria

Viaggio nei sapori dell'Austria:
la ricetta dei canederli su
Cook&Go - ViaggiOff
www.viaggiwoff.it

Cerca nei TAG

Qatar Airways • Enac • Delta Air Lines • Air Italy
Alpitour • Trenitalia • Federalberghi • Emirates
Mibact • Flaviet • Lufthansa • easyJet • Fto • Enit

Costa Crociere Msc Crociere Iata Ryanair
Coronavirus Alitalia

Fitur 2022, il travel torna a Madrid con il claim "Abbracciamo il Mondo"



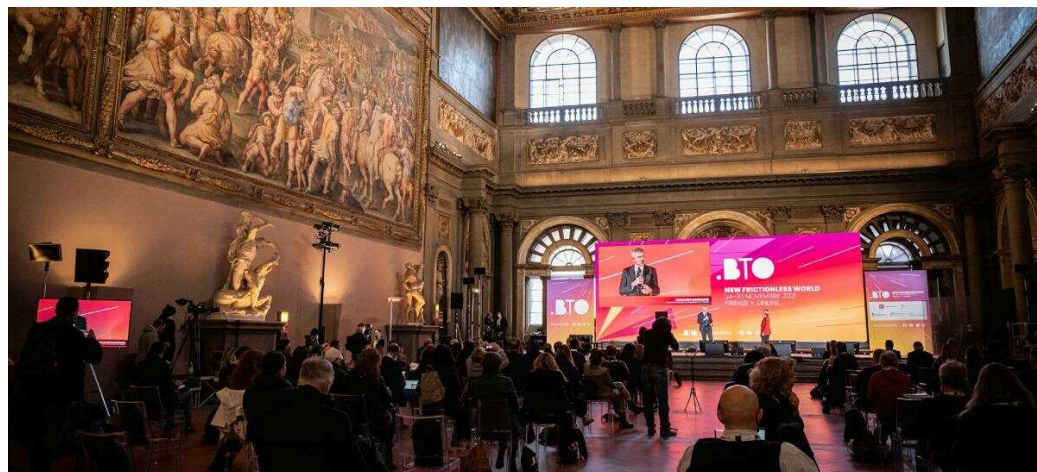
Bit Milano rinnova la formula multitarget B2B e consumer



Vjtm 2017, il Giappone dei record rilancia su Mice e crociere

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Bto chiude la week e torna a novembre 2022



07 Dicembre 07:00 2021 da Redazione
Stampa questo articolo



Più **10mila visualizzazioni da remoto**, **274 speaker** del settore, e **102 eventi** distribuiti in **cinque giornate** e tre diverse location, con ospiti sia in presenza, che in collegamento virtuale, e persino in versione ologramma. Sono numeri che evidenziano la voglia del settore turistico di ricominciare e rinnovare, quelli di **Bto – Be Travel Onlife**, manifestazione leader su turismo e digitale appena conclusa a Firenze. Questa è stata la prima edizione ibrida della manifestazione organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione Sistema Toscana**, e promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze. Appuntamento per la prossima edizione, sempre a Firenze, **nel novembre 2022**.

L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da **24 Paesi** nel mondo, tra cui **Italia, Usa, Finlandia, Austria, Svizzera**, Uk, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, e Giappone.

Quattro le tematiche protagoniste dell'edizione 2021 affrontate in altrettante giornate. In termini di presenze, la giornata più seguita è stata quella del **Digital Innovation & Strategy Day**, mentre durante la giornata dedicata al **Food & Wine Tourism** è emerso come proprio il turismo enogastronomico si imponga sempre più come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine.

Ma i contenuti della **Bto Week** rimangono fruibili anche una volta conclusa la manifestazione: gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, avranno infatti comunque la possibilità di rivedere online gli eventi con **5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica** integralmente fruibili sul web.

«Questa tredicesima edizione di **Bto** è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo – commenta **Leonardo Marras**, assessore all'economia e al turismo della Regione Toscana – **Bto** per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022»

Soddisfatto anche **Leonardo Bassilichi**, presidente della Camera di commercio di Firenze, che aggiunge: «il successo di questa edizione di **Bto** è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business. La **Bto** – aggiunge – è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati».

«Un grazie a tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente – conclude **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico di **Bto 2021** – questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare».

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati



viaggiOff

Un altro mondo

Mamma ho perso l'aereo, su Airbnb una notte nella casa del film

È uno dei film di Natale più amati di sempre, e sta per uscire il sequel: parliamo di Mamma, ho perso l'aereo, e in occasione dell'arrivo di Home Sweet Home...

Belfast green, viaggio nella eco-capitale dell'Irlanda del Nord

Il verde è il colore-simbolo dell'Irlanda e Belfast non poteva certo mancare nella hit parade delle 20 destinazioni green nel mondo, accanto a Zurigo, Sydney, Helsinki e Bruxelles. È stilata...

Popolo dei camminatori: identikit del turista "lento"

Il camminatore tipo è donna, viene dal nord Italia, ha un'età compresa tra i 50 e i 65 anni e preferisce camminare nei luoghi di mare. È questo l'identikit di...

Game of Thrones Studio Tour: scatta l'avventura in Irlanda del Nord

Grandi novità in arrivo per i fan della saga fantasy. All'inizio del prossimo anno aprirà infatti le sue porte in Irlanda del Nord il Game of Thrones Studio Tour ufficiale,...

Articolo "taggato" come:

• Bto • Bto 2021 • Francesco Tapinassi • Leonardo Bassilichi • Leonardo Marras

Categorie

In Agenda MediaPartner

L'Autore



Redazione

[Guarda altri articoli >](#)

Nella stessa categoria



Fitur al via a Madrid, tutto sulla 40ª edizione



WEB

I più letti della Settimana

- 1 Il mondo Mauritius fuori da bolle e resort
- 2 Il turismo convoca i media: "Non c'è più tempo"
- 3 Di Fisco, sparita la proroga Cig: «Turismo allo stremo»
- 4 L'Europa torna rossa e l'Ecdc alza la guardia sui viaggi
- 5 Omicron, il Sudafrica condanna il travel ban
- 6 Riapre Forestis, il luxury retreat in Alto Adige
- 7 La Croazia si promuove con la campagna "Winter Wonderland"
- 8 Flixbus debutta in Brasile: si parte con 12 corse al giorno
- 9 Restyling dell'Hennebique di Genova, che diventa hub per turismo
- 10 Agenti di viaggi, avanti tutta: indagine Sabre

Facebook

Twitter

TravelD



L'Agenzia di Viaggi
magazine
18 hours ago

#ViaggiOff | I viaggi a passo lento piacciono sempre di più. Ecco l'identikit dei turisti slow secondo la Compagnia dei Cammini

Popolo dei camminatori: identikit del turista "lento" - ViaggiOff

www.viaggioff.it

Sono soprattutto le donne ad amare i viaggi in cammino, racconta l'associazione, e tra le mete vincono il mare e le isole

Cerca nei TAG

Qatar Airways Enac Delta Air Lines Air Italy
Trenitalia Alpitour Federalberghi Mibact
Emirates Lufthansa Fiavet easyJet Fto Enit
Costa Crociere Iata Msc Crociere Ryanair

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Bto chiude la week e torna a novembre 2022



07 Dicembre 07:00 2021 da Redazione
Stampa questo articolo



Più **10mila visualizzazioni da remoto**, **274 speaker** del settore, e **102 eventi** distribuiti in **cinque giornate** e tre diverse location, con ospiti sia in presenza, che in collegamento virtuale, e persino in versione ologramma. Sono numeri che evidenziano la voglia del settore turistico di ricominciare e rinnovare, quelli di **Bto – Be Travel Onlife**, manifestazione leader su turismo e digitale appena conclusa a Firenze. Questa è stata la prima edizione ibrida della manifestazione organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione Sistema Toscana**, e promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze. Appuntamento per la prossima edizione, sempre a Firenze, **nel novembre 2022**.

L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da **24 Paesi** nel mondo, tra cui **Italia, Usa, Finlandia, Austria, Svizzera**, Uk, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, e Giappone.

Quattro le tematiche protagoniste dell'edizione 2021 affrontate in altrettante giornate. In termini di presenze, la giornata più seguita è stata quella del **Digital Innovation & Strategy Day**, mentre durante la giornata dedicata al **Food & Wine Tourism** è emerso come proprio il turismo enogastronomico si imponga sempre più come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine.

Ma i contenuti della **Bto Week** rimangono fruibili anche una volta conclusa la manifestazione: gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, avranno infatti comunque la possibilità di rivedere online gli eventi con **5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica** integralmente fruibili sul web.

«Questa tredicesima edizione di **Bto** è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo – commenta **Leonardo Marras**, assessore all'economia e al turismo della Regione Toscana – **Bto** per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022»

Soddisfatto anche **Leonardo Bassilichi**, presidente della Camera di commercio di Firenze, che aggiunge: «il successo di questa edizione di **Bto** è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business. La **Bto** – aggiunge – è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati».

«Un grazie a tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente – conclude **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico di **Bto 2021** – questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare».

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati



viaggiOff

Un altro mondo

Mamma ho perso l'aereo, su Airbnb una notte nella casa del film

È uno dei film di Natale più amati di sempre, e sta per uscire il sequel: parliamo di Mamma, ho perso l'aereo, e in occasione dell'arrivo di Home Sweet Home...

Belfast green, viaggio nella eco-capitale dell'Irlanda del Nord

Il verde è il colore-simbolo dell'Irlanda e Belfast non poteva certo mancare nella hit parade delle 20 destinazioni green nel mondo, accanto a Zurigo, Sydney, Helsinki e Bruxelles. È stilata...

Popolo dei camminatori: identikit del turista "lento"

Il camminatore tipo è donna, viene dal nord Italia, ha un'età compresa tra i 50 e i 65 anni e preferisce camminare nei luoghi di mare. È questo l'identikit di...

Game of Thrones Studio Tour: scatta l'avventura in Irlanda del Nord

Grandi novità in arrivo per i fan della saga fantasy. All'inizio del prossimo anno aprirà infatti le sue porte in Irlanda del Nord il Game of Thrones Studio Tour ufficiale,...

Articolo "taggato" come:

• Bto • Bto 2021 • Francesco Tapinassi • Leonardo Bassilichi • Leonardo Marras

Categorie

[In Agenda](#) [MediaPartner](#)

L'Autore



Redazione

[Guarda altri articoli](#) >

Nella stessa categoria



Fitur al via a Madrid, tutto sulla 40ª edizione



WEB

I più letti della **Settimana**

- 1 Il mondo Mauritius fuori da bolle e resort
- 2 Il turismo convoca i media: "Non c'è più tempo"
- 3 Di Fisco, sparita la proroga Cig: «Turismo allo stremo»
- 4 L'Europa torna rossa e l'Ecdc alza la guardia sui viaggi
- 5 Omicron, il Sudafrica condanna il travel ban
- 6 Riapre Forestis, il luxury retreat in Alto Adige
- 7 La Croazia si promuove con la campagna "Winter Wonderland"
- 8 Flixbus debutta in Brasile: si parte con 12 corse al giorno
- 9 Restyling dell'Hennebique di Genova, che diventa hub per turismo
- 10 Agenti di viaggi, avanti tutta: indagine Sabre

Facebook

Twitter

TravelID



L'Agenzia di Viaggi
magazine
18 hours ago

#ViaggiOff | I viaggi a passo lento piacciono sempre di più. Ecco l'identikit dei turisti slow secondo la Compagnia dei Cammini

Popolo dei camminatori: identikit del turista "lento" - ViaggiOff

www.viaggioff.it

Sono soprattutto le donne ad amare i viaggi in cammino, racconta l'associazione, e tra le mete vincono il mare e le isole

Cerca nei TAG

Qatar Airways Enac Delta Air Lines Air Italy
Trenitalia Alpitour Federalberghi Mibact
Emirates Lufthansa Fiavet easyJet Fto Enit
Costa Crociere Iata Msc Crociere Ryanair

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Bto Week, a Firenze domande (e risposte) sul turismo che verrà



12 Novembre 07:00 2021 da Andrea Lovelock
Stampa questo articolo



Raccontare quel che è successo e provare a guardare quel che succederà nel turismo post pandemia. Questa la missione di **Bto** giunto alla sua tredicesima edizione, che si terrà **dal 24 al 30 novembre a Firenze**, e proprio per dare un segnale forte di cambio di rotta ha trasformato il suo acronimo nel pay-off **“Be Travel Onlife”**.

Evento di **Regione Toscana** e Camera di Commercio di Firenze, organizzato da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione sistema Toscana**, **Bto** avrà per tema **“new frictionless world”**, un nuovo mondo senza attriti, che cercherà di fornire risposte concrete e percorribili per declinare il turismo post pandemia con i nuovi parametri digital.

Alle tre sedi dell'evento, **Palazzo Vecchio**, **Nana Bianca** e **Camera di Commercio**, si susseguiranno le testimonianze di oltre **200 speaker**, in buon parte rappresentanti di grandi player della filiera, da **Accor Hotels a Booking**, da **Best Western a Ctrip**, con le “incursioni” di nuove dirompenti realtà come **Tik Tok**. Ci saranno quattro giornate tematiche, dedicate al food and wine, alla hospitality, alla digital innovation ed alle destination.

Come ha spiegato **Leonardo Marras**, assessore al turismo della Regione Toscana: «Vogliamo tutti realmente rilanciare il turismo e **Bto** rappresenta una sorta di evento-snodò utile per programmare, confrontarsi, partecipando ad un dibattito sul tema del digitale perché l'innovazione è l'elemento portante sia per la Toscana che per il sistema-paese. Siamo convinti di avere una responsabilità per il rilancio del settore: occorre essere parte attiva di un dibattito internazionale. Ed in tal senso credo che **Bto** sarà un evento straordinario per livello e dimensione».

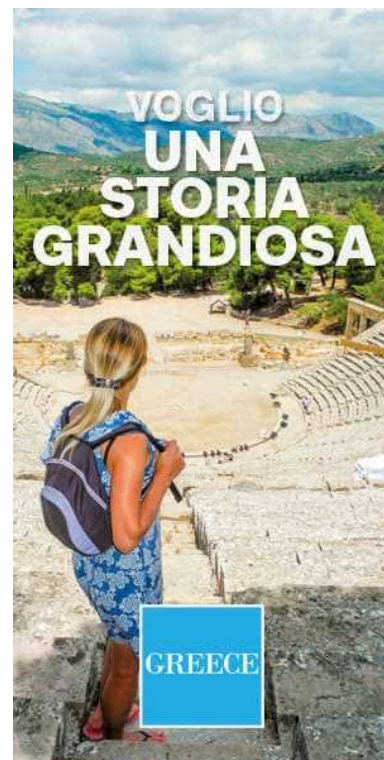
Anche **Giuseppe Salvini**, segretario generale Camera di Commercio di Firenze si sofferma sulle aspettative intorno all'evento: «La formula **Bto**, 13 anni fa, era anticipatrice del tema digitale. Oggi, questa edizione che si svolge nell'anno peggiore nella storia del turismo avremo 200 speakers e **450 giornalisti e blogger** per fare il punto sulle strategie e sulle tendenze evolutive del turismo post Covid. Ragioneremo insieme sulle prossime traiettorie di sviluppo del turismo. Ancora una volta la potenza del digitale e dei prodotti del territorio potranno combinarsi insieme con nuovi modelli. Questo evento, ideato in Toscana, ha tutti i numeri e lo spessore per farsi promotore del rilancio turistico nazionale. Del resto ciò che è successo con il Covid in una destinazione traino come Firenze è fin troppo significativo: da **16 milioni di presenze turistiche** registrate nel 2019 siamo piombati ad appena **3,3 milioni di presenze** nel 2020. Chiuderemo il 2021 con un +60% di presenze straniere rispetto al 2020. Dunque la ripartenza c'è e i testimonial di **Bto**, dalle piattaforme agli alberghi, si confronteranno sulle sfide e le soluzioni per poterla sostenere al meglio».

Dello stesso avviso **Massimo Monetti** di Promo Firenze: «Col protocollo d'intesa con la Regione Toscana e Camera di Commercio, verranno investite tante risorse per il **Bto** da qui al 2023. Noi cureremo l'aspetto logistico dell'evento con una scelta mirata delle location per quella che non è una mera conferenza sul turismo digitale, bensì una scossa, uno stimolo per le imprese, proponendo modelli di business diversi».

Ne è convinto anche **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico dell'evento: «Dopo 22 mesi riprendiamo il discorso di **Bto** che tra l'altro era stato l'ultimo evento prima della pandemia. Dobbiamo ora capire come sono cambiati l'approccio al turismo, le modalità di scelta e di acquisto. Un file rouge sarà il concetto di frictionless: ci confronteremo sui nuovi modelli organizzativi, compresi quelli dei grandi eventi».

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati



viaggiOff

Un altro mondo

InCammino con Achille: trekking tra i marmi delle Alpi Apuane

La montagna toscana affacciata sul mare: è lì che vi portiamo oggi con la nostra rubrica **#InCammino**, insieme alle guide di Aigae - Associazione Italiana Guide Ambientali Escursionistiche, con cui...

L'Hotel Concorde di Milano riapre green e tecnologico

Una hall e un bar aperti alla città, oggetti di design, pareti verdi, e soprattutto un mix di tecnologia e sostenibilità che lo vuole rendere un punto di riferimento per...

Destinazione terme in Valdichiana, dove il benessere si moltiplica per tre

Con l'approssimarsi dell'inverno una vacanza benessere può rappresentare una parentesi piacevole e rigenerante. Ci sono tre occasioni di relax nel cuore della Toscana più verde, in Valdichiana: sono i centri...

La ricetta dei pastéis de nata: tutto il gusto del Portogallo

Se fossero una musica, sarebbero il fado. Se fossero un panorama, quello che si avvista dalla Torre di Belém. Sono i pastéis de nata, i più

Per Tapinassi, poi, **Bto** sarà sì un momento **ibrido**, «ma utilizzeremo al meglio gli strumenti digitali a disposizione. Questo perché siamo convinti che la tecnologia è amica e non nemica delle relazioni umane. Infatti verranno illustrate le peculiarità di piattaforme che aiutano le interlocuzioni e non entrano in conflitto con gli operatori fisici. Vogliamo sperimentare nuovi **modelli di organizzazione**. Questo è un evento che nasce dal lavoro di una squadra di circa 80 persone che hanno costruito un palinsesto credibile e interessante».

Gli organizzatori hanno anche **ridotto del 70% il biglietto d'ingresso** e introdotto **biglietti flessibili**, per dar modo ai visitatori professionali di seguire solo le sessioni che gli interessano. «Un modo per venire incontro alle esigenze delle pmi di contenere i costi per partecipare ad eventi come il nostro. Avremo poi in anteprima i risultati di una ricerca sul business travel e capiremo come l'azienda oggi e domani vede il viaggio di lavoro nel periodo post-pandemia – sottolinea il direttore scientifico – Cercheremo anche di capire le sfide sulla mobilità, i cambiamenti nei trasporti, le strategie dei territori per diventare destinazioni appetibili. Al termine di questi confronti consegneremo i risultati di questi cinque giorni alle istituzioni pubbliche per fornire una chiave di lettura su quale può essere l'approccio alla nuova governance del turismo italiano. E questo perché il tallone d'Achille della destinazione Italia è nel **modello organizzativo** adottato fino ad oggi: purtroppo perdiamo una parte della conversione dei processi di prenotazione ed acquisto del "sogno Italia", che è nel sentimento di milioni di visitatori, per cause organizzative».

E sulla valenza di ciò che potrà produrre l'evento si è soffermato anche **Francesco Palumbo** direttore di Fondazione Toscana: «Per apprezzare al turismo ormai si utilizza il digitale ed al **Bto** avremo i grandi player del sistema turistico internazionale. Gran parte delle imprese si stanno adeguando agli input della innovazione ed anche i territori si stanno orientando. La Toscana, ad esempio, è l'unica regione ad avere una piattaforma digitale per le strategie di sviluppo turistico dei territori regionali, e può essere un modello di riferimento. E infatti come regione presenteremo tante innovazioni, dal **nuovo portale di destinazione, all'osservatorio dei dati in realtime**, confrontandoci anche con i grandi operatori internazionali per orientare al meglio il turismo».

Articolo "taggato" come:

• Bto • Firenze • Francesco Palumbo • Francesco Tapinassi • Leonardo Marras • Massimo Monetti
• Promo Firenze • Regione Toscana • Toscana Promozione Turistica

Categorie

Fiere, MediaPartner

L'Autore



Andrea Lovelock

[Guarda altri articoli >](#)

Nella stessa categoria



Fitur 2021 cambia data, appuntamento a maggio a Madrid

WEB

celebri tra i dolci...

I più letti della Settimana

- 1 Il modello Neos e la sfida dell'inverno
- 2 Viaggi di Natale in bilico. E il travel torna in piazza
- 3 Corridoi 100% trade: il nodo della responsabilità
- 4 Se i corridoi turistici sono "stretti e ciechi"
- 5 Chi sposerà Ita Airways? Il pretendente francese
- 6 Ita Airways sigla il codeshare con Air Europa
- 7 La paralisi della Cina, dove il turismo resta tabù
- 8 Direttiva pacchetti Ue, è l'ora di cambiare
- 9 E ora Uvet tenta il rilancio del network
- 10 Gran ritorno negli Usa: i primi voli da Fiumicino

Facebook

Twitter

TravelD



L'Agenzia di Viaggi magazine
1 hour ago

L'estate ha portato buoni risultati, ma non basta per parlare di ripresa a tutti gli effetti. Il #travel europeo è in affanno, e per la European Travel Commission ci vorrà almeno fino al 2024 per un vero RESTART ↴

Travel europeo in affanno: "Piena ripresa nel 2024" - www.lagenziadiviaggi.it
www.lagenziadiviaggi.it
Online il rapporto trimestrale "European Tourism Trends &

Cerca nei TAG

Qatar Airways Delta Air Lines Enac Air Italy
Alpitour Trenitalia Federalberghi Emirates
Mibact Fiavel Lufthansa easyJet Fto Enit
Costa Crociere Iata Msc Crociere Ryanair

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Bto Week, a Firenze domande (e risposte) sul turismo che verrà



12 Novembre 07:00 2021 da Andrea Lovelock
Stampa questo articolo



Raccontare quel che è successo e provare a guardare quel che succederà nel turismo post pandemia. Questa la missione di **Bto** giunto alla sua tredicesima edizione, che si terrà **dal 24 al 30 novembre a Firenze**, e proprio per dare un segnale forte di cambio di rotta ha trasformato il suo acronimo nel pay-off **“Be Travel Onlife”**.

Evento di **Regione Toscana** e Camera di Commercio di Firenze, organizzato da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione sistema Toscana**, **Bto** avrà per tema **“new frictionless world”**, un nuovo mondo senza attriti, che cercherà di fornire risposte concrete e percorribili per declinare il turismo post pandemia con i nuovi parametri digital.

Alle tre sedi dell'evento, **Palazzo Vecchio**, **Nana Bianca** e **Camera di Commercio**, si susseguiranno le testimonianze di oltre **200 speaker**, in buon parte rappresentanti di grandi player della filiera, da **Accor Hotels a Booking**, da **Best Western a Ctrip**, con le “incursioni” di nuove dirompenti realtà come **Tik Tok**. Ci saranno quattro giornate tematiche, dedicate al food and wine, alla hospitality, alla digital innovation ed alle destination.

Come ha spiegato **Leonardo Marras**, assessore al turismo della Regione Toscana: «Vogliamo tutti realmente rilanciare il turismo e **Bto** rappresenta una sorta di evento-snodò utile per programmare, confrontarsi, partecipando ad un dibattito sul tema del digitale perché l'innovazione è l'elemento portante sia per la Toscana che per il sistema-paese. Siamo convinti di avere una responsabilità per il rilancio del settore: occorre essere parte attiva di un dibattito internazionale. Ed in tal senso credo che **Bto** sarà un evento straordinario per livello e dimensione».

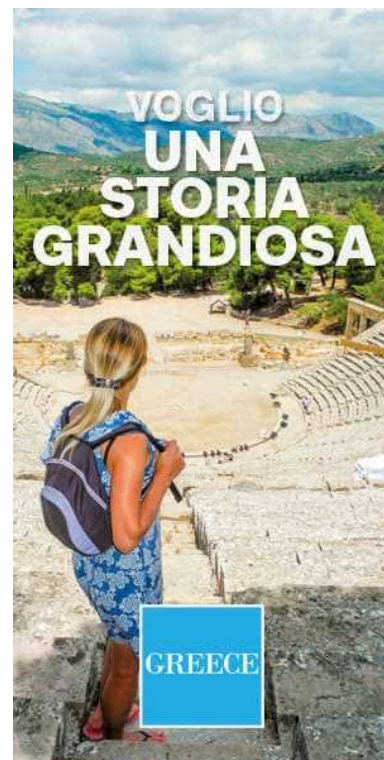
Anche **Giuseppe Salvini**, segretario generale Camera di Commercio di Firenze si sofferma sulle aspettative intorno all'evento: «La formula **Bto**, 13 anni fa, era anticipatrice del tema digitale. Oggi, questa edizione che si svolge nell'anno peggiore nella storia del turismo avremo 200 speakers e **450 giornalisti e blogger** per fare il punto sulle strategie e sulle tendenze evolutive del turismo post Covid. Ragioneremo insieme sulle prossime traiettorie di sviluppo del turismo. Ancora una volta la potenza del digitale e dei prodotti del territorio potranno combinarsi insieme con nuovi modelli. Questo evento, ideato in Toscana, ha tutti i numeri e lo spessore per farsi promotore del rilancio turistico nazionale. Del resto ciò che è successo con il Covid in una destinazione traino come Firenze è fin troppo significativo: da **16 milioni di presenze turistiche** registrate nel 2019 siamo piombati ad appena **3,3 milioni di presenze** nel 2020. Chiuderemo il 2021 con un +60% di presenze straniere rispetto al 2020. Dunque la ripartenza c'è e i testimonial di **Bto**, dalle piattaforme agli alberghi, si confronteranno sulle sfide e le soluzioni per poterla sostenere al meglio».

Dello stesso avviso **Massimo Monetti** di Promo Firenze: «Col protocollo d'intesa con la Regione Toscana e Camera di Commercio, verranno investite tante risorse per il **Bto** da qui al 2023. Noi cureremo l'aspetto logistico dell'evento con una scelta mirata delle location per quella che non è una mera conferenza sul turismo digitale, bensì una scossa, uno stimolo per le imprese, proponendo modelli di business diversi».

Ne è convinto anche **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico dell'evento: «Dopo 22 mesi riprendiamo il discorso di **Bto** che tra l'altro era stato l'ultimo evento prima della pandemia. Dobbiamo ora capire come sono cambiati l'approccio al turismo, le modalità di scelta e di acquisto. Un file rouge sarà il concetto di frictionless: ci confronteremo sui nuovi modelli organizzativi, compresi quelli dei grandi eventi».

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati



viaggiOff

Un altro mondo

InCammino con Achille: trekking tra i marmi delle Alpi Apuane

La montagna toscana affacciata sul mare: è lì che vi portiamo oggi con la nostra rubrica **#InCammino**, insieme alle guide di Aigae - Associazione Italiana Guide Ambientali Escursionistiche, con cui...

L'Hotel Concorde di Milano riapre green e tecnologico

Una hall e un bar aperti alla città, oggetti di design, pareti verdi, e soprattutto un mix di tecnologia e sostenibilità che lo vuole rendere un punto di riferimento per...

Destinazione terme in Valdichiana, dove il benessere si moltiplica per tre

Con l'approssimarsi dell'inverno una vacanza benessere può rappresentare una parentesi piacevole e rigenerante. Ci sono tre occasioni di relax nel cuore della Toscana più verde, in Valdichiana: sono i centri...

La ricetta dei pastéis de nata: tutto il gusto del Portogallo

Se fossero una musica, sarebbero il fado. Se fossero un panorama, quello che si avvista dalla Torre di Belém. Sono i pastéis de nata, i più

Per Tapinassi, poi, **Bto** sarà sì un momento **ibrido**, «ma utilizzeremo al meglio gli strumenti digitali a disposizione. Questo perché siamo convinti che la tecnologia è amica e non nemica delle relazioni umane. Infatti verranno illustrate le peculiarità di piattaforme che aiutano le interlocuzioni e non entrano in conflitto con gli operatori fisici. Vogliamo sperimentare nuovi **modelli di organizzazione**. Questo è un evento che nasce dal lavoro di una squadra di circa 80 persone che hanno costruito un palinsesto credibile e interessante».

Gli organizzatori hanno anche **ridotto del 70% il biglietto d'ingresso** e introdotto **biglietti flessibili**, per dar modo ai visitatori professionali di seguire solo le sessioni che gli interessano. «Un modo per venire incontro alle esigenze delle pmi di contenere i costi per partecipare ad eventi come il nostro. Avremo poi in anteprima i risultati di una ricerca sul business travel e capiremo come l'azienda oggi e domani vede il viaggio di lavoro nel periodo post-pandemia – sottolinea il direttore scientifico – Cercheremo anche di capire le sfide sulla mobilità, i cambiamenti nei trasporti, le strategie dei territori per diventare destinazioni appetibili. Al termine di questi confronti consegneremo i risultati di questi cinque giorni alle istituzioni pubbliche per fornire una chiave di lettura su quale può essere l'approccio alla nuova governance del turismo italiano. E questo perché il tallone d'Achille della destinazione Italia è nel **modello organizzativo** adottato fino ad oggi: purtroppo perdiamo una parte della conversione dei processi di prenotazione ed acquisto del "sogno Italia", che è nel sentimento di milioni di visitatori, per cause organizzative».

E sulla valenza di ciò che potrà produrre l'evento si è soffermato anche **Francesco Palumbo** direttore di Fondazione Toscana: «Per apprezzare al turismo ormai si utilizza il digitale ed al **Bto** avremo i grandi player del sistema turistico internazionale. Gran parte delle imprese si stanno adeguando agli input della innovazione ed anche i territori si stanno orientando. La Toscana, ad esempio, è l'unica regione ad avere una piattaforma digitale per le strategie di sviluppo turistico dei territori regionali, e può essere un modello di riferimento. E infatti come regione presenteremo tante innovazioni, dal **nuovo portale di destinazione, all'osservatorio dei dati in realtime**, confrontandoci anche con i grandi operatori internazionali per orientare al meglio il turismo».

Articolo "taggato" come:

• Bto • Firenze • Francesco Palumbo • Francesco Tapinassi • Leonardo Marras • Massimo Monetti
• Promo Firenze • Regione Toscana • Toscana Promozione Turistica

Categorie

Fiere, MediaPartner

L'Autore



Andrea Lovelock

[Guarda altri articoli >](#)

Nella stessa categoria



Fitur 2021 cambia data, appuntamento a maggio a Madrid

WEB

celebri tra i dolci...

I più letti della Settimana

- 1 Il modello Neos e la sfida dell'inverno
- 2 Viaggi di Natale in bilico. E il travel torna in piazza
- 3 Corridoi 100% trade: il nodo della responsabilità
- 4 Se i corridoi turistici sono "stretti e ciechi"
- 5 Chi sposerà Ita Airways? Il pretendente francese
- 6 Ita Airways sigla il codeshare con Air Europa
- 7 La paralisi della Cina, dove il turismo resta tabù
- 8 Direttiva pacchetti Ue, è l'ora di cambiare
- 9 E ora Uvet tenta il rilancio del network
- 10 Gran ritorno negli Usa: i primi voli da Fiumicino

Facebook

Twitter

TravelD



L'Agenzia di Viaggi magazine
1 hour ago

L'estate ha portato buoni risultati, ma non basta per parlare di ripresa a tutti gli effetti. Il #travel europeo è in affanno, e per la European Travel Commission ci vorrà almeno fino al 2024 per un vero RESTART ↴

Travel europeo in affanno: "Piena ripresa nel 2024" - www.lagenziadiviaggi.it
www.lagenziadiviaggi.it
Online il rapporto trimestrale "European Tourism Trends &

Cerca nei TAG

Qatar Airways Delta Air Lines Enac Air Italy
Alpitour Trenitalia Federalberghi Emirates
Mibact Fiavel Lufthansa easyJet Fto Enit
Costa Crociere Iata Msc Crociere Ryanair

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Sostenibilità e big data: il travel del futuro a Bto 2021



29 Novembre 15:54 2021 da Roberta Moncada
Stampa questo articolo



Big data, digitale e sostenibilità saranno sempre più i protagonisti della programmazione turistica del futuro: è il messaggio emerso con più forza dal **"Destination Day"**, la terza giornata di **Bto-Be Travel Onlife** – di cui *L'Agenzia di Viaggi Magazine* è media partner – in corso a Firenze **lunedì 29 e martedì 30 novembre**. Durante la giornata, molti i rappresentanti di comuni, regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post Covid.

«Il futuro passa da **decisioni sempre più data-driven**. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori – dichiara **Mirko Lalli**, fondatore di The Data Appeal Company – La **sostenibilità** rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni; per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute».

Di sostenibilità come sfida epocale per il settore parla anche **Federico Haas**, presidente Hotellerie Suisse Ticino: «Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Stiamo attraversando un momento epocale in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere».

E la sostenibilità passa anche dal turismo lento. Lo ha capito il **Veneto**, che sta puntando «in particolare sul **cicloturismo** e sul **sistema dei cammini** – afferma **Stefan Marchioro**, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto – Che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico».

Ma il futuro del turismo non potrà non passare dal digitale che, soprattutto nell'ottica delle destinazioni, si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. «Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la **Toscana** – rilancia **Francesco Palumbo**, direttore della **fondazione Sistema Toscana** – Prima di tutto attraverso l'implementazione del nostro portale **VisitTuscany**, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico».

E il digitale può essere anche strumento di storytelling. Come in **Puglia**, dove «per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l'identità e la **pugliesità** sono al centro del nostro racconto online», dichiara **Bianca Bronzino**, Agenzia regionale del Turismo PugliaPromozione.

Bto prosegue con le ultime due giornate a tema, dedicate a Food & Wine Tourism (29 novembre) e Hospitality (30 novembre).

Articolo "taggato" come:

• Bianca Bronzino • big data • Bto • Federico Haas • Francesco Palumbo • Mirko Lalli • Stefan Marchioro

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati

(Fitur) Prodotto da **Dominican Republic** Has it all

Le tue idee possono fare il giro del mondo

19-23 Gen

IFEMA MADRID

viaggiOff
Un altro mondo

Phetchaburi, la nuova città della gastronomia Unesco è in Thailandia
Gli appassionati di cucina thailandese hanno un nuovo indirizzo da mettere sulla loro mappa. La Thailandia infatti accoglie infatti una nuova Città creativa **Unesco** per la gastronomia, Phetchaburi. La località...

Lo spettacolo di Luxor: riapre il Viale delle Sfingi
Fuochi d'artificio, musica, spettacoli di luci e imponenti coreografie hanno salutato in Egitto la riapertura di un sito storico di grande valore, il Viale delle Sfingi a Luxor. Anche il...

Da Coco a Rio: sei film Disney raccontano l'America Latina
È arrivato nelle sale Encanto, il nuovo film d'animazione Disney che ci proietta sulle montagne della Colombia grazie alle vicende della famiglia Madrigals e dei poteri magici del villaggio. Ma...

Perù campione di sostenibilità con le sue nove meraviglie green
Il Perù vuole diventare una meta sempre più green. Dopo il riconoscimento di Machupicchu come prima meraviglia del mondo moderno

Regione Toscana, Marras: «Il nostro turismo riparte da Bto Week»



19 Novembre 10:23 2021 da Andrea Lovelock
Stampa questo articolo



Mancano pochi giorni all'apertura di **Bto Week**, quest'anno con il suo claim "new frictionless world" e con la **Regione Toscana** che ne ha fatto il suo evento di punta nell'organizzazione della macchina operativa chiamata a far ripartire l'intero comparto turistico.

L'assessore al Turismo della Regione Toscana, **Leonardo Marras**, non nasconde le tante aspettative che si concentrano su questa edizione che durerà **ben cinque giorni**: «È senza dubbio un appuntamento significativo. Prima di tutto perché la modalità ibrida di partecipazione è una perfetta sintesi tra la fruizione classica e quella a cui siamo stati costretti nei mesi di lockdown; poi perché guarda al futuro. Anche la scelta di location miste ha un grande valore: la pareti secolari e magnifiche di **Palazzo Vecchio**, affiancate ai neonati spazi di **Nana Bianca** dove si fa innovazione e si coltivano giovani imprese. Ho voluto coinvolgere nei panel anche alcuni colleghi assessori regionali, perché vogliamo dare il messaggio di presenza delle istituzioni».

Giornate tematiche e testimonianze: su quali punti dell'offerta turistica la Regione ripone maggiori aspettative?

«Abbiamo costruito una campagna di promozione individuando otto temi di viaggio e su questi gli ambiti turistici hanno declinato un'offerta che è sempre più ampia e diversificata. Credo che la forza della Toscana sia proprio la grande varietà di alternative che è in grado di proporre. Indiscutibilmente, oltre alla vacanza al mare, è centrale il viaggio alla riscoperta della natura, con esperienze di outdoor e sport o, come abbiamo visto con il recente bonus terme, legate a benessere e relax. E poi i borghi, l'enogastronomia grazie al nostro progetto **Vetrina Toscana**, le città d'arte, ma anche la sostenibilità nell'accoglienza che ci viene riconosciuta dai visitatori e che è il risultato di un percorso di sensibilizzazione iniziato dalle spiagge plastic free e pian piano arrivato all'intero comparto, passando dalle scuole».

L'obiettivo dichiarato di Bto è anche quello di fornire delle chiavi di lettura del futuro turistico alle istituzioni...

«La possibilità di confrontarsi con le migliori esperienze di tutto il mondo e con tanti operatori del settore mette la Toscana nella condizione di fare scelte consapevoli sulla promozione turistica. Per prima cosa, penso che si sia costruita un'organizzazione in grado di rispondere in tempi strettissimi alle variabili della domanda, così da capitalizzare risorse e progetti adattandoli alle condizioni del momento. E questo è il risultato di un rafforzamento, significativo, dell'analisi dei fenomeni e di una pianificazione costruita su prodotti reali. La Toscana, infatti, punta a generare modelli collaborativi tra governance pubblica e gestione privata dell'offerta che siano in grado di presentare sul mercato esperienze coerenti con la campagna promozionale».

Numeri alla mano, da dove riparte la Toscana?

«Il 2021 si sta chiudendo con un incremento deciso rispetto al 2020, i dati raggiungono, nei picchi estivi, livelli non dissimili dal 2019. Ovviamente, non in modo uniforme sull'intero territorio regionale. Lo sforzo è quello di rafforzare la promozione dei settori maggiormente coinvolti dalla diminuzione degli ospiti esteri ed extraeuropei e di continuare a utilizzare la campagna **"Toscana, Rinascimento senza fine"** nelle sue declinazioni tematiche, nate dalla collaborazione con tutti i territori regionali e dal continuo confronto con gli operatori. I recenti eventi con t.o. italiani ed esteri ci confermano un grande interesse verso la nostra regione, che ci mette nelle condizioni di avere buone aspettative sulla prosecuzione del trend positivo che ha connotato gli ultimi mesi».

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati

viaggiOff
tutto un altro mondo



viaggiOff

Un altro mondo

Gambero Rosso svela i migliori bar d'Italia: oltre mille indirizzi

Dal caffè mattutino all'aperitivo, il bar è un'istituzione. Ma quali sono i migliori d'Italia? Ci pensa Gambero Rosso a svelarli, nella sua guida Bar d'Italia 2022, giunta alla ventiduesima edizione,...

Fiaccole e special night: sei esperienze top sulle Dolomiti Val Gardena

Conto alla rovescia per la prima neve. Si avvicina il momento di partire per la montagna e territori e comprensori scaldano i motori. Lo fanno anche le Dolomiti della Val...

Viaggio nell'America dei nativi con il turismo tribale di Nez Perce

Un turismo che porta a contatto con la storia e la tradizione dei nativi, tenendone viva conoscenza e identità: negli Stati Uniti il turismo tribale rappresenta un'industria da 14 milioni...

Et voilà la carbonade: la ricetta dello stufato fiammingo alla birra

In Fiandre l'autunno è magia. Lo percepisci dagli incredibili colori del foliage e nel gusto avvolgente della carbonade flamande, protagonista di questa puntata di Cook&Go.

Articolo "taggato" come:

Bto • Leonardo Marras • Regione Toscana

Categorie

[Fiere](#), [Intervista](#)

L'Autore



Andrea Lovelock

[Guarda altri articoli >](#)

Nella stessa categoria



Bmt di Napoli posticipata dall'8 al 10 maggio



WEB

Piatto tradizionale belga, la carbonade è...

I più letti della **Settimana**

- 1 **Wizz Air, promessa mantenuta: super network da Fiumicino**
- 2 **Fiumicino, nove compagnie aeree tornano al Terminal 1**
- 3 **Voucher, lo Stato ora rimborsa: il regolamento in Gazzetta**
- 4 **Il salto del t.o. Going: entrerà in tutte le agenzie**
- 5 **L'insolita Sardegna, terra di cammini e pellegrinaggi**
- 6 **Iata sospende Air Madagascar dal Bsp**
- 7 **Francia, stretta sugli arrivi dei non vaccinati Ue**
- 8 **Ryanair volerà da Bari e Brindisi per Stoccolma e Billund**
- 9 **Esonero contributi nel turismo, ora l'Inps amplia la platea**
- 10 **Treni, taxi e navi: stretta anti Covid nei trasporti**

Facebook

Twitter

TravelD



L'Agenzia di Viaggi magazine
1 hour ago

Ecco Villaggi Bravo, brand Alpitour World che nasce dal matrimonio tra i due marchi storici Bravo Club ed Eden Village.

Un nuovo brand, un nuovo logo e un portfolio di 35 villaggi, distribuiti in 18 Paesi, che va a confluire nel Pillar Mainstream, uno dei tre cluster in cui è stato riorganizzato il tour operating del Gruppo 🇮🇹
#villaggiabravo #alpitourworld #alpitour

Cerca nei TAG

[Qatar Airways](#) [Delta Air Lines](#) [Enac](#) [Air Italy](#)
[Alpitour](#) [Trenitalia](#) [Federalberghi](#) [Emirates](#)

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Sostenibilità e big data: il travel del futuro a Bto 2021



29 Novembre 15:54 2021 da Roberta Moncada
Stampa questo articolo



Big data, digitale e sostenibilità saranno sempre più i protagonisti della programmazione turistica del futuro: è il messaggio emerso con più forza dal “[Destination Day](#)”, la terza giornata di **Bto-Be Travel Onlife** – di cui *L'Agenzia di Viaggi Magazine* è media partner – in corso a Firenze **lunedì 29 e martedì 30 novembre**. Durante la giornata, molti i rappresentanti di comuni, regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post Covid.

«Il futuro passa da **decisioni sempre più data-driven**. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori – dichiara **Mirko Lalli**, fondatore di The Data Appeal Company – La **sostenibilità** rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni; per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute».

Di sostenibilità come sfida epocale per il settore parla anche **Federico Haas**, presidente Hotellerie Suisse Ticino: «Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Stiamo attraversando un momento epocale in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere».

E la sostenibilità passa anche dal turismo lento. Lo ha capito il **Veneto**, che sta puntando «in particolare sul **cicloturismo** e sul **sistema dei cammini** – afferma **Stefan Marchioro**, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto – Che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico».

Ma il futuro del turismo non potrà non passare dal digitale che, soprattutto nell'ottica delle destinazioni, si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. «Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la **Toscana** – rilancia **Francesco Palumbo**, direttore della **fondazione Sistema Toscana** – Prima di tutto attraverso l'implementazione del nostro portale **VisitTuscany**, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico».

E il digitale può essere anche strumento di storytelling. Come in **Puglia**, dove «per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l'identità e la **pugliesità** sono al centro del nostro racconto online», dichiara **Bianca Bronzino**, Agenzia regionale del Turismo PugliaPromozione.

Bto prosegue con le ultime due giornate a tema, dedicate a Food & Wine Tourism (29 novembre) e Hospitality (30 novembre).

Articolo "taggato" come:

• Bianca Bronzino • big data • Bto • Federico Haas • Francesco Palumbo • Mirko Lalli • Stefan Marchioro

WEB

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati

(Fitur) Prodotto da **Dominican Republic** Has it all

Le tue idee possono fare il giro del mondo

19-23 Gen

IFEMA MADRID

viaggiOff
Un altro mondo

Phetchaburi, la nuova città della gastronomia Unesco è in Thailandia
Gli appassionati di cucina thailandese hanno un nuovo indirizzo da mettere sulla loro mappa. La Thailandia infatti accoglie infatti una nuova Città creativa **Unesco** per la gastronomia, Phetchaburi. La località...

Lo spettacolo di Luxor: riapre il Viale delle Sfingi
Fuochi d'artificio, musica, spettacoli di luci e imponenti coreografie hanno salutato in Egitto la riapertura di un sito storico di grande valore, il Viale delle Sfingi a Luxor. Anche il...

Da Coco a Rio: sei film Disney raccontano l'America Latina
È arrivato nelle sale Encanto, il nuovo film d'animazione Disney che ci proietta sulle montagne della Colombia grazie alle vicende della famiglia Madrigals e dei poteri magici del villaggio. Ma...

Perù campione di sostenibilità con le sue nove meraviglie green
Il Perù vuole diventare una meta sempre più green. Dopo il riconoscimento di Machupicchu come prima meraviglia del mondo moderno

Toscana, l'assessore Marras: «Così il turismo riparte da Bto Week»



19 Novembre 10:23 2021 da Andrea Lovelock
Stampa questo articolo



Mancano pochi giorni all'apertura di **Bto Week**, quest'anno con il suo claim "new frictionless world" e con la **Regione Toscana** che ne ha fatto il suo evento di punta nell'organizzazione della macchina operativa chiamata a far ripartire l'intero comparto turistico.

L'assessore al Turismo della Regione Toscana, **Leonardo Marras**, non nasconde le tante aspettative che si concentrano su questa edizione che durerà **ben cinque giorni**: «È senza dubbio un appuntamento significativo. Prima di tutto perché la modalità ibrida di partecipazione è una perfetta sintesi tra la fruizione classica e quella a cui siamo stati costretti nei mesi di lockdown; poi perché guarda al futuro. Anche la scelta di location miste ha un grande valore: la pareti secolari e magnifiche di **Palazzo Vecchio**, affiancate ai neonati spazi di **Nana Bianca** dove si fa innovazione e si coltivano giovani imprese. Ho voluto coinvolgere nei panel anche alcuni colleghi assessori regionali, perché vogliamo dare il messaggio di presenza delle istituzioni».

Giornate tematiche e testimonianze: su quali punti dell'offerta turistica la Regione ripone maggiori aspettative?

«Abbiamo costruito una campagna di promozione individuando otto temi di viaggio e su questi gli ambiti turistici hanno declinato un'offerta che è sempre più ampia e diversificata. Credo che la forza della Toscana sia proprio la grande varietà di alternative che è in grado di proporre. Indiscutibilmente, oltre alla vacanza al mare, è centrale il viaggio alla riscoperta della natura, con esperienze di outdoor e sport o, come abbiamo visto con il recente bonus terme, legate a benessere e relax. E poi i borghi, l'enogastronomia grazie al nostro progetto **Vetrina Toscana**, le città d'arte, ma anche la sostenibilità nell'accoglienza che ci viene riconosciuta dai visitatori e che è il risultato di un percorso di sensibilizzazione iniziato dalle spiagge plastic free e pian piano arrivato all'intero comparto, passando dalle scuole».

L'obiettivo dichiarato di Bto è anche quello di fornire delle chiavi di lettura del futuro turistico alle istituzioni...

«La possibilità di confrontarsi con le migliori esperienze di tutto il mondo e con tanti operatori del settore mette la Toscana nella condizione di fare scelte consapevoli sulla promozione turistica. Per prima cosa, penso che si sia costruita un'organizzazione in grado di rispondere in tempi strettissimi alle variabili della domanda, così da capitalizzare risorse e progetti adattandoli alle condizioni del momento. E questo è il risultato di un rafforzamento, significativo, dell'analisi dei fenomeni e di una pianificazione costruita su prodotti reali. La Toscana, infatti, punta a generare modelli collaborativi tra governance pubblica e gestione privata dell'offerta che siano in grado di presentare sul mercato esperienze coerenti con la campagna promozionale».

Numeri alla mano, da dove riparte la Toscana?

«Il 2021 si sta chiudendo con un incremento deciso rispetto al 2020, i dati raggiungono, nei picchi estivi, livelli non dissimili dal 2019. Ovviamente, non in modo uniforme sull'intero territorio regionale. Lo sforzo è quello di rafforzare la promozione dei settori maggiormente coinvolti dalla diminuzione degli ospiti esteri ed extraeuropei e di continuare a utilizzare la campagna **"Toscana, Rinascimento senza fine"** nelle sue declinazioni tematiche, nate dalla collaborazione con tutti i territori regionali e dal continuo confronto con gli operatori. I recenti eventi con t.o. italiani ed esteri ci confermano un grande interesse verso la nostra regione, che ci mette nelle condizioni di avere buone aspettative sulla prosecuzione del trend positivo che ha connotato gli ultimi mesi».

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati

viaggiOff
tutto un altro mondo



viaggiOff

Un altro mondo

Gambero Rosso svela i migliori bar d'Italia: oltre mille indirizzi

Dal caffè mattutino all'aperitivo, il bar è un'istituzione. Ma quali sono i migliori d'Italia? Ci pensa Gambero Rosso a svelarli, nella sua guida Bar d'Italia 2022, giunta alla ventiduesima edizione,...

Fiaccole e special night: sei esperienze top sulle Dolomiti Val Gardena

Conto alla rovescia per la prima neve. Si avvicina il momento di partire per la montagna e territori e comprensori scaldano i motori. Lo fanno anche le Dolomiti della Val...

Viaggio nell'America dei nativi con il turismo tribale di Nez Perce

Un turismo che porta a contatto con la storia e la tradizione dei nativi, tenendone viva conoscenza e identità: negli Stati Uniti il turismo tribale rappresenta un'industria da 14 milioni...

Et voilà la carbonade: la ricetta dello stufato fiammingo alla birra

In Fiandre l'autunno è magia. Lo percepisci dagli incredibili colori del foliage e nel gusto avvolgente della carbonade flamande, protagonista di questa puntata di Cook&Go.

Articolo "taggato" come:

• Bto • Leonardo Marras • Regione Toscana

Categorie

[Fiere](#), [Intervista](#)

L'Autore



Andrea Lovelock

[Guarda altri articoli >](#)

Nella stessa categoria



Greco guarda avanti: «Bit cambierà ancora»



WEB

Piatto tradizionale belga, la carbonade è...

I più letti della **Settimana**

- 1 **Wizz Air, promessa mantenuta: super network da Fiumicino**
- 2 **Fiumicino, nove compagnie aeree tornano al Terminal 1**
- 3 **Voucher, lo Stato ora rimborsa: il regolamento in Gazzetta**
- 4 **Il salto del t.o. Going: entrerà in tutte le agenzie**
- 5 **L'insolita Sardegna, terra di cammini e pellegrinaggi**
- 6 **Iata sospende Air Madagascar dal Bsp**
- 7 **Francia, stretta sugli arrivi dei non vaccinati Ue**
- 8 **Ryanair volerà da Bari e Brindisi per Stoccolma e Billund**
- 9 **Esonero contributi nel turismo, ora l'Inps amplia la platea**
- 10 **Treni, taxi e navi: stretta anti Covid nei trasporti**

Facebook

Twitter

TravelD



L'Agenzia di Viaggi magazine
55 minutes ago

Dopo i rumors insistenti su #Lufthansa e i corteggiamenti di #AirFrance (su mandato di #DeltaAirLines) ora è proprio il vettore Usa partner dei francesi a spingere per entrare nell'azionariato di #ItaAirways ↴

Delta vuole Ita Airways, ma Altavilla corteggia Lufthansa - www.lagenziadiviaggi.it
www.lagenziadiviaggi.it
Delta al lavoro sul dossier Ita

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Cerca nei TAG

[Qatar Airways](#) [Enac](#) [Delta Air Lines](#) [Air Italy](#)
[Alpitour](#) [Trenitalia](#) [Federalberghi](#) [Emirates](#)

Link: <https://www.lagenziadiviaggi.it/travel-hi-tech-la-cina-da-lezione-al-mondo/>



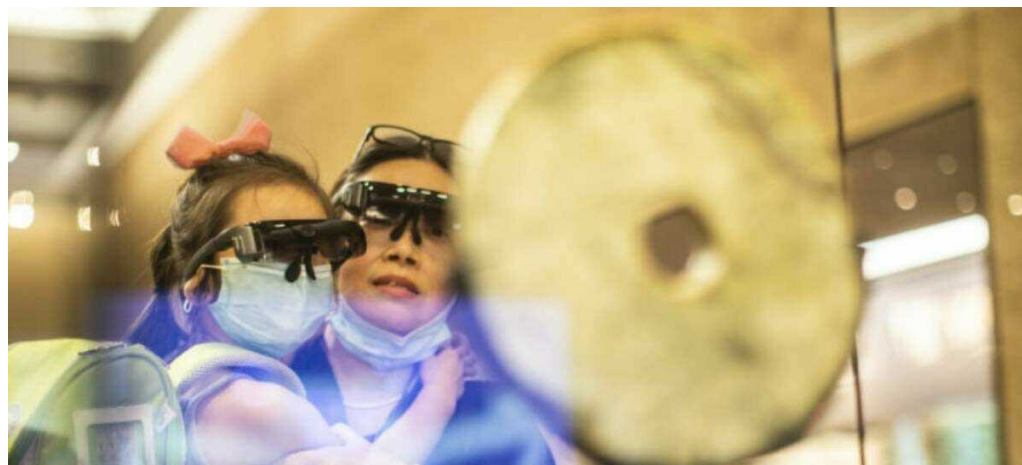
Chi siamo | Newsletter | Media Partner | Contatti | Pubblicità | Privacy policy

agenzia di viaggi magazine

NOTIZIE | STRUMENTI | LAVORO | ANNUARIO

Cerchi qualcosa?

Travel hi-tech, la Cina dà lezione al mondo



03 Gennaio 07:00 2022 da Roberta Moncada
Stampa questo articolo



Made in China fa sempre più rima con **hi-tech**. Ormai lontana dall'essere solamente la "fabbrica del mondo", il gigante asiatico – al momento chiuso al turismo – è sempre più all'avanguardia nelle tecnologie applicate al travel.

Se ne è parlato anche nel corso dell'ultima **Bto** di Firenze, dove tra gli altri sono intervenuti **Jane Sun**, ceo del gigante cinese Ctrip (Gruppo Trip.com) e **Ashley Dudarenok Galina**, esperta di universo digitale cinese, che in collegamento da Hong Kong e Shanghai hanno spiegato come la pandemia abbia accelerato ancora di più il processo di **digitalizzazione** del turismo cinese.

Il **new normal** cinese, infatti, vede sempre più cittadini – anche anziani – relazionarsi con tecnologie legate ai viaggi.

Non soltanto **QR code per i pass sanitari**, ma anche servizi sempre più capillari di **prenotazioni e acquisti online**, sia per contingentare gli ingressi nei siti turistici, che per effettuare un'esperienza di acquisto completamente touchless. E ancora, sottolinea Galina, «sempre più aeroporti (come quello di Pechino, ndr) e stazioni dei treni, si attrezzano con tecnologie di riconoscimento facciale e biometrico, per permettere agli ospiti un'esperienza sempre più touchless».

VIAGGI IN CLOUD. Ma la pandemia ha dato il via anche al fenomeno del **cloud traveling**. Come ha sottolineato Sun, durante il primo lockdown a marzo 2020 si è registrato il boom dei **live streaming** sulla piattaforma Ctrip grazie proprio agli esperimenti avviati dal suo direttore esecutivo **Liang Jianzhang**, che ha iniziato a organizzare dirette settimanali (chiamate "The Boss Livestreaming"), durante le quali lui in persona promuoveva pacchetti o prodotti turistici, generando transazioni che hanno raggiunto anche i 600 milioni di euro e spingendo la ripresa del mercato cinese interno.

Anche dopo il lockdown, però, i cinesi hanno continuato a mostrare apprezzamento per il cloud traveling, tanto che adesso le dirette dai posti più disparati del mondo – ma anche dalle zone più remote della Cina stessa – registrano **milioni di visualizzazioni** sui vari portali e app come **Douyin** (versione cinese di Tik Tok), o **Mafengwo** (una Ota molto in voga tra giovani e millennial). **Figgy**, Ota di proprietà di Alibaba, ha realizzato diverse campagne di destination marketing, facendo dirette in live streaming da diversi Paesi, tra cui anche l'Italia e la Francia.

REALTÀ AUMENTATA E VIRTUALE. Anche le **strutture ricettive**, con la pandemia, hanno avuto una forte spinta alla digitalizzazione. Sono sempre di più, e sempre più comuni, infatti, gli **smart hotel**, come quelli di **HuaZhu Group** (nella rubrica [Qui Pechino](#) ne avevamo già parlato) o come il **Flyzoo Hotel di Alibaba**, dove è possibile fare il check in completamente automatico, ricevere il room service da camerieri-robot e impostare la temperatura della propria stanza con comandi vocali.

Ma la tecnologia in Cina è centrale anche quando si visitano le attrazioni, soprattutto grazie alla sempre più comune **realtà aumentata** e alla realtà virtuale.

Sempre più musei e attrazioni in Cina si dotano di tecnologie di augmented reality (AR) o di virtual reality (VR) per intrattenere al meglio una clientela sempre più difficile da impressionare. Ad esempio l'**area archeologica di Liangzhu** (dal 2019 bene **Unesco**) permette, tramite l'uso di speciali occhiali chiamati Rokid Glass, di visualizzare animazioni interattive che permettono di fruire in maniera più dinamica e partecipativa della mostra. Una volta indossati gli occhiali, vengono presentate informazioni sovrapposte agli oggetti e alle reliquie del mondo reale. Simboli e totem incisi sulle reliquie appaiono quindi nel campo visivo di chi indossa gli occhiali e si può vedere e ascoltare un commento video e audio dedicato.

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati



viaggiOff

Un altro mondo

Guida ai viaggi 2022: sarà l'anno dei colori

Cercheremo di cogliere ogni colore possibile. Viaggeremo per stare bene, trascorrere del tempo con i nostri cari ma anche – dopo mesi di confinamento – per fare nuove conoscenze. E...

A Los Angeles il nuovo museo del cinema firmato Renzo Piano

Lo squalo di Steven Spielberg che accoglie i visitatori all'ingresso, le scarpette rosse di Dorothy del Mago di Oz, un'intera sala dedicata alle statuette degli Oscar: è nato un nuovo...

Valletta Underground, la storia di Malta nei cunicoli sotto la capitale

Arriva un nuovo suggestivo modo di visitare Malta, scendendo nel suo sottosuolo. Underground Valletta è il nome del nuovo sito culturale che permette di scoprire i sotterranei della capitale e...

Fuga d'inverno? Le altre Baleari tra storia e riserve naturali

Baleari, non solo mare. L'arcipelago spagnolo vuole strizzare l'occhio a tutti coloro in cerca di una destinazione dal clima mite per una fuga invernale, e rilancia le sue esperienze culturali...

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Ma ologrammi e riproduzioni di realtà aumentata sono usati soprattutto dai **parchi a tema**. Ad **Haining**, vicino a Shanghai, un parco divertimenti già dal 2018 attrae visitatori da tutto il Paese grazie agli spettacoli di acqua e luci con animali e figure virtuali. Lo **zoo di Guangzhou** consente ai visitatori di approfondire le informazioni sulle varie specie in una zona dedicata alla VR, mentre l'**acquario di Guizhou** presenta un muro di meduse virtuali sensibili al tocco.

A TUTTA GAMIFICATION. Sono molte, poi, le **attrazioni** – ma anche gli enti del turismo – che, per attrarre un pubblico sempre più giovane, investono nella gamification.

«I cinesi vedono il **gioco** come un'interazione sociale – ha affermato **Daniel Ahmad** analista senior dell'agenzia Niko Partners al magazine *Jing Culture* – è considerata la migliore attività sociale al prezzo più basso. I giocatori cinesi amano giocare a casa, ma anche sui mezzi pubblici, in un ristorante o in giro per la città e per fare shopping». Il colosso tecnologico **Tencent** (sviluppatore di WeChat e leader nella gaming industry in Cina) ha spesso collaborato con musei e gallerie per incorporare manufatti e monumenti nei giochi della piattaforma.

Un esempio di successo è **Genshin Impact**, un gioco di ruolo d'avventura caratterizzato da un ambiente fantasy ispirato a luoghi della vita reale nel Parco Nazionale di Huanglong. O ancora, il **Museo Sanxingdui**, nella provincia del Sichuan, nel sud-ovest della Cina. Il museo ha firmato un accordo di cooperazione con Tencent mettendo a disposizione la propria licenza IP (Intellectual Property) per ricreare *figures* (personaggi), paesaggi ed edifici a immagine e somiglianza di quelli contenuti e mostrati nel sito. Per le musiche, ospiterà promozioni con QQ Music e tramite una collaborazione con la app QQ Reading promuoverà opere legate alla cultura Sanxingdui.

PAROLA D'ORDINE "NTF". Ma l'industria culturale cinese fa già ampio uso anche dei **Ntf** – **Non Fungible Token**, ovvero unità di valore digitali non quantificabili.

L'esempio più emblematico in questo senso è quello delle **grotte di Mogao, situate vicino a Dunhuang**, nella provincia cinese di Gansu, anche queste un bene **Unesco**. A settembre ha lanciato una challenge su WeChat (in una sorta di mini-programma all'interno dell'app), in cui tutti i partecipanti alla sfida hanno avuto l'opportunità di vincere uno dei 9.999 Nft in edizione limitata (conciati sulla **blockchain** di Tencent autorizzata dal governo, Zxinchain), tramite cui potevano fruire in maniera esclusiva (e virtuale) dei dipinti nelle grotte di Mogao.

«Questi Ntf, che sono intrisi di arte e cultura tradizionali, sono il nostro regalo ai sostenitori degli sforzi di conservazione della grotta e stabiliscono un nuovo punto di riferimento nel settore», ha detto un portavoce del Dunhuang Research Institute.

DESTINAZIONE METAVERSO. C'è poi il capitolo **metaverso**. In Cina, già dal 2020 se ne parla e si investe in brevetti e in personale ad hoc. Proprio **Tencent**, già nell'agosto 2020, secondo molti osservatori, era l'azienda più avanti per quanto riguarda la spertimentazione proprio per la sua partecipazione in piattaforme di videogame. Nel settembre 2021, ovvero prima che Facebook annunciasse il rebranding in Meta, l'azienda aveva registrato 100 marchi con la parola metaverso. E a ottobre è arrivata anche Alibaba.

La città di **Zhangjiajie** – nella provincia meridionale dell'Hunan – è stata definita dalle autorità cinesi "il primo centro di ricerca e sviluppo (R&S) del metaverso al mondo". E anche se non è stato ben specificato cosa questo voglia dire, ci conferma una cosa molto chiara: nella corsa alla tecnologia per il turismo la Cina non ha intenzione di stare a guardare.

Articolo "taggato" come:

Alibaba • Cina • Ctrip • Fliggy • Jane Sun • Trip.com • WeChat

Categorie

[Destinazioni](#) [Qui Pechino](#)

L'Autore



Roberta Moncada

Roberta Moncada: Sinologa ed esperta di turismo cinese. Ha vissuto diversi anni in Cina, per poi tornare in Italia, dove attualmente lavora per diversi Tour Operator come accompagnatrice turistica ed organizzatrice di tour ed attività enogastronomiche per turisti cinesi.

[Guarda altri articoli](#) >

Nella stessa categoria



WEB

I più letti della Settimana

1 **Omicron rovina le feste.**
«Ma la Cig sarà prorogata»

Facebook

Twitter

TravelD



L'Agenzia di Viaggi
magazine
2 weeks ago

→ Arriva il primo aereo di Ita Airways - Italia Trasporto Aereo con la nuova livrea azzurra. Si tratta di un #Airbus A320 dedicato allo storico campione della nazionale italiana di calcio, #PaoloRossi. Il nuovo aereo farà il suo primo volo, l'AZ 2044, il 24 dicembre alle ore 15.00 sulla tratta Roma-Milano → #itaairways

[Photo](#)

[View on Facebook](#) · [Share](#)

Cerca nei TAG

Qatar Airways Enac Delta Air Lines Air Italy
Trenitalia Alpitour Federalberghi Mibact
Emirates Lufthansa Flaviel easyJet Eto Enit
Costa Crociere Msc Crociere Iata Ryanair
Coronavirus Alitalia

 **CRONACA**

**Covid, curva dei contagi sale ancora.
Terza dose per tutti, ma quando?**

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

 **CRONACA**

**Covid Italia, Gimbe: in una settimana
+38% casi e +15% ricoveri**

 **CRONACA**

**Dati Covid di oggi 11 novembre.
Veneto oltre 1.000 contagi.
Bollettino: ricoveri e decessi**

 **CRONACA**

**Serie su San Patrignano, Muccioli
querela Netflix "Immagine distorta"**

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Robin Srl
Società soggetta a direzione e coordinamento di Monrif
Dati societari ISSN Privacy Impostazioni privacy

Copyright© 2021 - P.Iva 12741650159

CATEGORIE

Contatti
Lavora con noi
Concorsi

ABBONAMENTI

Digitale
Cartaceo
Offerte promozionali

PUBBLICITÀ

Speed ADV
Network
Annunci
Aste E Gare
Codici Sconto

Pubblicato il **24 novembre 2021**

di VINCENZO BURGIO

Articolo / Il futuro del turismo Cinque giorni di Bto



POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



Enel, verso il 100% rinnovabili. Fonti fossili addio entro il 2040



La prima giornata di questa cinque giorni ha messo in mostra **sfaccettature diverse** di come si stanno evolvendo i mercati, ma ancor di più di come questi si stanno adeguando ad un mercato che sembra sempre più 4.0 e orientato al digitale.

Una manifestazione, nata e radicata a **Firenze** ormai da anni, che come sempre schiaccia l'occhio a quel binomio fra turismo e innovazione, provando ad anticipare i trend prima ancora che le mode, di ogni tipo, prendano il sopravvento. Un po' com'è stato quando si parlò per la prima volta di quel "portale" che poi diventò "Airbnb".

Ed allo stesso modo, anche quest'anno la **BTO** - acronimo di "**Be travel onlife**", organizzato da **Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana**, per conto della Regione Toscana e della Camera di Commercio di Firenze - scava all'interno di quelle nuove tecnologie che hanno come obiettivo il benessere del consumatore finale.

La giornata è iniziata con i saluti istituzionali che per un evento come questo non potevano mancare, anche se del cartellone previsto sono mancati i saluti del Ministro del Turismo **Massimo Garavaglia** che per impegni inderogabili non ha potuto prendere parte all'evento.

Ma la mattinata è entrata subito nel vivo con **Roberta Garibaldi** di "Enit" che è stata il primo "ologramma" - grazie all'azienda pisana Alkedo produzioni - della giornata, focalizzandosi sul futuro del turismo eno-gastronomico. Secondo i dati Ipsos - istituto specializzato in ricerche di mercato e sondaggi politici - la **Toscana** si trova sul podio ma con la medaglia d'argento al collo. Prima la Sicilia, ed a seguire l'Emilia Romagna.

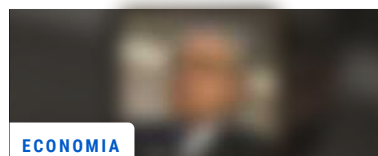
Classifica che si basa sulle capacità di raccontare le proprie eccellenze **eno-gastronomiche**. Sul punto però la **Bto** ci tornerà il 29 novembre, con un focus sul "**Food and wine**" insieme alla docente **Roberta Milano**. La Milano ha infatti anticipato che "Il focus è sul turismo. Ma c'è anche da dire che il turista, oggi, va alla ricerca di cose nuove. Cose nuove che però, per noi, sono cose vecchie - ha spiegato il responsabile del settore food e Wine della **Bto** - per questo motivo il futuro va incentrato su nuovi format che raccontano **modi, metodi e prodotti tradizionali**".

Insomma, un modo tutto nuovo (o vecchio) di fare turismo **eno-gastronomico** che però si sposa perfettamente anche con l'evoluzione tecnologica in campo alberghiero. Come ha spiegato **Marco Gilardi** di NH Hotel Group mentre dal suo ufficio di Roma si è collegato in "Holopresenza" direttamente a **Palazzo Vecchio** spiegando come l'esperienza del turista, in

WEB



Riforma fiscale 2022, via aliquota Irpef: così calano le tasse



Resta leader di mercato nel segmento scooter

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



Caro-petrolio, Biden attinge alle riserve



ECONOMIA

Tim, il destino della rete agita Piazza Affari



ECONOMIA

Amazon e Apple multa da 200 milioni

futuro, partirà direttamente dal centro ricettivo.

“Chattare con la reception, vedere in diretta i servizi dell'albergo o chiedere **dell'acqua aggiuntiva**. Tutto a portata di mano - ha detto il rappresentante delle catene di hotel - basta un cellulare ed il viaggio parte già dal terrazzo della propria stanza”.

E se lui ci ha spiegato, in linea generale, come sarà il mercato alberghiero del prossimo futuro, a dirci invece come il turista sarà indirizzato nelle sue scelte ci ha pensato **Google** con il panel dedicato a “Google trends” e “Google destination insights”. Infatti, attraverso **Furio Gianforme** e **Giovanni Benassi** ha mostrato com'è cambiato il trend dei viaggiatori e di come questo si possano indirizzare, in base alle tracce che ognuno di noi lascia in rete.

“La sfida - ha spiegato Benassi durante il suo intervento - è quella di avere **delle insights** e tenere traccia dei trend della domanda. È importante confrontare dati come le città, i paesi e le ricerche effettuate”. Ricerche che mostrano come il podio, per quanto riguarda la Toscana, è composto da **Firenze, Siena e Pisa** o ancora come in Italia la più ricercata sia **Roma**, seguita da Milano, Venezia e poi Firenze. “Questi dati - conclude il relatore - ci permettono di fare delle previsioni sul futuro”.

L'evento è proseguito anche nel pomeriggio, con “pillole” di circa venti minuti sull'innovazione e sul turismo, come l'anticipazione sul futuro del business travel del professore **dell'Università degli Studi di Firenze**, Antonio Preiti. Tema che poi continuerà giorno 30, durante la giornata dedicata, dalle 17 in Camera di Commercio. O ancora l'intervento del fondatore del “The student hotel” Charlie MacGregor.

La Bto2021 continuerà anche giovedì e venerdì al co-working “Nana bianca”, per poi riprendere lunedì 29 e martedì 30 - giornata di chiusura - alla Camera di Commercio.

© Riproduzione riservata



Robin Srl
Società soggetta a direzione e coordinamento di **Monrif**
Dati societari **ISSN** **Privacy** **Impostazioni privacy**
Copyright© 2021 - P.Iva 12741650159

CATEGORIE

Contatti
Lavora con noi
Concorsi

ABBONAMENTI

Digitale
Cartaceo
Offerte promozionali

PUBBLICITÀ

Speed ADV
Network
Annunci
Aste E Gare
Codici Sconto

COVID TOSCANA COVID ITALIA OMICRON ZONA ARANCIONE ALBERI NATALE E PRESEPI LUCE PECORE ELETTRICHE

CRONACA SPORT COSA FARE POLITICA ECONOMIA CULTURA SPETTACOLI EDIZIONI

Cronaca di Firenze Cosa Fare Sport

[Home](#) > [Firenze](#) > [Cronaca](#) > [L'Export Traina La Ripresa,...](#)

Publicato il **23 dicembre 2021**

L'export traina la ripresa, consumi in risalita "E ora lavoriamo uniti per il nostro territorio"

La fotografia economica della Camera di commercio: Firenze in salute dopo la fase critica della pandemia. Ma non tutti sorridono

di OLGA MUGNAINI



POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

CRONACA

Zona arancione e gialla in Italia: le regioni a rischio. Quando possono cambiare, i dati

di Olga Mugnaini A guardare l'andamento del Pil sul territorio fiorentino si risolveva il morale. Ma poi, come accade con i numeri, c'è sempre da inquadrare contesto e prospettive. Con l'aggiunta che, facendo la media, il grande successo di qualcuno di solito fa pari con la crisi di qualcun altro. E per certi aspetti è così: la ripresa post Covid c'è e bella vigorosa, ma non per tutti. A fare l'analisi dell'economia della città metropolitana è la Camera di commercio attraverso i dati del suo Ufficio studi (fonte Prometeia), da cui emerge che nel 2021 il Pil del territorio crescerà...



CRONACA

Restrizioni Natale e Capodanno: cosa ha detto Draghi. Dai tamponi alle Ffp2, le misure



CRONACA

Dal film con Verdone alla Serie A. Il bimbo di 'Viaggi di nozze' in porta con la Samp

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



CRONACA

Scoperto feto di dinosauro Ha 70 milioni di anni

LA NAZIONE

CRONACA

Il nemico del T.rex dai denti di squalo



CRONACA

Mascherine Ffp2 al chiuso, il Green Pass durerà 5 mesi. Omicron, si allarga la stretta

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Robin Srl
Società soggetta a direzione e coordinamento di **Monrif**
Dati societari **ISSN** **Privacy** **Impostazioni privacy**

Copyright© 2021 - P.Iva 12741650159

CATEGORIE

Contatti
Lavora con noi
Concorsi

ABBONAMENTI

Digitale
Cartaceo
Offerte promozionali

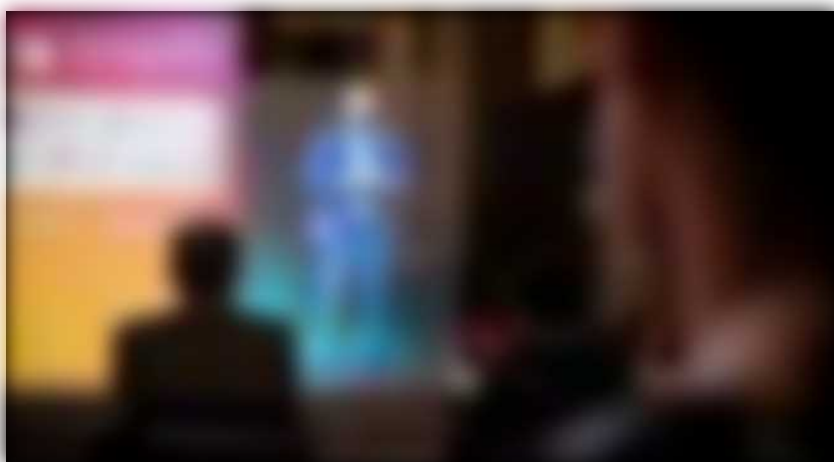
PUBBLICITÀ

Speed ADV
Network
Annunci
Aste E Gare
Codici Sconto

Publicato il **24 novembre 2021**

La kermesse sul futuro del turismo ha proposto una soluzione tecnologica inedita in Toscana

Articolo / Il digitale e il turismo: Bto, ecco l'hotel del futuro. Così chatteremo con la reception



L'ologramma di Marco Gilardi, dirigente di NH Hotel Group

Firenze, 24 novembre 2021 - Dagli ologrammi, alla realtà aumentata passando per quella virtuale: **l'azienda pisana Alkedo** produzioni, stupisce tutti e fa un salto nel futuro. Durante la giornata inaugurale della BTO, a Palazzo Vecchio,

WEB

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



51 Xiaomi Store apriranno nello stesso giorno, contemporaneamente



WhatsApp, attenti a questo messaggio! Vi ruba l'account e tutti i vostri dati. Come difendersi

gli ologrammi interagiscono con i presenti.

Sembra surreale, dieci anni fa probabilmente sarebbe stato un argomento da bar, con gli amici, dopo un film al cinema. Oggi, invece, non è più così: durante la **BTO** di oggi sono ben quattro interventi in "Holopresenza" - così li chiama una dei soci dell'azienda di produzione audiovisiva, **Margherita Tennirelli** - nel "**Salone dei Cinquecento**".

Originaria della Sicilia, di Catania, ma da sempre vive in Toscana. Ha la passione per la comunicazione - con trascorsi istituzionali all'interno dell'amministrazione pisana - ma con la voglia di guardare avanti, molto avanti. "Il nostro pallino - ha detto la Tennirelli - è da sempre la tecnologia audiovisiva 4.0".

E sembrano esserci riusciti: di mattina, l'Ad. di Enit, **Roberta Garibaldi**, ha parlato delle prospettive del turismo eno-gastronomico, poi NH hotel ha raccontato, attraverso **Marco Gilardi**, come si sta evolvendo il settore alberghiero e Massimo Canducci di "Engineering", invece, di come si devono comportare gli operatori per essere preparati al turismo che verrà. Il tutto, direttamente dal proprio ufficio, attraverso una proiezione, l'ologramma per l'appunto, interagendo in tempo reale con il pubblico.

"A Roma - spiega la responsabile di **Alkedo** - c'è una postazione di ripresa che fa un lavoro particolare adattando la trasmissione alle immagini. Il collegamento ha una latenza bassissima garantendoci la continuità. Noi vediamo il relatore, ma questo è proiettato su un vetro trattato".

Un semplicissimo vetro, che in realtà nasconde al suo interno una tecnologia tale da permettere questo, ma anche altro. "L'importante è **l'applicazione futura** - continua la Tennirelli - per gli ologrammi ci sono molte tecniche che permetteranno di fare scenografie per teatri, di portare su un palco attori lontani e perché no, fare anche dei concerti".

Insomma, un futuro che potrebbe essere tutto "un'illusione" ma che per farlo serve, secondo l'Alkedo, che venga "diffusa la cultura innovativa, sfruttando le tradizioni e le esigenze. Siamo ancora all'inizio e c'è tanto da lavorare".

Nel pomeriggio di mercoledì, l'ultimo ologramma sarà **Gabriele Burgio** di "Alpitour World" che affronterà il tema del lavoro del tour operator del futuro. Giovedì invece, al co-working "Nana bianca", ci sarà un panel dedicato alla Alkedo con il Ceo Sergio Piane che interverrà nel pomeriggio.

Vincenzo Burgio

© Riproduzione riservata

TECH

HONOR 60 è ufficiale! Ecco il design e svelata la data di lancio

PRODOTTI MIGLIORI DI TECNOLOGIA

PRODOTTI MIGLIORI

Hisense Days: tv a prezzi mai visti

PRODOTTI MIGLIORI

Amazon Music: tre mesi d'uso gratuito

PRODOTTI MIGLIORI

Libri noir: i più venduti su Amazon

BEST

Telecamere da interno ed esterno e videosorveglianza

BEST

Ripetitori e router TP-Link in offerta

Publicato il **28 novembre 2021**



POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



Il Green pass rafforzato piace agli italiani. Ma più della metà teme per le feste



Variante isolata a Milano, è allarme. Ecco perché Omicron fa paura

italiano dedicato al connubio tra innovazione e turismo. A parlarne, durante un incontro dal titolo "I borghi italiani tra conservazione e innovazione per un'offerta turistica più sostenibile" è stato il primo cittadino di Santa Fiora, Federico Balocchi. "Sono rimasto piacevolmente impressionato - ha commentato il sindaco - dagli attestati di apprezzamento per il progetto che sono arrivati da parte di tutti gli interlocutori. Un bel riconoscimento per l'esperienza che stiamo portando avanti a Santa Fiora. Il progetto ha dato dei risultati importanti: in due anni hanno risposto al nostro bando oltre 20 lavoratori che si sono trasferiti per il periodo previsto a Santa Fiora, alcuni di essi con le famiglie. E tra questi 5 hanno deciso di trasferirsi in modo permanente a Santa Fiora".

© Riproduzione riservata



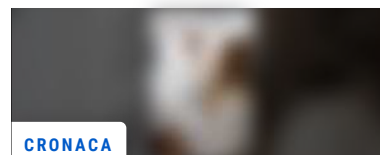
Fare ginnastica? Basta il Pass 'base'

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

LA NAZIONE

CRONACA

Le nuove norme per chi va a sciare



CRONACA

Ristoranti e bar senza limitazioni

LA NAZIONE

CRONACA

Garantito il lavoro a 900mila addetti

Robin Srl

Società soggetta a direzione e coordinamento di Monrif

Dati societari **ISSN** **Privacy** **Impostazioni privacy**

Copyright© 2021 - P.Iva 12741650159

CATEGORIE

Contatti
Lavora con noi
Concorsi

ABBONAMENTI

Digitale
Cartaceo
Offerte promozionali

PUBBLICITÀ

Speed ADV
Network
Annunci
Aste E Gare
Codici Sconto

tutto nuovo - "Be Travel Onlife" - che continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento, di cui si è discusso nell'ultima edizione e che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia. BTO2021 si snoderà in **5 giornate tematiche – 24, 25, 26, 29 e 30 novembre** – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore, alcuni intervverranno in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma. 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.

Il tema che farà da filo rosso degli oltre **100 appuntamenti in programma è "New Frictionless World"**, letteralmente "un nuovo mondo senza attrito", che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di BTO2021, Francesco Tapinassi: "La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un "new frictionless world" nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19".

Il taglio del nastro è in programma **il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio**, a Firenze con due sessioni di lavoro: "Visione", con ospiti da tutto il mondo e "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro main topic (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso delle "round table" a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di **Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze** ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Digital Innovation, il 26 novembre è Destination, il 29 novembre è Food & Wine e il 30 novembre è Hospitality.

Maggiori informazioni www.bto.travel

R.C.

CRONACA

Roma, aggredisce l'ex e, allontanato, ci riprova: i militari, appostati, lo arrestano

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

CRONACA

Mappa Ecdc: in Italia 3 regioni in rosso. Le altre quasi tutte gialle

CRONACA

Covid, 100 casi tra pellegrini Medjugorje. Quasi tutti non vaccinati

CRONACA

Vaccino Covid terza dose: come prenotare regione per regione

Publicato il **22 novembre 2021**

Articolo / Alleanza per il turismo di qualità Camera di Commercio chiama gli Uffici



WEB

Super Green pass, il governo frena. Le mosse di Draghi

Toscana, si snoderà in altre 4 giornate tematiche – 25, 26, 29 e 30 novembre – in un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore. "Con Bto la Toscana torna protagonista del dibattito nazionale e internazionale" commenta Leonardo Marras, assessore al turismo della Regione Toscana.



L'opening day di domani si aprirà con gli interventi del ministro del Turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Toscana Eugenio Giani insieme all'assessore comunale al Turismo Cecilia Del Re, al presidente della Camera di Commercio di Firenze Leonardo Bassilichi e al direttore scientifico di Bto Francesco Tapinassi. Gli ologrammi di Roberta Garibaldi ad di Enit, Marco Gilardi operations direction Italy & Usa Nh Hotel Group, Massimo Canducci chief innovation officer engineering e Simone Puerto founder Travel Singularity faranno la loro apparizione sul palco del Salone di Cinquecento, in dimensione reale, interagendo con i moderatori. "Grazie agli ospiti e alle ricerche che presenteranno in anteprima manteniamo il mood della manifestazione: guardare sempre avanti" aggiunge Tapinassi.

Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze, invece, ospiteranno le altre quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre con Digital Strategy & Innovation, sezione curata da Giulia Eremita e Rodolfo Baggio, il 26 novembre con Destination che vede la regia di Emma Taveri; il 29 novembre c'è Food & Wine, topic a cura di Roberta Milano; il 30 novembre ecco Hospitality, giornata coordinata da Lara Fantoni. "Bto è un'occasione importante per la nostra città, i più grandi protagonisti del mondo si ritroveranno a Firenze per ripensare al modello del turismo" sottolinea Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio. Se per Massimo Manetti, presidente PromoFirenze, "Bto è un trampolino di lancio - le sue parole - per riportare Firenze alla ribalta dei riflettori internazionali", Francesco Palumbo, direttore di Fondazione Sistema Toscana, conclude: "Racconteremo come stiamo organizzando in maniera altamente competitiva il sistema di booking regionale attraverso una nuova architettura del sito regionale Visittuscany.com e ci confronteremo con le altre regioni".

R.C.

© Riproduzione riservata



"Era un uomo pericoloso, non andava liberato"

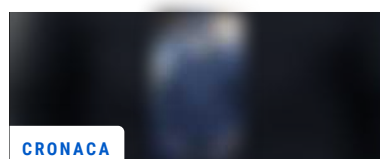
POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



Tratta di nigeriane con riti voodoo Quaranta arresti



Stalking, processo immediato a Varriale Il legale: "Nessuna prova, sarà proscioltto"



Novantenne si trasferisce dai parenti per dei problemi di salute E ritrova la sua...

Pubblicato il **22 novembre 2021**






Super Green pass a dicembre: cos'è e cosa prevede. Le ultime notizie

titolo **'Il futuro del turismo business in Italia'**, la sezione dedicata a Google trends e Google destination insights, la ricerca 'Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia. Bto è un evento di 'Regione Toscana' e 'Camera di commercio di Firenze', organizzato da Toscana promozione turistica, PromoFirenze e Fondazione sistema toscana.

"Questi cinque giorni - ha commentato il presidente della Regione Toscana Eugenio Giani - sono molto importanti perché ci consentono di focalizzare l'espressione di una ripresa attraverso politiche del turismo che in Toscana abbiamo già visto sta caratterizzando la regione come una delle più attrattive in assoluto a livello europeo". "Quando 13 anni fa è partito - ha detto l'assessore al turismo, Leonardo Marras - Bto era un esercizio quasi da pionieri, oggi il digitale per il turismo è l'elemento essenziale, centrale, quindi capire dove si va è fondamentale. Ma è anche l'occasione per misurare le nostre azioni, per essere al passo con i tempi, per capire dove si va e per rendicontare quanto fatto e programmare il futuro".

© Riproduzione riservata



CRONACA

Terza dose vaccino dopo 5 mesi: c'è l'ok di Speranza

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

CRONACA

Cagliari, mafia nigeriana e riti voodoo: 40 arresti. "Maledizioni e minacce al telefono"

CRONACA

Napoli, muore di Covid, su manifesto funebre: "Aveva fatto tutte e due le dosi di vaccino"

CRONACA

Covid Campania, 22 novembre: 591 nuovi positivi e 7 morti. Contagi al 4,11%

Robin Srl
Società soggetta a direzione e coordinamento di **Monrif**
Dati societari **ISSN** **Privacy** **Impostazioni privacy**

Copyright© 2021 - P.Iva 12741650159

CATEGORIE

Contatti
Lavora con noi
Concorsi

ABBONAMENTI

Digitale
Cartaceo
Offerte promozionali

PUBBLICITÀ

Speed ADV
Network
Annunci
Aste E Gare
Codici Sconto

Video

Boom del turismo enogastronomico in Italia

30 Novembre 2021 Redazione ItalPress, Pillole

Boom per il turismo enogastronomico in Italia nel 2021. Tra gennaio e ottobre, il Belpaese è primo tra le mete più golose nel mondo, seguito da Francia e Giappone. È quanto emerge da una ricerca Ipsos e dalle tendenze presentate da Google nel corso di [BTO](#) – [Be Travel Onlife](#).

mgg/sat/red

Condividi:

- Twitter
- Facebook
- Telegram
- Stampa

← [Carabinieri ed Enel più vicini per la tutela del Paese](#)

[L'inflazione corre ancora, è ai massimi degli ultimi 13 anni](#) →

[Potrebbe anche interessarti](#)



Colombo-gol, l'Under 21 batte 1-0 il Montenegro

7 Settembre 2021



De Luca: "Necessario recuperare il 20 per cento di occupazione al Sud"

22 Settembre 2021



Afghanistan, atterrato a Fiumicino volo rimpatrio italiani da Kabul

16 Agosto 2021

Categorie

- Ambiente
- Attualità
- Cronaca
- Cucina
- Cultura
- Economia
- Esteri
- Il tempo di un caffè
- Interviste
- Italpress
- Mamme Social
- Meteo
- Moda
- Musica
- News
- News Recenti
- Personaggi
- Politica
- Salute
- Senza categoria
- Spettacolo
- Sport
- Televisione
- Video

Tag

alessandro miani andrea iannuzzi angelo deiana beppe convertini canale 5 cina confassociazioni conte coronavirus covid Covid19 democrazia cristiana fareambiente fase 2 forza italia gianfranco rotondi gianluca mech giuseppe conte governo

imprese inapp INT **ItalPress** lavoro linea verde Lockdown malattie rare MARATEALE mediaset

musica partite iva **Pillole** Rai riccardo alemanno rocco papaleo Roma salute sara manfuso scuola sebastiano fadda sima spettacolo turismo tv uniamo

Meta

- Accedi
- Feed dei contenuti
- Feed dei commenti
- WordPress.org

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Gli autori del sito web non sono responsabili del contenuto dei commenti ai post, né del contenuto dei siti linkati i quali possono essere soggetti a variazioni nel tempo.

Alcune immagini inserite in questo sito web potrebbero essere tratte da Internet e, pertanto considerate di dominio pubblico, così come alcuni articoli.

Qualora la loro pubblicazione violasse eventuali diritti d'autore, vogliate comunicarcelo (contattandoci [qui](#)) e saranno subito rimossi.

>> **Italpress**

Quick Links

[Home](#)
[Chi Siamo](#)
[Contattaci](#)
[Cookie policy \(EU\)](#)
[Privacy Policy](#)
[Termini e condizioni](#)

Recent Post

[Pecoraro Scanio incontra Armao: "C'è impegno per Zone franche montane"](#)
[Sanità, Zingaretti: "La Regione Lazio oggi è un modello da seguire"](#)
[Gemelli Giglio Medical Partnership, Razza: "Colmato vuoto in Sicilia"](#)
[Covid, De Luca: "In Campania altri 5 contagiati da variante Omicron"](#)
[Covid, 12.764 nuovi casi e 89 decessi in 24 ore](#)

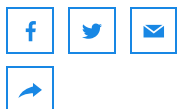
Categorie

[Ambiente](#)
[Attualità](#)
[Cronaca](#)
[Cucina](#)
[Cultura](#)
[Economia](#)
[Esteri](#)
[Il tempo di un caffè](#)
[Interviste](#)
[Italpress](#)
[Mamme Social](#)
[Meteo](#)
[Moda](#)
[Musica](#)
[News](#)
[News Recenti](#)
[Personaggi](#)
[Politica](#)
[Salute](#)
[Senza categoria](#)
[Spettacolo](#)
[Sport](#)
[Televisione](#)
[Video](#)

Link: <https://www.lextra.news/santa-fiora-il-sindaco-alla-bto-di-firenze-per-parlare-del-progetto-smart-village/>

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Condividi:



HOME / ADNKRONOS

Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti



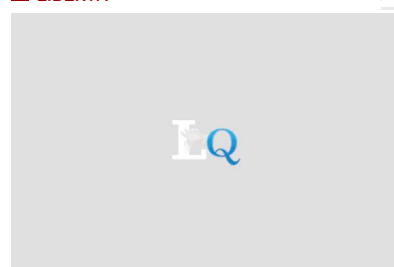
03 dicembre 2021

a a a

Roma, 3 dic. (Labitalia) - Oltre 10mila visualizzazioni da remoto, 274 speaker esperti della Travel Industry, 102 eventi distribuiti in cinque giornate e tre diverse location, con ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: si è chiusa a Firenze la prima edizione ibrida di Bto-Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana. Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano nel novembre 2022. L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da 24 Paesi nel mondo. Nella top 10: Italia, Usa, Finlandia, Austria, Svizzera, Uk, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone.

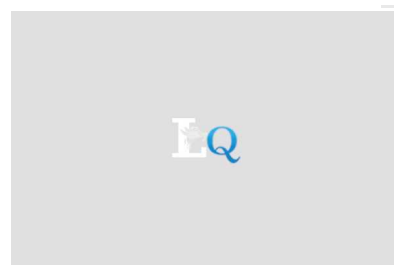
Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di Bto, hanno partecipato attivamente alle 4 tematiche protagoniste dell'edizione 2021, totalizzando oltre 10.000 presenze live agli eventi. Il più seguito in termini di presenze, il Digital Innovation & Strategy Day, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle Destination, quella specificatamente riservata al mondo Hospitality e quella dedicata al Food & Wine Tourism. Una tendenza forse destinata a cambiare, considerando il fatto che proprio il turismo enogastronomico è emerso come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine.

LIBERTÀ



Firmate su "change.org": Quirinale, il centrodestra può stare in corsa con chi gli pare | La petizione

IL RETROSCENA



"Mario Monti? Con chi era al ristorante". Dago-bomba, incubo al Quirinale: il piano del Loden

QUALE FUTURO

Non è l'Arena, che fine fa Massimo Giletti? Il 'golpe' del mercoledì sera, le voci che scuotono La7

IL TIC

"Dispensa odio contro di me e guadagna così". Meloni demolisce Saviano: l'ultima vergogna | Guarda

Su MyBtoO, la piattaforma online di Bto 2021, le attività dedicate alle quattro tematiche chiave hanno superato i 75.000 minuti. Conclusa la Bto Week, la manifestazione adesso prosegue per gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, dando la possibilità di rivivere online gli eventi con 5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica integralmente fruibili sul web.

"Questa tredicesima edizione di Bto - commenta Leonardo Marras, assessore all'Economia e al Turismo della Regione Toscana - è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo. Bto per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022".

"Il successo di questa edizione di Bto è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business. La Bto è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati", dice Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze.

"Un grazie a tutti coloro - dichiara Francesco Tapinassi, direttore scientifico di Bto2021 - che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema della sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i 274 speakers, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesse di fare una Bto del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel".

In evidenza

Video



Vaccino, la profezia di Roberto Speranza: "Cento milioni di somministrazioni", ecco quando



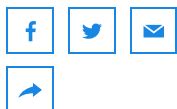
il sondaggio

Secondo voi Cacciari fa bene a continuare ad andare in tv?



VOTA

Condividi:



HOME / ADNKRONOS

Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani



26 novembre 2021

a a

Roma, 26 nov. (Adnkronos/Labitalia) - Ci sarà sempre più digitale nel futuro del viaggio, non solo in chiave di esperienze virtuali, ma prima di tutto dal punto di vista della programmazione: i big data sono sempre più importanti per le politiche turistiche. E' quanto è emerso oggi, durante la terza giornata di Bto-Be Travel Onlife, evento leader per turismo e innovazione, in corso a Firenze. In occasione del Destination Day tanti i rappresentanti di Comuni, Regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post-Covid.

"Il futuro passa da decisioni sempre più data-driven. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori", dichiara Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company. "La sostenibilità - prosegue - rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni, per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute".

FESTIVITÀ DA DIMENTICARE



La madre di 22 figli in rovina per Natale: a cosa si è ridotta Sue Radford

FINANZIERI ALLA CONTINASSA



Perquisizione in casa Juve, cosa non torna sulle plusvalenze: non solo Agnelli, chi finisce sotto inchiesta

BRUTTA SITUAZIONE

"Lockdown a gennaio?". Pregliasco, lo scenario da incubo per colpa della variante sudafricana: "C'è un fatto inquietante"

A OTTO E MEZZO

A sposare la linea della sostenibilità anche la Svizzera. "Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Stiamo attraversando un momento epocale in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere", dice Federico Haas, presidente Hotellerie Suisse Ticino.

Se la pandemia ha fatto riscoprire le vacanze all'aria aperta e il contatto con la natura, il Veneto sta puntando sul turismo lento. "E in particolare sul cicloturismo e sul sistema dei cammini - afferma Stefan Marchioro, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto - che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico".

Il digitale si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. "Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la Toscana - rilancia Francesco Palumbo, direttore Fondazione Sistema Toscana - prima di tutto attraverso l'implementazione del portale Visittuscany.com, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico".

Punta sul web anche la Puglia, "per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l'identità e la pugliesità sono al centro del nostro racconto online", conclude Bianca Bronzino, dell'Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione.

**"Tutti tacciono".
Crisanti, siluro dalla
Gruber sul vaccino ai
bambini: "Cosa si
potrebbe scoprire
improvvisamente"**

EQ

In evidenza

Video

EQ

**"La situazione epidemiologica
tende ancora a peggiorare":
Rezza in allarme**



il sondaggio

**Covid, aumento dei contagi:
annullereste i vostri viaggi di
Natale e Capodanno?**

EQ

VOTA



Cultura

17 Novembre 2021

Bto 2021 | Firenze si trasforma nella capitale del travel onlife



Cento appuntamenti, cinque giornate tematiche, format ibrido online e in presenza, per la 13a edizione della **BTO week** che avrà per tema "New Frictionless World". Per fare il punto sul turismo enogastronomico e sul mondo del lavoro ci saremo anche noi



Europea

il quotidiano sull'Unione europea

Il lavoro che verrà

x The Adecco Group

Linkiesta

LinkiestaClub

sostieni Linkiesta



Spunto

La minaccia per la libertà è rappresentata dai fan di Orbán, non certo dai fan di Zan

Il dibattito sui difetti della legge Zan, il carattere troppo vago o invece troppo ideologico di alcune sue formulazioni, le critiche della chiesa a questo o quell'articolo del ddl e le proteste degli anticlericali contro le ingerenze della chiesa, comunque la pensiamo nel merito, non dovrebbe farci perdere di vista dove sta il dito e dove sta la luna.

Linkiesta Store

LinkiestaClub

Entra nel Club, sostieni Linkiesta

da 60€ /anno

ENTRA



Dal 24 al 30 novembre sta per tornare a Firenze, in presenza e online, **Bto**, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa 13a edizione ha scelto il tema il concetto di *onlife*, ovvero la continua interazione tra la realtà materiale e analogica e la realtà virtuale e interattiva. **Bto2021** si snoderà in 5 giornate tematiche - 24, 25, 26, 29 e 30 novembre - e si annuncia come un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore, alcuni interverranno in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma.

All'evento parteciperà anche Gastronomika con un panel condotto dal direttore Anna Prandoni, che affronterà il tema del lavoro nella ristorazione e nell'ospitalità, argomento spinoso e di stretta attualità.

Il focus legato al turismo enogastronomico è fissato per il 29 novembre e sarà l'occasione per fare il punto su un settore in costante crescita: la presenza di esperienze legate al food risulta importante per il 71% delle persone quando scelgono la meta di viaggio. Da qui nascono i due obiettivi della giornata: da una parte fornire chiavi di lettura del cambiamento in atto con le interviste al direttore creativo del Padiglione Italia a Expo Dubai, Davide Rampello, e alla filosofa Maura Gancitano che aiuteranno il pubblico a capire come mantenere la nostra centralità e non venire usati da tecnologie e digitale; in secondo luogo, forniranno strumenti concreti, stimoli e idee per agire nell'immediato. Importante, quindi, la presenza dei grandi player della comunicazione digitale: Google, con Fabio Galetto, parlerà delle novità nelle ricerche sul tema sostenibilità, Facebook-Instagram, con Danilo Campisi, spiegherà le nuove funzionalità di promozione per ristoranti e imprese locali; TikTok, con Giuliano Cini, Brand Lead TikTok Italia e Gabriele Colasanto di Mondadori Media per raccontare il boom nel mondo food.

Ipsos presenterà una ricerca aggregando dati internazionali e nazionali riletti in chiave turistica mentre **Consorzio del Parmigiano Reggiano** porterà sul palco il mediometraggio appena prodotto, un modo tutto nuovo per modificare linguaggi, contenuti e pianificazioni tradizionali. Tra gli altri i temi il vino e l'enoturismo, con **Merano Wine Festival**, **Prosecco Docg**, **BuyWine** e il **Tempio del Brunello**; i grandi eventi della ristorazione - **The World's 50 Best Restaurants** e le **Guide Michelin** - per indagare legami e ricadute sul turismo; la tracciabilità dei prodotti alimentari e le soluzioni tecnologiche che creano un legame univoco con il territorio e combattono la contraffazione; la pizza come destinazione e il peso del riconoscimento Unesco: il food delivery, il branding dei ristoranti, anche quelli interni agli hotel per arrivare al tema del momento: la carenza di personale per hotel e ristoranti.

A legare i cento appuntamenti in programma sarà "New Frictionless World", letteralmente "un nuovo mondo senza attrito", che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di Bto2021, **Francesco Tapinassi**: «La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di *touch point* fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un "new frictionless world" nel turismo, partendo dalla fine della più grande *friction* degli ultimi decenni, la

WEB



T-SHIRT

Sex & Draghi & Rock & Roll

€20.00

COMPRA



PAPER

Gli anni del populismo

€10.00

COMPRA



K

K - La rivista letteraria de Linkiesta. Volume 3, Città

€20.00

COMPRA

Più Letti

1

House of cancellati | Lo sdegno mancato verso Lady Gaga dei cani di Pavlov della militanza social
di Guida Soncini

2

La sentenza inascoltata | L'Italia è stata governata in modo illegale. Fa impressione a qualcuno? Pare di no
di Iuri Maria Prado

3

Oltre il Quirinale | Il possibile accordone Letta-Salvini per votare subito nel 2022
di Mario Lavia

diffusione del Covid-19».

Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre al salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze, con due sessioni di lavoro: “Visione”, con ospiti da tutto il mondo e “Focus”, in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro main topic (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso tavole rotonde a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, che si potranno seguire anche online.

Condividi:



slow food

turismo

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



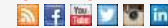
Notizie dal Network



Europa



Link: <https://www.lucianopignataro.it/a/bto-a-firenze-lunedì-e-di-scena-la-pizza-turismo-cibo-e-vino-determinanti-per-3-italiani-su-4-%E2%80%A8italia-al-primo-posto-tra-le-mete-enogastronomiche-nel-mondo/207849/>

 [I LIBRI DI LUCIANO PIGNATARO SU AMAZON](#) [L'autore](#) [I libri](#) [Links](#) [Contatti](#) [Archivio](#) [Privacy Policy](#)

News dalle Aziende e dagli Enti

BTO a Firenze, lunedì è di scena la pizza. Turismo, cibo e vino determinanti per 3 italiani su 4 | Italia al primo posto tra le mete enogastronomiche nel mondo

 27/11/2021  52  [Condividi Tweet](#)



BTO

Biglietti in esaurimento online, per un programma fruibile in modalità ibrida, non solo per addetti ai lavori

Torna BTO, evento leader per il settore viaggi e digitale che quest'anno dedica un'intera giornata al Food & Wine Tourism, lunedì 29 novembre. Nella sezione a cura dell'esperta Roberta Milano i rappresentanti di big player come Google, TikTok, Instagram, Mondadori, prodotti e mete d'eccellenza quali Consorzio del Parmigiano Reggiano, Merano Wine Festival, Prosecco Docg, Tempio del Brunello
Oltre alla prima experience culinaria con tecnologia NFT

Cresce il turismo enogastronomico: per **3 italiani su 4** cibo e vino sono determinanti nella scelta della meta del viaggio. E **l'Italia detiene saldamente lo scettro dell'arte culinaria a livello mondiale**: secondo i dati Ipsos la leadership è riconosciuta dal 49% degli intervistati. Sul secondo gradino del podio sale la Francia con il 22%, seguita dal Giappone con il 16%. Eppure, se il settore turismo vede qualche schiarita nelle nebbie della pandemia, il clima di timore e incertezza tiene ancora alla larga buona parte dei viaggiatori internazionali. BTO manifestazione leader per travel e innovazione, dedica un'intera giornata al **Food & Wine Tourism, lunedì 29 novembre**: un programma pensato per **ristoratori, produttori, cantine, albergatori, destinazioni** e per tutti gli operatori che vogliono intercettare o sviluppare il turismo enogastronomico.

Il festival sarà fruibile in modalità ibrida, sia in presenza che online. I biglietti, a costo ridotto per andare incontro a una categoria che ha sofferto molto la pandemia, si acquistano online. Chi non potrà seguire in diretta streaming potrà accedere a video e materiali **in esclusiva per 120 giorni**:


<https://www.bto.travel/come-partecipare>

Tra i protagonisti della sessione dedicata al Food&Wine, a cura di Roberta Milano, **grandi player della comunicazione digitale**: **Google**, con Fabio Galetto, Business Leader Travel; **Facebook-Instagram**, con Danilo Campisi, Head of Travel per l'Italia; **TikTok**, con Giuliano Cini, Brand Lead Italia. La sostenibilità, diventata un tema trasversale, è al centro di una ricerca **Ipsos**, che aggrega dati internazionali e nazionali riletti in chiave turistica, in esclusiva per BTO. Gabriele Colasanto di **Mondadori Media** si concentrerà invece sul boom digitale

Cerca nel sito

Articoli recenti

Scegli un mese 

Facebook

[Luciano Pignataro Wine Blog](#)



IL MIO SAN MARZANO



[Green Past](#)
[Forever Summer](#)
[Maionese di cipolla paglina di Castrolifippo](#)
[Capesante al fujòt con maionese allo zafferano e katsuobushi](#)



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

nel mondo food.

Focus su prodotti e mete d'eccellenza, anche in chiave di comunicazione innovativa, tra cui: il **Consorzio del Parmigiano Reggiano** che ha recentemente prodotto un mediometraggio modificando linguaggi, contenuti, format e pianificazioni tradizionali; **la pizza** come destinazione e il peso del **riconoscimento UNESCO**: storici e nuovi interpreti dell'enoturismo quali **Merano Wine Festival**, **Prosecco DOCG**, **BuyWine** e il **Tempio del Brunello**; grandi eventi della ristorazione come The World's 50 Best Restaurants e le **Guide Michelin**, con evidenti ricadute sul turismo.

Una particolare riflessione sarà dedicata alla **tracciabilità dei prodotti alimentari** e alle soluzioni tech in grado di creare un legame univoco con il territorio e combattere l'*Italian Sounding*. Tra i panel tecnici, spazio a **food delivery**, branding dei ristoranti, compresi quelli interni agli hotel. Si affronterà anche il tema del momento: la carenza di personale per hotel e ristoranti.

Agli approfondimenti tematici si alterneranno spazi di visione come l'ampia intervista al direttore creativo del **Padiglione Italia a Expo Dubai**, **Davide Rampello**, e alla filosofa **Maura Gancitano**, per capire come mantenere la nostra centralità di persone nella "società della performance" digitale. E cosa potrebbe esserci di più

digitale se non la prima experience culinaria certificata NFT, acronimo per Non-Fungible Tokens? Ne parleremo con Rosario Scarpato, Founder and Director at IWCB – **ITALIAN WINE CRYPTO BANK**.

Tra i tanti ospiti della giornata il vicepresidente per il patrimonio immateriale **Unesco**, **Pier Luigi Petrillo**, gli chef **Cesare Battisti** e **Riccardo Orfino**, il fondatore delle gelaterie Carapina **Simone Bonini**, **Lapo Cianchi** direttore comunicazione & eventi di Pitti Immagine, insieme ai giornalisti **Luciano Pignataro**, **Anna Prandoni** e **Massimiliano Tonelli**. Tra le aziende che si occupano di tecnologia e ricerca intervengono Motion Analytica, **Vodafone**, **Var Group**, GS1 Italy, Data Appeal. Tra le startup del food non mancheranno Restworld e Soplaya. Infine tra le destinazioni in grado di raccontare le strategie della governance per il turismo enogastronomico: **VisitFlander**, **VisitMonaco**, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Puglia, Visit Langhe Monferrato e Roero e Parma, insieme alla Toscana.

"**BTO** è il luogo per capire il futuro, anche quando il futuro è imprevedibile. Daremo a ristoratori, produttori, cantine, albergatori, destinazioni e a tutti gli operatori che ci seguiranno, una chiave per comprendere il cambiamento e strumenti per essere protagonisti di quel cambiamento" **Roberta Milano**, coordinatrice **BTO** del topic Food & Wine Tourism.

Il **Programma** completo è online: <https://www.bto.travel/programma/tematiche/food-wine-tourism>

Maggiori informazioni www.bto.travel

Per acquistare un biglietto <https://shop.bto.travel/negotio/>

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**.

Media Partner: Travel Quotidiano, Guida Viaggi, L'agenzia di Viaggi, Trend, Quality Travel, Turismo&Attualità, Travel World e Pop Economy.

News dalle Aziende e dagli Enti | / Nessun commento / Luciano Pignataro

Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

NOME*

Nome

EMAIL*

La tua email

SITO WEB

Sito web

COMMENTO

Il tuo messaggio

Ultimi commenti

Alfonso: Il ricordo che ne ho, dopo averci mangiato questa estate, non è dei più positivi. Cucina senza infamia e senza lode

FRANCESCO MONDELLI: Il giovane critico cresce e matura esperienze. D'altra parte un Master Bibenda vorrà anche significare qualcosa! Davvero complimenti da un "...

marco contursi: Chiara è sì avvenente, ma io lo sono di più. Song o figl e Richard Gere....

Ludovica: Non concordo. Ho provato il menu e l'ho trovato molto deludente, al di sotto delle aspettative. Alcuni piatti mi hanno sorpreso negativamente, co...

Giancarlo: Non concordo sull'incipit dell'articolo. bottura esiste in una bolla anche se a livello internazionale è comunque una bolla. marchesi ne era uscit...

Cantine e produttori di vino

I vini da non perdere

Assaggi
Vini francesi
Bollicine
I Grandi Classici
I vini del Mattino
in Abruzzo
in Basilicata
in Calabria
in Campania
Avellino
Benevento
Caserta
Napoli
Salerno
in Molise
in Puglia
in Sardegna
in Sicilia
nel Lazio

Appuntamenti, persone

Appuntamenti Slow Food

Polemiche e punti di vista

Le Sezioni del WineBlog

50 Best Restaurant 2017
50 Best Restaurant 2018
50 Best Restaurant 2019
50 Top Italy
50 Top Italy Luxury
50 Top Italy Pasticcerie
50 Top Pizza
Album
Alimentazione corretta
Bracerie
Breaking News
Caffè
Cinema e cibo
Città e paesi da mangiare e bere
Coronavirus
Cucina Cinese
Cucina Giapponese
Cucina Vegetariana e Vegana
Curiosità
Documento
Drink
Enotavole

USANDO QUESTO FORM ACCONSENTI ALLA [MEMORIZZAZIONE](#) E ALLA GESTIONE DEL TUO INDIRIZZO EMAIL DA PARTE DI QUESTO SITO *

Commento all'articolo

Questo sito usa Akismet per ridurre lo spam. [Scopri come i tuoi dati vengono elaborati.](#)

Eventi da raccontare
Frase sotto spirito
GARANTITO IGP
Giro di vite
Gli agriturismo più belli
Gluten free
Guida ai ristoranti e alle trattorie d'Italia del Centro Sud
Guida ai ristoranti e alle trattorie d'Italia del Nord
Guida ai ristoranti e alle trattorie dentro e fuori le guide
Hamburgerie
I miei prodotti preferiti
I primi piatti
L'Altra Faccia del Tiramisù
L'olio d'oliva
La cazzata del giorno
La Posta di Luciano
La stanza di Carmen
La Tavola di Pulcinella
LSDM 2018
Le pizzerie
Le ricette
Le stanze del gusto
Le torte e i dolci di Claudia Deb
Libri
LSDM 2014
LSDM 2015
LSDM 2016
LSDM 2017
LSDM 2019
LSDM 2020
Michelin
Midailaricetta?
Minima gastronomica
News dalle Aziende e dagli Enti
Paninoteche
Pasticcerie
Pizza nel ruoto
Processo Creativo di 50TopItaly
Rivoluzione vegetale
Salotti del gusto
TERZA PAGINA di Fabrizio Scarpato
Veggie Style D'Amico
Verticali e orizzontali
Visti In Tv
Voglia di Birra
World's 50 Best Restaurants 2018

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



FORMA E GUSTO

nutrizionisti

Arance
Finocchio
Antiaging
La zucca
La verza
Melanzane, quante proprietà!



Siti amici



Link: <https://www.mantovafutura.com/2021/11/12/dal-bto-di-firenze-le-linee-guida-dei-nuovi-modi-di-viaggiare-per-lavoro/>

SABATO, NOVEMBRE 13, 2021 Covid-19 Mantova Ultim'ora Lombardia Cronaca Di Mantova Cultura Milano Sport Sign In f t g+ y i

Mantova FUTURA HOT

Home Prima Pagina Mondo Mantova Sport Affari Economia Intrattenimento Tecnologia Scienza Viaggi Salute

Home > Economia > Dal Bto di Firenze le linee guida dei nuovi modi di viaggiare per lavoro

ECONOMIA

Dal Bto Di Firenze Le Linee Guida Dei Nuovi Modi Di Viaggiare Per Lavoro

On Nov 12, 2021



ASCOLTA LA VERSIONE AUDIO DELL'ARTICOLO

La pandemia ha avuto effetti potenti sull'industria turistica italiana, non solo perché ha ridotto drasticamente i fatturati, ma anche perché ha spinto gli operatori a investire in innovazione digitale, ha aumentato le prenotazioni dirette a scapito delle agenzie online come Booking e Expedia, ha trasformato e quasi azzerato il comparto dei viaggi d'affari. Proprio il business travel, destinato a una riorganizzazione epocale post-pandemia, sarà uno dei temi affrontati dalla **Bto** di Firenze, la rassegna sul turismo online che da tredici anni cerca di delineare tendenze e nuovi strumenti del settore.

100 incontri 300 speaker

Quest'anno **Bto** si ramifica in cinque giornate tematiche (24,25,26,29 e 30 novembre) affollate di 100 WEB

Trend Today

E' morto Giampiero Galeazzi, il saluto struggente di... Nov 13, 2021

Garrison in lacrime per la sorpresa di Maria De Filippi ad... Nov 13, 2021

LOL 2, finalmente svelato il cast! Diana Del Bufalo,... Nov 12, 2021

Alessia Marcuzzi festeggia i 49 anni con un party a tema:... Nov 12, 2021

Soleil si riavvicina a Gianmaria e Alex Belli si... Nov 12, 2021

Stefano Bettarini in vacanza in Egitto con i genitori e la... Nov 11, 2021

Luca Zingaretti compie 60 anni: ecco come ha deciso di... Nov 11, 2021

Lorella Boccia rivela di stare male a 20 giorni dal parto:... Nov 11, 2021

< PREV NEXT > 1 of 331

2020 US Elections

ULTIM'ORA

Scontro A Ponti Sul Mincio Per Una Mancata Precedenza: Ferito Un Motociclista

LATEST NEWS Ago 25, 2021

L'uomo è stato trasportato all'ospedale di Peschiera del Garda con una gamba fratturataGiancarlo Oliani...

ULTIM'ORA

ULTIM'ORA

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

incontri e 300 speakers, e in tre sedi, ma soprattutto si tiene con una formula ibrida: relatori e partecipanti saranno solo in parte "dal vivo", e per il resto collegati via web. Alcuni relatori saranno presenti da remoto ma in forma di ologramma, la tecnologia stile 'Guerre stellari' che produce effetti realistici.

Testimonianze da tutto il mondo

«Avremo la possibilità di sentire testimonianze da tutto il mondo, compresi i grandi esperti del settore che sarebbe stato impensabile portare a Firenze, grazie all'utilizzo di tutti gli strumenti fisici e virtuali», dice Francesco Tapinassi, direttore scientifico di Bto. La rassegna, organizzata da Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze, presenterà tra l'altro una ricerca sui viaggi d'affari frutto delle interviste a 2.500 manager italiani: hanno risposto che in questi ultimi due anni hanno viaggiato molto meno, e che in futuro cercheranno di viaggiare solo se è strettamente necessario (e per il resto useranno collegamenti virtuali). «Bto proverà a delineare le forme di cambiamento - dice Tapinassi - e a far capire che un incontro su Zoom o su Meet non è necessariamente una sfortuna. In questo modo il viaggio d'affari potrà tornare a riacquistare piacere e valore, e la 'missione' di lavoro essere considerata un'opportunità per scoprire luoghi e usi».

Il cambiamento delle abitudini

Il cambiamento delle abitudini dei viaggiatori, d'affari o per vacanze. è il vero nodo da interpretare dopo il terribile 2020: «La Bdo avrà il compito di ridisegnare le strategie di rilancio e sviluppo del turismo internazionale», dice Giuseppe Salvini, segretario generale della Camera di commercio di Firenze. Le giornate di lavoro di Bto saranno dedicate a innovazione digitale, destinazione, cibo e vino, ospitalità; l'inaugurazione si terrà nel Salone de' Cinquecento in Palazzo Vecchio con le testimonianze di 22 esperti del settore e le anticipazioni dei quattro temi sviluppati poi nelle giornate seguenti. L'acronimo Bto, che in origine significava Buy Tourism online, ora è stato sostituito da Be Travel onlife.

Read More: [Dal Bto di Firenze le linee guida dei nuovi modi di viaggiare per lavoro](#)

Bto dal dei Firenze Guida lavoro linee Modi

Share Facebook Twitter Reddit Pinterest Email Tumblr Telegram

PREV POST NEXT POST
Coronavirus, 132 i nuovi casi nel Varesotto. In Lombardia sono 1103 La rivincita con il destino di Michellini: il 14 novembre finalmente l'esordio

You Might Also Like

ECONOMIA

Un'agenzia sovranazionale di ricerche per la difesa

ECONOMIA

Le concessioni balneari tradite - Il Sole 24 ORE

ECONOMIA

Cop26, Ippc: fino a 1.000 miliardi \$ l'anno il costo per l'adattamento al clima

ECONOMIA

Leader della sostenibilità: al via la seconda edizione

ECONOMIA

Iso 20121 alla Leopolda, lo spazio ottiene il certificato di sostenibilità

ECONOMIA

«Ho la spiaggia dalla scorsa estate. Ora temo per il futuro»

ECONOMIA

ECONOMIA

ECONOMIA

WEB

Link: <https://www.maremmaneews.it/index.php/dalla-regione/97308-bto2021-cinque-giornate-dense-di-eventi-per-parlare-di-innovazione-e-turismo-post-covid>

I cookie vengono utilizzati per migliorare il nostro sito e la vostra esperienza quando lo si utilizza. I cookie utilizzati per il funzionamento essenziale di questo sito sono già state impostate. Per saperne di più sui cookie che utilizziamo, vedere le [Informazioni sui Cookie](#).

Accetto i cookie da questo sito.

il primo quotidiano online della Maremma

- HOME CRONACA AMBIENTE ATTUALITÀ POLITICA SPORT SALUTE ECONOMIA CULTURA COSTUME E SOCIETÀ
- DALLA REGIONE** METEO IN MAREMMA E TOSCANA IN CUCINA CON GIULIA OGGI PARLIAMO DI... LA PROSSIMA SETTIMANA
- L'ANGOLO DEL LEGALE LA PAROLA AGLI ADOLESCENTI LA POLITICA VISTA DAI GIOVANI 20ANNI DI MAREMMANEWS
- NOSTALGIA DI MAREMMA CULTURA E IDENTITÀ IN MAREMMA EURISKO MAIL

Bto2021, cinque giornate dense di eventi per parlare di innovazione e turismo post Covid

Dettagli

Categoria: [DALLA REGIONE](#) Pubblicato: 23 Novembre 2021 Visite: 49

Twitter



di Walter Fortini

Firenze: Al via la **Bto** 2021. Si ragionerà sul futuro del turismo d'affari, di quello dei congressi e meeting e dei viaggi d'istruzione, con i numeri di una ricerca post pandemia che sarà presentata in anteprima il 24 novembre da Antonio Preiti dell'Università di Firenze, lo stesso giorno in cui protagonisti saranno anche i numeri di Google Trends e Google Destination Insights.

Ma ci si soffermerà pure, ad esempio, sul turismo del vino e del cibo: anche in questo caso con l'anteprima il 29 novembre di una ricerca, realizzata dall'Istituto Ipsos, da cui emerge come la Toscana risulti al secondo posto, dopo la Sicilia e prima di Emilia Romagna, Puglia e Campania, tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica. E poi naturalmente, il 25 e 26 novembre, spazio alle nuove tecnologie prestate al turismo e agli ecosistemi digitali per promuoverlo e far conoscere i territori, analizzando gli strumenti usati dalle diverse regioni.

Il 24 novembre prende il via la tredicesima edizione di "**Bto** - Be travel on line", la manifestazione dedicata al travel 2.0, nata e radicata a Firenze e che da sempre volge il proprio sguardo sull'evoluzione del binomio turismo-innovazione e anticipa i trend prima che nuove mode si affermino, come è stato negli anni passati ad esempio per per fenomeno AirBnB o per i robot concierge. Un evento dunque da tenere sotto osservazione quello presentato, a due giorni dal taglio del nastro, oggi a Palazzo Strozzi Sacratì, sede della presidenza della Regione.

"Sarà l'occasione per focalizzare l'attenzione su quelle politiche del turismo che sono una espressione delle riprese e che già vede la Toscana una delle mete più attrattive a livello europeo" spiega il presidente della Toscana, Eugenio Giani. "Il turismo - aggiunge - è il motore della nostra economia: non si può sottovalutare. Ogni angolo della Toscana risveglia una narrazione: contiamo 273 comuni che sono le 273 facce di uno stesso diamante e il digitale può aiutarci a scoprirle tutte, anche il piccolo borgo ancora sconosciuto".

L'obiettivo rimane quello di distribuire i flussi turistici in maniera intelligente. Certo, è stato detto, non basta la narrazione: occorre poi, ad esempio, saper creare anche servizi adeguati, dalla logistica all'accoglienza. Ma la narrazione è importante, come programmare e prevedere i trend forse ancor di più. Cosa che alla **Bto** è sempre riuscito bene. E quel che già appare evidente - e incoraggiante - è che nel turismo post Covid, con viaggiatori sempre più sapiente e desiderosi di conoscere, gli ingredienti - è stato di nuovo sottolineato stamani - che hanno attratto turisti in Toscana rimangono forti e riemergono la vacanza come un momento di 'stacco' con tanta voglia di incontrare persone.

"Nei cinque giorni della **Bto** - aggiunge ancora Giani - avremo quanto di meglio dal punto di vista dell'analisi scientifica si possa in questo momento trovare e questo ci consentirà di indirizzare ancor meglio il turismo della Toscana del domani, per farne uno degli elementi di maggiore impulso e forza".

"Tredici anni fa quando la **Bto** è partita - si sofferma l'assessore al turismo, Leonardo Marras - parlare di digitale era un esercizio quasi da pionieri: oggi costituisce un elemento essenziale e centrale di sviluppo e nel digitale il turismo si esprime al massimo. La presenza del ministro Garavaglia testimonia l'importanza non solo toscana della manifestazione, con le sue analisi da mettere a disposizione per il rilancio del Paese. La cinque giorni di incontri sarà infatti anche l'occasione per misurare le nostre azioni, per rendicontare quanto fatto e per programmare il futuro. Proviamo a capire cosa cambia dopo il Covid".

L'appuntamento con la **Bto** sarà a Palazzo Vecchio il 24 novembre e presso Nana Bianca e Camera di commercio di Firenze il 25, 26, 29 e 30 novembre. Gli eventi potranno essere seguiti anche on line. La manifestazione è promossa da Regione e Camera di Commercio, mentre l'organizzazione è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione sistema Toscana.

A Firenze sono attesi alcuni fra i più importanti operatori del settore: in carne ed ossa oppure, come nella giornata di apertura di Palazzo Vecchio, come ologrammi in dimensione reale capaci di interagire sul palco del Salone dei Cinquecento. Una squarcio, anche in questo caso, di futuro, di tu turismo dove esperienze reali e virtuali si mescolano.

I lavori del 24 novembre, che eccezionalmente potranno essere seguiti on line (gratuitamente) sui canali Facebook e Youtube di **Bto**, si apriranno con gli interventi del ministro del turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Eugenio Giani, dell'assessore comunale al turismo Cecilia Del Re, del presidente della Camera di Commercio Leonardo Bassilich e del direttore scientifico Btpo2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica **Francesco Tapinassi**. A seguire dialogheranno sulle visioni del turismo di domani Valentina Superti della Direzione generale Crescita della Commissione europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Presenti, in forma di ologramma, anche Roberta Garibaldi, amministratrice delegata di Enit, l'ente nazionale per il turismo, Marco Gilardi di Operations Direction Italy & Usa NH hotel Group, Massimo Canducci, che di professione aiuta le imprese ad innovarsi, e Simone Puorto, fondatore di Travel Singularity.

Nel pomeriggio saranno fornite alcune anticipazioni sugli argomenti delle quattro giornate successive.



Le Rubriche di MaremmaNews

in cucina con... GIULIA

"La prossima settimana..."
rubrica di cronaca e attualità su fatti salienti della settimana

IL METEO IN MAREMMA E IN TOSCANA

OGGI PARLIAMO DI...
storia cultura
educazione
scienza
attualità

Il 26 novembre l'assessore al turismo della Toscana, Leonardo Marras, parteciperà assieme ai direttori di Fondazione Sistema Toscana Francesco Palumbo e di Toscana Promozione turistica Francesco Tapinassi all'evento sulla "Smart Tuscany", dove saranno illustrati i passi programmati per ridefinire la parte informativa di www.visittuscany.com, ma anche la struttura del futuro sistema regionale della destinazione e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. A seguire un confronto tra gli ecosistemi digitali di Puglia, Trentino, Veneto e Toscana.

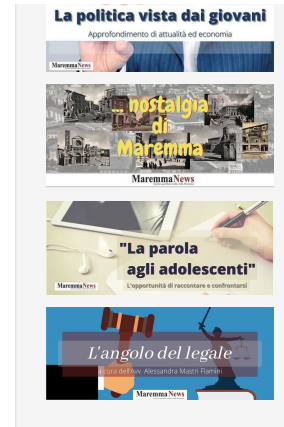
Il 25 novembre sarà invece la giornata dedicata all'innovazione e il 30 novembre all'ospitalità. Nel corso dei cinque giorni si susseguiranno centodieci eventi, quindici ore di 'cassette degli attrezzi' e 230 oratori.

(foto da Toscana Notizie)



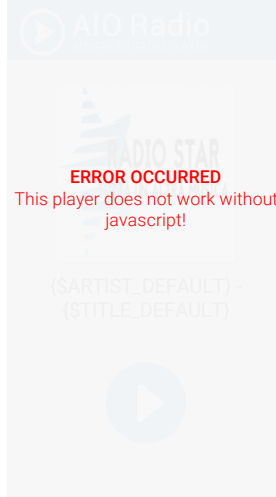
Sei qui: [Home](#) > DALLA REGIONE

Avanti >



An error occurred.

Prova a guardare il video su www.youtube.com oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.



Link: <https://www.maremmaNews.it/index.php/attualita/97517-il-sindaco-di-santa-fiora-alla-bto-di-firenze-per-parlare-del-progetto-smart-village>

I cookie vengono utilizzati per migliorare il nostro sito e la vostra esperienza quando lo si utilizza. I cookie utilizzati per il funzionamento essenziale di questo sito sono già stati impostati. Per saperne di più sui cookie che utilizziamo, vedere le [Informazioni sui Cookie](#).

Accetto i cookie da questo sito.

Accetto



il primo quotidiano online della Maremma

- HOME CRONACA AMBIENTE **ATTUALITÀ** POLITICA SPORT SALUTE ECONOMIA CULTURA COSTUME E SOCIETÀ
- DALLA REGIONE METEO IN MAREMMA E TOSCANA IN CUCINA CON GIULIA OGGI PARLIAMO DI... LA PROSSIMA SETTIMANA
- L'ANGOLO DEL LEGALE LA PAROLA AGLI ADOLESCENTI LA POLITICA VISTA DAI GIOVANI 20 ANNI DI MAREMMANEWS
- NOSTALGIA DI MAREMMA CULTURA E IDENTITÀ IN MAREMMA EURISKO MAIL

Il sindaco di Santa Fiora alla BTO di Firenze per parlare del progetto Smart Village

Dettagli

Categoria: [ATTUALITÀ](#) Pubblicato: 28 Novembre 2021 Visite: 35

Twitter



Santa Fiora: Il sindaco di Santa Fiora, Federico Balocchi, venerdì pomeriggio, è stato invitato a Firenze, come ospite della manifestazione BTO, Buy Tourism Online, principale evento italiano dedicato al connubio tra innovazione e turismo, per parlare del progetto Smart Village.

Il sindaco è intervenuto durante l'incontro "I borghi italiani tra conservazione e innovazione per un'offerta turistica più sostenibile". "Sono rimasto piacevolmente impressionato - ha commentato il sindaco - dagli attestati di apprezzamento per il progetto che sono arrivati da parte di tutti gli interlocutori. Un bel riconoscimento per l'esperienza che stiamo portando avanti a Santa Fiora che nasce dalla volontà di

cogliere le opportunità che la fibra e il lavoro da remoto possono offrire ai borghi dell'entroterra come il nostro, che erogano servizi di qualità in un ambiente ancora a misura d'uomo. Il progetto ha dato dei risultati importanti: in due anni hanno risposto al nostro bando oltre 20 lavoratori che si sono trasferiti per il periodo previsto a Santa Fiora, alcuni di essi con le famiglie. E tra questi 5 hanno deciso di trasferirsi in modo permanente a Santa Fiora."

"Dopo l'incontro alla BTO, la visita alla Nana Bianca di Firenze, - prosegue il sindaco Balocchi - uno dei più moderni spazi di coworking e innovazione in Italia, è stata fonte di ispirazione per quello che dobbiamo ancora realizzare sull'Amiata, trasformando l'ex albergo del Pratuccio in un moderno polo funzionale del lavoro, con spazi attrezzati per il coworking a disposizione di lavoratori e di imprese, che decidono di delocalizzare e di investire sul nostro territorio."

Avanti ➔



Scarica la App

Sei qui: [Home](#) ➔ [ATTUALITÀ](#) ➔

Il sindaco di Santa Fiora alla BTO di Firenze per parlare del progetto Smart Village



Le Rubriche di MaremmaNews



Link: <https://www.mediakey.tv/news/archivio-news/leggi-news/oltre-10mila-visualizzazioni-274-speaker-e-24-paesi-coinvolti-nella-prima-edizione-ibrida-di-bto-appuntamento-a-novembre-2022>



Home Testate ▾ News ▾ Awards ▾ Video ▾ Operatori ▾ Shop Il Gruppo Contatti ▾ Area Utenti ▾ Job opportunities

Leggi News

mediakey.tv » News » Archivio News » Leggi News

► Newsletter
► Archivio News

Oltre 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti nella prima edizione ibrida di BTO: appuntamento a novembre 2022



Oltre 10mila visualizzazioni da remoto, 274 speaker esperti della Travel Industry, 102 eventi distribuiti in cinque giornate e tre diverse location, con ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: si è chiusa a Firenze la prima edizione ibrida di BTO - Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana. Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore

dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano nel novembre 2022.

L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da 24 Paesi nel mondo. Nella top 10: Italia, USA, Finlandia, Austria, Svizzera, UK, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone.

Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di BTO, hanno partecipato attivamente alle 4 tematiche protagoniste dell'edizione 2021, totalizzando oltre 10.000 presenze live agli eventi. Il più seguito in termini di presenze, il Digital Innovation & Strategy Day, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle Destination, quella specificatamente riservata al mondo Hospitality e quella dedicata al Food & Wine Tourism. Una tendenza forse destinata a cambiare, considerando il fatto che proprio il turismo enogastronomico è emerso come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine.

Su MyBTO, la piattaforma online di BTO 2021, le attività dedicate alle quattro tematiche chiave hanno superato i 75.000 minuti. Conclusa la BTO Week, la manifestazione adesso prosegue per gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, dando la possibilità di rivivere online gli eventi con 5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica integralmente fruibili sul web.

"Questa tredicesima edizione di BTO è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo – commenta Leonardo Marras, assessore all'Economia e al Turismo della Regione Toscana –. BTO per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022".

"Il successo di questa edizione di BTO è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business", dice Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze. "La BTO - aggiunge - è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati".

“Un grazie a tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente – dichiara [Francesco Tapinassi](#), direttore scientifico di BTO2021. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i 274 speakers, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesso di fare una [BTO](#) del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel”.

Maggiori informazioni www.bto.travel

📅 03/12/2021 | 🗨️ Eventi, sponsorship

Indietro

Sitemap

Home	Testate	News
Awards	Video	Operatori
Shop	Il Gruppo	Contatti
Area Utenti	Job opportunities	Privacy

Newsletter

Iscriviti alla newsletter di Media Key per restare aggiornato.

Iscriviti

Gruppo editoriale Media Key

Via Arcivescovo Romilli 20/8 - 20139 - Milano
☎ +39 02.52.20.37.1
✉ info@mediakey.it
P.IVA e C.F. 06257230158

© 2018 [Media Key](#). All rights reserved.

Sviluppo Web [Archimede Informatica](#).



Login

[Home](#) [Testate](#) [News](#) [Awards](#) [Video](#) [Operatori](#) [Shop](#) [Il Gruppo](#) [Contatti](#) [Area Utenti](#) [Job opportunities](#)

Leggi news

mediakey.tv » News » Leggi news

- Newsletter
- Archivio News

Torna a Firenze **BTO**: 5 giorni tra i big players del turismo E ologrammi per ridefinire il turismo post covid



Mancano ormai poche ore al via ufficiale della 13a edizione di **BTO** – Be Travel Onlife in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze. Tra i protagonisti della giornata inaugurale che potrà essere seguita eccezionalmente anche online sui canali Facebook e Youtube di **BTO**, ci saranno anche gli ologrammi. La manifestazione dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a Firenze, volge da sempre il suo sguardo sull'evoluzione del binomio tra turismo e innovazione, e anticipa i trend ancora prima che le nuove mode si affermino. Come

accadde anni fa per la diffusione del fenomeno Airbnb, passando dai robot umanoidi con funzioni di concierge fino ai chip sottopelle in grado di aprire la porta della camera in hotel. BTO2021 si snoderà in altre 4 giornate tematiche – 25, 26, 29 e 30 novembre – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore. **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.

L'Opening Day del 24 novembre si aprirà con gli interventi del ministro del Turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Toscana Eugenio Giani insieme all'Assessore comunale al Turismo Cecilia Del Re, al presidente della Camera di Commercio di Firenze Leonardo Bassilichi e al direttore scientifico di BTO2021 Francesco Tapinassi, per poi entrare nel vivo con la sessione "Visione", che vedrà sul palco ospiti nazionali e internazionali tra cui Valentina Superti DG Grow - Commissione Europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Nel pomeriggio al via la sessione "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro topic delle giornate successive (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso tavole rotonde a cui parteciperanno speaker in presenza, collegati via web ma non solo.

Gli ologrammi di Roberta Garibaldi Ad di Enit, Marco Gilardi Operations Direction Italy & Usa NH Hotel Group, Massimo Canducci Chief Innovation Officer Engineering e Simone Puerto Founder Travel Singularity faranno la loro apparizione sul palco del Salone di Cinquecento, in dimensione reale, interagendo con i moderatori. È l'azienda pisana Alkedo Produzioni a curare la parte tecnica di quella che loro stessi definiscono Holopresenza, e cioè un sistema che utilizza l'illusione ottica dell'ologramma integrandola in un contesto reale senza l'utilizzo di supporti visivi come occhiali o visori. Il sistema dell'Holopresenza può essere utilizzato in numerosi ambiti, tra cui il turismo business che con le sue migliaia di congressi e meeting ogni anno, rappresenta l'1% del PIL nazionale (dato 2019).

E il tema del turismo d'affari sarà al centro della ricerca di Sociometrica dal titolo "Il futuro del turismo business in Italia" che verrà presentata in anteprima a **BTO** il 24/11 da Antonio Preiti, professore all'Università di Firenze. Lo studio, che vedrà anche una presentazione più estesa il 30/11, ha preso in esame 2500 aziende in tutta Italia sull'impatto del Covid su viaggi d'affari, meeting, congressi e viaggi di istruzione. I dati saranno protagonisti anche nell'atteso panel in programma sempre il 24 e dedicato a Google Trends e Google Destination Insights in cui interverranno Furio Gianforme Industry Head Travel, Apps & Education Google e Giovanni Benassi Analytical Lead per il Travel Google. La ricerca di Ipsos "Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia", verrà illustrata in anteprima il 29 novembre durante la giornata con focus sul Food and wine. E la Toscana ne uscirà da protagonista risultando al secondo posto tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica, dopo la Sicilia e prima di Emilia-

Romagna, Puglia e Campania.

Riflettori puntati ancora sulla Toscana il 26/11 in occasione del panel "Smart Tuscany" in cui verranno illustrati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di visittuscany.com, la struttura del futuro Destination Management System regionale e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. Parteciperanno l'assessore al Turismo della Regione Toscana Leonardo Marras, i direttori di FST [Francesco Palumbo](#) e TPT [Francesco Tapinassi](#). A seguire, sempre il 26, un confronto tra Regioni italiane sarà il focus dell'incontro "Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane" a cui parteciperanno Bianca Bronzino Head of Digital systems, Pugliapromozione / WeAreinPuglia, Sabrina Pesarini - Head of CRM & Digital Marketing, Trentino Marketing / VisitTrentino, Stefan Marchioro - Progetti territoriali e governance del turismo, Regione del Veneto e Costanza Giovannini - Head of Communications, [Fondazione Sistema Toscana](#) / Visit Tuscany.

Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno le altre quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Digital Strategy & Innovation, sezione curata da Giulia Eremita e Rodolfo Baggio, il 26 novembre è Destination che vede la regia di Emma Taveri; il 29 novembre è Food & Wine, topic a cura di Roberta Milano; il 30 novembre è Hospitality giornata coordinata da Lara Fantoni.

📅 23/11/2021 | 🗳️ Eventi, sponsorship

[Indietro](#)

Sitemap

Home Testate News
Awards Video Operatori
Shop Il Gruppo Contatti
Area Utenti Job opportunities Privacy

Newsletter

Iscriviti alla newsletter di Media Key per restare aggiornato.

[Iscriviti](#)

Gruppo editoriale Media Key

Via Arcivescovo Romilli 20/8 - 20139 - Milano
☎ +39 02.52.20.37.1
✉ info@mediakey.it
P.IVA e C.F. 06257230158

Login



News dalle Pubbliche Amministrazioni
della Città Metropolitana di Firenze

Area Fiorentina Chianti Empolese Valdelsa Mugello Piana Val di Sieve Valdarno Prato Pistoia

Search DuckDuckGo

Home Primo piano Agenzia Archivio Top News Redattori NewsLetter Rss Edicola Chi siamo

[Turismo]

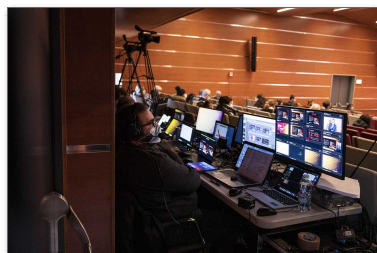
Facebook Twitter

[Fondazione Sistema Toscana/Mediateca Toscana](#)

Sostenibilità, innovazione, frictionless: le parole chiave del turismo di domani emerse dalla 13/a edizione di BTO

Cinque giornate, oltre 100 eventi e 270 relatori: una manifestazione ibrida, tra ologrammi e incontri dal vivo. Si chiude a Firenze il main event dedicato al viaggio e al digitale. La variante Omicron rallenta le prenotazioni ma non ferma la voglia di evasione

L'importanza della formazione per colmare la mancanza di personale



[+]|ZOOM

Sostenibilità, innovazione e semplificazione di informazioni, mete e operazioni: il viaggiatore del futuro insegue un mondo frictionless, parola chiave della 13/a edizione di **BTO – Be Travel Onlife**, che si chiude oggi a Firenze. Cinque giornate, oltre 100 eventi e 270 relatori per una manifestazione ibrida, tra ologrammi, connessioni e incontri dal vivo ideata da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e [Fondazione Sistema Toscana](#).

“In un mondo in cui molti predicano l'innovazione, con **BTO** – dichiara il direttore scientifico **Francesco Tapinassi** – cerchiamo di metterla in pratica ogni anno. Lo abbiamo fatto dal primo giorno, portando gli ologrammi in Palazzo Vecchio, nel Salone dei Cinquecento: grazie alla nostra mission possiamo sperimentare modelli e argomenti nuovi”.

Innovazione è una delle parole chiave emerse da questa edizione di **BTO – Be Travel Onlife**. Accanto a un altro driver sempre più trasversale: la sostenibilità, che oggi guida le scelte dell'83% dei viaggiatori, secondo Google Destination Insights. Una tendenza che ha guadagnato forza in parte grazie alla pandemia tuttora in corso e che sembra destinato a diventare un valore permanente con cui il settore turistico dovrà sempre più confrontarsi. Un altro trend globale che ha profondamente modificato la domanda verso l'Italia è il turismo di prossimità. Anche nel prossimo futuro la ricerca di mete vicine guiderà ancora le nostre scelte.

“C'è una grande spinta all'innovazione nel settore hotellerie – afferma Giovanna Manzi, BWH Hotel Group Italia – e anche la rivisitazione del sistema di assegnazione delle stelle spinge in questa direzione: andiamo verso un innalzamento della qualità degli hotel in Italia”. Anche se si fa sentire l'impatto della variante Omicron. “Registriamo un rallentamento nelle prenotazioni – prosegue Manzi – ma dobbiamo capitalizzare gli ultimi tre mesi positivi e farci trovare pronti per la ripartenza”.

L'anno in corso si è scontrato con il grande problema del recruiting del personale nel settore Horeca, questo ha sollecitato l'Advisory Board di **BTO** ad affrontare nel programma anche il tema della formazione, grazie alle testimonianze di Giancarlo Carniani HIA - Scuola di alta formazione Alberghiera e Beppe Giaccardi Studio Giaccardi & Associati.

Primo piano Toscana Finanza Sport

ANSA.IT Primo Piano

[News di Topnews - ANSA.it](#)

[Ansa Top News - Tutti gli Rss](#)



VIABIMESPETTACEVENTI

Servizi e strumenti



Foto



Gadget



Mobile



Rss



Edicola



iMobi



Facebook



Twitter



Accessibilità Scelta Rapida



Notizie dai comuni



Notizie Covid-19



Met

Archivio news

Archivio 2002-05

Città Metropolitana

**Città
Metropolitana**

**Comunicati
stampa**

U.R.P.

Ufficio stampa

**Normativa e
accesso**

Newsletter

Met

Sport

Non-profit

[Tweets di @metfirenze](#)

met IL QUOTIDIANO
DELLE PUBBLICHE
AMMINISTRAZIONI

Reg. Tribunale Firenze
n. 5241 del 20/01/2003

Met
Città Metropolitana di Firenze
Via Cavour, 1 - 50129 Firenze
tel. 055 2760346, fax 055 2761276

Direttore responsabile: Gianfrancesco Apollonio

Web designer: Claudia Nielsen

Coordinamento redazionale: Lorian Curri

Login



News dalle Pubbliche Amministrazioni
della Città Metropolitana di Firenze

Area Fiorentina Chianti Empolese Valdelsa Mugello Piana Val di Sieve Valdarno Prato Pistoia

Search DuckDuckGo

Home Primo piano Agenzia Archivio Top News Redattori NewsLetter Rss Edicola Chi siamo

[Cerimonie - Eventi] [Turismo]

Facebook Twitter

Regione Toscana

Regione. Bto2021, cinque giornate dense di eventi per parlare di innovazione e turismo post Covid

Prende il via il 24 novembre



[+]|ZOOM

Al via la **Bto** 2021. Si ragionerà sul futuro del turismo d'affari, di quello dei congressi e meeting e dei viaggi d'istruzione, con i numeri di una ricerca post pandemia che sarà presentata in anteprima il 24 novembre da Antonio Preiti dell'Università di Firenze, lo stesso giorno in cui protagonisti saranno anche i numeri di Google Trends e Google Destination Insights. Ma ci si soffermerà pure, ad esempio, sul turismo del vino e del cibo: anche in questo caso con l'anteprima il 29 novembre di una ricerca, realizzata dall'istituto Ipsos, da cui emerge come

la Toscana risulti al secondo posto, dopo la Sicilia e prima di Emilia Romagna, Puglia e Campania, tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica. E poi naturalmente, il 25 e 26 novembre, spazio alle nuove tecnologie prestate al turismo e agli ecosistemi digitali per promuoverlo e far conoscere i territori, analizzando gli strumenti usati dalle diverse regioni.

Il 24 novembre prende il via le tredicesima edizione di "**Bto** - Be travel on line", la manifestazione dedicata al travel 2.0, nata e radicata a Firenze e che da sempre volge il proprio sguardo sull'evoluzione del binomio turismo-innovazione e anticipa i trend prima che nuove mode si affermino, come è stato negli anni passati ad esempio per per fenomeno AirBnB o per i robot concierge. Un evento dunque da tenere sotto osservazione quello presentato, a due giorni dal taglio del nastro, oggi a Palazzo Strozzi Sacratì, sede della presidenza della Regione.

"Sarà l'occasione per focalizzare l'attenzione su quelle politiche del turismo che sono una espressione delle ripresa e che già vede la Toscana una delle mete più attrattive a livello europeo" spiega il presidente della Toscana, Eugenio Giani. "Il turismo - aggiunge - è il motore della nostra economia: non si può sottovalutare. Ogni angolo della Toscana risveglia una narrazione: contiamo 273 comuni che sono le 273 facce di uno stesso diamante e il digitale può aiutarci a scoprirle tutte, anche il piccolo borgo ancora sconosciuto".

L'obiettivo rimane quello di distribuire i flussi turistici in maniera intelligente. Certo, è stato detto stamani, non basta la narrazione: occorre poi, ad esempio, saper creare anche servizi adeguati, dalla logistica all'accoglienza. Ma la narrazione è importante, come programmare e prevedere i trend forse ancor di più. Cosa che alla **Bto** è sempre riuscito bene. E quel che già appare evidente - e incoraggiante - è che nel turismo post Covid, con viaggiatori sempre più sapiente e desiderosi di conoscere, gli ingredienti - è stato di nuovo sottolineato stamani - che hanno attratto turisti in Toscana rimangono forti e riemerge la vacanza come un momento di 'stacco' con tanta voglia di incontrare persone.

"Nei cinque giorni della **Bto** - aggiunge ancora Giani - avremo quanto di meglio dal punto di vista dell'analisi scientifica si possa in questo momento trovare e questo ci consentirà di indirizzare ancor meglio

Primo piano Toscana Finanza Sport

ANSA.IT Primo Piano

News di Topnews - ANSA.it

Ansa Top News - Tutti gli Rss



VIABIMESPETTACEVENTI

Servizi e strumenti



Foto



Gadget



Mobile



Rss



Edicola



iMobi



Facebook



Twitter



Accessibilità Scelta Rapida



Notizie dai comuni



Notizie Covid-19



Met
Archivio news
Archivio 2002-05

Città Metropolitana
Città
Metropolitana
Comunicati
stampa
U.R.P.
Ufficio stampa
Normativa e
accesso

Newsletter
Met
Sport
Non-profit

Tweets di @metfirenze

met IL QUOTIDIANO
DELLE PUBBLICHE
AMMINISTRAZIONI

Reg. Tribunale Firenze
n. 5241 del 20/01/2003

Met
Città Metropolitana di Firenze
Via Cavour, 1 - 50129 Firenze
tel. 055 2760346, fax 055 2761276

Direttore responsabile: Gianfrancesco Apollonio

Web designer: Claudia Nielsen

Coordinamento redazionale: Lorian Curri

il turismo della Toscana del domani, per farne uno degli elementi di maggiore impulso e forza”.

“Tredici anni fa quando la Bto è partita – si sofferma l’assessore al turismo, Leonardo Marras – parlare di digitale era un esercizio quasi da pionieri: oggi costituisce un elemento essenziale e centrale di sviluppo e nel digitale il turismo si esprime al massimo. La presenza del ministro Garavaglia testimonia l’importanza non solo toscana della manifestazione, con le sue analisi da mettere a disposizione per il rilancio del Paese. La cinque giorni di incontri sarà infatti anche l’occasione per misurare le nostre azioni, per rendicontare quanto fatto e per programmare il futuro. Proviamo a capire cosa cambia dopo il Covid”.

L’appuntamento con la Bto sarà a Palazzo Vecchio il 24 novembre e presso Nana Bianca e Camera di commercio di Firenze il 25, 26, 29 e 30 novembre. Gli eventi potranno essere seguiti anche on line. La manifestazione è promossa da Regione e Camera di Commercio, mentre l’organizzazione è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione sistema Toscana.

A Firenze sono attesi alcuni fra i più importanti operatori del settore: in carne ed ossa oppure, come nella giornata di apertura di Palazzo Vecchio, come ologrammi in dimensione reale capaci di interagire sul palco del Salone dei Cinquecento. Una squarcio, anche in questo caso, di futuro, di turismo dove esperienze reali e virtuali si mescolano.

I lavori del 24 novembre, che eccezionalmente potranno essere seguiti on line (gratuitamente) sui canali Facebook e Youtube di Bto, si apriranno con gli interventi del ministro del turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Eugenio Giani, dell’assessore comunale al turismo Cecilia Del Re, del presidente della Camera di Commercio Leonardo Bassilichi e del direttore scientifico Bto2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica Francesco Tapinassi. A seguire dialogheranno sulle visioni del turismo di domani Valentina Superti della Direzione generale Crescita della Commissione europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Presenti, in forma di ologramma, anche Roberta Garibaldi, amministratrice delegata di Enit, l’ente nazionale per il turismo, Marco Gilardi di Operations Direction Italy & Usa NH hotel Group, Massimo Canducci, che di professione aiuta le imprese ad innovarsi, e Simone Puerto, fondatore di Travel Singularity.

Nel pomeriggio saranno fornite alcune anticipazioni sugli argomenti delle quattro giornate successive.

Il 26 novembre l’assessore al turismo della Toscana, Leonardo Marras, parteciperà assieme ai direttori di Fondazione Sistema Toscana Francesco Palumbo e di Toscana Promozione turistica Francesco Tapinassi all’evento sulla “Smart Tuscany”, dove saranno illustrati i passi programmati per ridefinire la parte informativa di www.visittuscany.com, ma anche la struttura del futuro sistema regionale della destinazione e le novità dell’Osservatorio turistico di destinazione. A seguire un confronto tra gli ecosistemi digitali di Puglia, Trentino, Veneto e Toscana.

Il 25 novembre sarà invece la giornata dedicata all’innovazione e il 30 novembre all’ospitalità. Nel corso dei cinque giorni si susseguiranno centodieci eventi, quindici ore di ‘cassette degli attrezzi’ e 230 oratori.

Per approfondire:

Il programma della Bto2021, www.bto.travel

Il comunicato con i dettagli del programma <https://www.bto.travel/press/comunicati-stampa/>

22/11/2021 16.51

Regione Toscana

[^ inizio pagina](#)

Content editor: Antonello Serino, Daniela Mencarelli

Ufficio Stampa della Città Metropolitana: Michele

Brancale

 [e-mail](#)

MIXERPLANET.COM

Turismo enogastronomico, in Italia è boom dei viaggi food&wine - Mixer Planet

Mixer Planet

Turismo enogastronomico, in Italia è boom dei viaggi food&wine

Nov 30, 2021

E' boom per il turismo enogastronomico in Italia nell'anno segnato dalla pandemia e dal ritorno a viaggi slow e di prossimità. Secondo i dati della ricerca Ipsos, e dalle tendenze di ricerca presentate da Google nel corso di BTO – Be Travel Onlife (la manifestazione su turismo e innovazione di Firenze), il turismo di prossimità sarà uno dei driver del segmento travel dei prossimi anni.

Stando ai Google Destination Insights, nell'organizzazione di una vacanza la ricerca di itinerari food&wine, insieme alla sostenibilità, sono considerati valori molto importanti dall'83% dei viaggiatori (il 61% di essi afferma poi che la pandemia li ha resi maggiormente sensibili a questo valore). Tra gennaio e ottobre 2021, in particolare, la ricerca di tour enogastronomici ha segnato un +39%, mentre quella relativa alle cantine ha mostrato +30%, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

In linea generale – prosegue la survey Ipsos – l'Italia è il paese più desiderato dal punto di vista turistico, con offerta enogastronomica, moda e arte considerati i principali ambasciatori della nostra cultura all'estero. L'Italia, infatti, è prima tra le mete più golose nel mondo (secondo il 49% degli intervistati), seguita a distanza da Francia (22%) e Giappone (16%).

Link: <https://mondointasca.it/2021/11/18/firenze-bto2021-nel-salone-dei-cinquecento-a-palazzo-vecchio/>

Giovedì 18 Novembre 2021 - Anno XIX



giornale *on line* di turismo e cultura del viaggiare

mondointasca

Cerca



NEWS & EVENTI REPORTAGE LIBRI IN VIAGGIO SHOPPING NATURA & SPORT TECNOLOGIA CURIOSITÀ

LIFESTYLE & BENESSERE ARTE & CULTURA VIDEO

COLOPHON

PUBBLICITÀ

HOME News & Eventi



Palazzo Vecchio, Sala dei Cinquecento

18 Novembre 2021 alle 8:00

Tweet

Firenze: BTO2021 nel Salone dei Cinquecento a Palazzo Vecchio

Per una settimana dal 24 al 30 novembre la Toscana sarà la capitale del turismo multiforme. Firenze ospita a Palazzo Vecchio BTO2021, Be Travel Onlife.

di [Gianfranco Nitti](#)

Sta per tornare a Firenze, in presenza e online, **BTO** – Be Travel Onlife, evento guida in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia. Questa 13a edizione ha scelto di continuare le riflessioni sul concetto di 'Onlife', della capacità

di adattamento, di cui si è discusso nell'ultima edizione. Capacità di adattamento che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia. BTO2021, come riferito in conferenza stampa, si snoderà in 5 giornate tematiche. Sarà un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importanti attori del settore. Alcuni intervengono in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma.



Il tema che farà da filo rosso degli oltre 100 appuntamenti in programma è "New Frictionless World", letteralmente "un nuovo mondo senza attrito", che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di BTO2021, [Francesco Tapinassi](#). "La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme

Pubblicità

Articoli più letti



[Quarrata al confine sud della provincia di Pistoia](#)



[A Napoli il teatro Trianon Viviani risorge e apre la "Stanza delle Meraviglie"](#)



[Underwear e Homewear](#)



[Torniamo in ufficio!](#)



[Parco Nazionale della Sila: foliage, fauna, natura, gastronomia](#)

Spigolature



[C'era una volta... il Turismo, la Diplomazia, le Professioni](#)



[La Grandeur di Scienze Politiche. In una feluca non ci spero più](#)



[Sciovinismo turistico](#)

Tecnologia



[Museo digitale: Klimt vs Klimt a Ca' Pesaro a Venezia](#)
Presso la Galleria Internazionale d'Arte Moderna a

Un momento della conferenza stampa di BTO2021 a Roma (ph. Ilaria Costanzo)

online", dice Tapinassi. "Il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di punti fluidi, senza attriti e complessità, potrà diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un 'new frictionless world' nel turismo, partendo dalla fine del più grande 'attrito' degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19".

BTO2021 a Palazzo Vecchio

Le giornate tematiche – Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze con due sessioni di lavoro: "Visione", con ospiti da tutto il mondo e "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro temi principali (innovazione digitale, destinazioni, cibo & vino, ospitalità) attraverso delle tavole rotonde a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni



Gli organizzatori di BTO2021 (ph. Gianfranco Nitti)

successivi. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Innovazione digitale, il 26 novembre è Destinazione, il 29 novembre è Cibo & Vino e il 30 novembre è Ospitalità.

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.

Info: www.bto.travel

Leggi anche:

Vacanze in Australia: come fare la richiesta di visto turistico con Australia Legal

"ArtePadova": parlare con l'arte e i suoi protagonisti

La Borsa del Turismo Extralberghiero è sbarcata in Sicilia

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[Tweet](#)



Tendenze dello streaming online per il 2022

L'utilizzo delle piattaforme streaming online sono



Smartwatch sotto l'ombrellone. Spiagge italiane cashless più smart e sicure

Andare in spiaggia solo con lo smartphone o lo

Editoria & Immagine info@mondointasca.it

Archivi articoli

Seleziona il mese

[Link: https://www.money.it/adnkronos/Turismo-Bto-sostenibilita-e-big-data-al-centro-delle-policy-turistiche-di](https://www.money.it/adnkronos/Turismo-Bto-sostenibilita-e-big-data-al-centro-delle-policy-turistiche-di)

AdnKronos > Lavoro AdnKronos >

Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani

Redazione AdnKronos | 26 Novembre 2021

Roma, 26 nov. (Adnkronos/Labitalia) - Ci sarà sempre più digitale nel futuro del viaggio, non solo in chiave di esperienze virtuali, ma prima di tutto dal punto di vista della programmazione: i big data sono sempre più importanti per le politiche turistiche. E' quanto è emerso oggi, durante la terza giornata di Bto-Be Travel Onlife, evento leader per turismo e innovazione, in corso a Firenze. In occasione del Destination Day tanti i rappresentanti di Comuni, Regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post-Covid.

“Il futuro passa da decisioni sempre più data-driven. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori”, dichiara Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company. “La sostenibilità - prosegue - rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni, per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute”.

A sposare la linea della sostenibilità anche la Svizzera. “Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Stiamo attraversando un momento epocale in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere”, dice Federico Haas, presidente Hotellerie Suisse Ticino.

Se la pandemia ha fatto riscoprire le vacanze all'aria aperta e il contatto con la natura, il Veneto sta puntando sul turismo lento. “E in particolare sul cicloturismo e sul sistema dei cammini - afferma Stefan Marchioro, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto - che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico”.

Il digitale si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. “Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la Toscana -

WEB

rilancia Francesco Palumbo, direttore Fondazione Sistema Toscana - prima di tutto attraverso l'implementazione del portale Visittuscany.com, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico”.

Punta sul web anche la Puglia, “per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l'identità e la pugliesità sono al centro del nostro racconto online”, conclude Bianca Bronzino, dell'Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione.

Iscriviti alla newsletter

Inserisci la tua mail*

ISCRIVITI ORA

Iscrivendoti acconsenti al [trattamento dei dati](#) personali ai sensi del Dlgs 196/03.

© RIPRODUZIONE RISERVATA  **adn kronos**

ARGOMENTI: Lavoro

Link: <https://www.monti-taft.org/what-s-up/2021-11-09--bto-2021/>

Monti&Taft

cultura contemporanea e sviluppo

ITA | ENG

cerca

[HOME](#) [CHI SIAMO](#) [AREE](#) [PROGETTI](#) [RICERCA](#) [WHAT'S ON](#) [CONTATTACI](#)[Home](#) » [What's on](#) » [BTO 2021](#)

Monti&Taft è presente al [BTO](#) per affrontare il rapporto tra "tecnologia immaginifica" e realtà definendo dei percorsi "concreti" di utilizzo delle nuove potenzialità.

Le audioguide, da strumenti che per qualche anno abbiamo tutti creduto essere a rischio obsolescenza, acquisiscono un ruolo centrale nella definizione di percorsi IoT museali e soprattutto territoriali.

Uno strumento che guidi i fruitori, e il settore nella scoperta delle potenzialità delle nuove produzioni digitali del *territorio sensibile*.

PROGRAMMA

Contatti: Tel. +39 06 5759501 info@monti-taft.org www.monti&taft.org

Culture21 srl - Gruppo Monti&Taft Ltd
Partita IVA 03068171200 | Codice Fiscale/Numero iscrizione registro imprese di Roma 03068171200
CCIAA R.E.A. RM - 1367791 | Capitale sociale: €10.000 i.v.
[Privacy policy](#) | [Cookie policy](#)



Link: <https://www.msn.com/it-it/viaggi/notizie/firenze-bto-week-tra-turismo-innovazione-e-tecnologia/ar-AAQYPxf>

Notizie Meteo Sport eSPORTS Video Money Altro >

lifestyle

cerca nel Web

Precedente

Successivo

Firenze: BTO Week tra turismo, innovazione e tecnologia

Tgcom24 | 3 ore fa | Redazione Tgcom24



Torna a Firenze, in presenza e online, BTO, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia, ginto alla sua 13esima edizione. Sono in programma 100 appuntamenti, 5 giornate tematiche, con oltre 200 speaker in presenza, in collegamento e in forma di ologramma nelle sedi dell'evento: Palazzo Vecchio, Nana Bianca, Camera di Commercio. Tra i player più attesi: AccorHotels, Best Western, Ctrip, Booking.com, The Student Hotel, TikTok. Il tema di quest'anno è "New Frictionless World". Il payoff è tutto nuovo: "Be Travel Onlife" e continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento, di cui si è discusso nell'ultima edizione e che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia.

BTO2021 si snoda in cinque giornate tematiche – 24, 25, 26, 29 e 30 novembre – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore, alcuni interverranno in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma.

Il tema che fa da filo rosso degli oltre 100 appuntamenti in programma è "**New Frictionless World**", letteralmente "**un nuovo mondo senza attrito**", che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di BTO2021, Francesco Tapinassi: "*La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un "new frictionless world" nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19*".

LE GIORNATE TEMATICHE - Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze con due sessioni di lavoro: "**Visione**", con ospiti da tutto il mondo e "**Focus**", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei **quattro main topic** (**digital innovation, destination, food & wine, hospitality**) attraverso delle "round table" a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Digital Innovation, il 26 novembre è Destination, il 29 novembre è Food & Wine e il 30 novembre è Hospitality.

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.

Media Partner: Travel Quotidiano, Guida Viaggi, L'agenzia di Viaggi, Trend, Quality Travel, Turismo&Attualità, Travel World e Pop Economy.

Vai alla Home page MSN

Questa funzionalità non è supportata dalla versione del browser in uso. Ti consigliamo di installare la versione più recente di Internet Explorer per usare la funzionalità.

ALTRO DA TGCOM24



Milano, non paga le tasse per il Covid: assolta imprenditrice ora fa

Tgcom24

Tgcom24



Incidente per Mara Venier, cade e batte la testa: "Poteva andare peggio"

Tgcom24

Tgcom24



Torino, il liceo Cavour sceglie l'asterisco per il genere fluido

TGCOM

Tgcom24



Tgcom24

[Visualizza il sito completo](#)

[Notizie](#) [Meteo](#) [Sport](#) [eSPORTS](#) [Video](#) [Money](#) [Oroscopo](#) [Cucina](#) [Gossip](#) [Motori](#) [Benessere](#) [Lifestyle](#) [Tech e Scienza](#)
[Incontri](#)

© 2021 Microsoft [Privacy e cookie](#) [Condizioni per l'utilizzo](#) [Info inserzioni](#) [Commenti e suggerimenti](#) [Guida](#) [MSN nel mondo](#)

Link: <https://www.msn.com/it-it/money/storie-principali/turismo-firenze-si-trasforma-nella-capitale-del-travel-onlife/ar-AAQP7HF>

Notizie Meteo Sport eSPORTS Video **Money** Altro >

money

cerca nel Web

Precedente

Successivo

Turismo, Firenze si trasforma nella capitale del travel onlife

Italia Oggi | 10 ore fa | ItaliaOggi



Turismo sempre più 4.0. Torna a Firenze, in presenza e online, **Bto**, manifestazione sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per la sua 13/a edizione ha scelto un payoff tutto nuovo - 'Be Travel Onlife' - che continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento ancora più attuale in tempi di post pandemia. Cinque le giornate di **Bto 2021**, dal 24 al 30 novembre: un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore mentre altri interverranno in collegamento o si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma. A fare da filo rosso agli oltre 100 appuntamenti della manifestazione - promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione Sistema Toscana** - 'New Frictionless World', letteralmente "un nuovo mondo senza attrito", che è anche un augurio per il futuro, "partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19", come spiega il direttore scientifico di **Bto 2021**, **Francesco Tapinassi**.

Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online: nel dettaglio il 25 novembre è Digital innovation, il 26 Destination, dove si parlerà anche di smart working, il 29 novembre Food & Wine - il turismo enogastronomico è in crescita e la presenza di esperienze legate all'enogastronomia risulta importante per il 71% delle persone quando scelgono la meta di viaggio - e il 30 è Hospitality, con protagonista la gentilezza ma si parlerà anche di ripartenza post covid e di come trovare personale adeguato.

Video: Lavoro e formazione si incontrano al Faro Job Meeting di Mestre (Mediaset)

Nella giornata di apertura in Palazzo Vecchio, ad intervenire per la prima volta in Italia, Maud Bailly, CEO per il Sud Europa di AccorHotels che delineerà la sua visione per un'hotellerie sempre più smart e digitale. Insieme a lei Harriet Green, Global Business Leader ed ex CEO di Thomas Cook, che illustrerà la sua visione sul futuro del travel e su come superare le barriere, soprattutto mentali, che non favoriscono l'innovazione. L'edizione ibrida di **Bto** consentirà poi di parlare con i principali esponenti delle OTA e dell'advertising online. Da Jane Sun, AD di Ctrip.com Limited, che porterà i suoi saluti a Firenze in video, ad Ashley Dudarenok, principale esperta di marketing e strumenti digitali nel mercato cinese, che interverrà in collegamento sulle innovazioni nel turismo in Cina. Sempre in tema di web marketing, una delle voci più autorevoli, Aleyda Solis, darà i suoi consigli ai siti di destinazione, per non perdere appeal, traffico e potenziali clienti nei motori di ricerca. Per il tema "Destination" avremo la presenza del collettivo artistico teamLab, l'avanguardia globale delle esperienze artistiche digitali e immersive legate alla cultura. TeamLab è composto da vari specialisti come artisti, programmatori, ingegneri, animatori CG, matematici e architetti la cui pratica collaborativa si trova all'intersezione tra arte, scienza, tecnologia, design e mondo naturale. Sono i creatori di opere d'arte immersive per raggiungere un nuovo pubblico e costruire nuove destinazioni turistiche. Non mancheranno poi Miguel Neves, Editor in Chief di Event MB, brand di Skift, una delle fonti di travel intelligence più autorevoli al mondo e Manuel Alejandro Cardenete, viceministro del turismo di Andalusia e presidente di NECSTouR. A completare il quadro degli ospiti del topic "destination" Valentina Superti, direttrice della DG Grow Tourism and Proximity, Digitalization della Commissione Europea, Roberta Garibaldi, AD di ENIT e Gabriele Burgio, AD di Alpitour. Confermano la loro presenza nel filone "hospitality" Giovanna Manzi, CEO di Best Western Italia, Oliver Winter, CEO e fondatore di A&O Hostels, Charlie McGregor, fondatore di The Student Hotel. Ragioneranno sulle innovazioni per un mondo frictionless e racconteranno le sensibilità emergenti delle nuove generazioni in viaggio. Rispetto alle tematiche "food & wine" sul palco lo chef Herbert Hintner, testimonial del progetto di valorizzazione della ristorazione italiana all'estero e Stefano Mosca, direttore della Fiera internazionale del Tartufo Bianco d'Alba che parlerà di sostenibilità partendo dalla ristorazione e dai prodotti agroalimentari.

La giornata del 25 novembre si snoda su due direttrici. La prima è quella del mercato, si indagherà cioè su quali sono le nuove esigenze dalla distribuzione OTA con Alberto Yates Regional Manager di Booking.com, della mobilità con Renzo Iorio, CEO di Nugo SPA, passando per tour ed esperienze virtuali vs reali con Marta Barberini, Senior Marketing Account Manager di GetYourGuide e la gamification delle grandi città con Alex Govoreanu, CEO di questoapp.com. Il secondo filone è quello della strategia digitale per approfondire gli strumenti pubblicitari per le imprese del travel e metterli a sistema. Da non perdere il doppio incontro su Google e Facebook/Instagram advertising a cura dell'agenzia Twow e Adrias Online, con il coordinamento di Luca Bove, per guidare al meglio gli investimenti pubblicitari in questa ripresa. Torna il momento di approfondimento sul video advertising, alla ricerca del "viral factor" che rende un contenuto vincente, assieme a Francesco Sommariva, Head of Growth Accounts, TikTok Italy e la video blogger Francesca Ruvoli (nota come "wildflowermood") con Elena Farinelli, moderatrice dello slot. Si parlerà anche di piattaforme vocali, dal podcasting a Clubhouse, a cura di Roberta Milano con Patrizia Pellegrini di Bumboo. La design experience "onlife" per evitare le consuete frizioni tra online ed esperienza di soggiorno reale, verrà affrontata nell'incontro a cura di Antonio Maresca, Luca Vescovi e Letizia Ciaccafava, nel momento dedicato ai motori di ricerca e alla SEO di Gianluca Fiorelli e in quello sulla marketing automation, a cura di Ada Bosco di Active Campaign. Ampio approfondimento sugli open data del travel per capire come possono essere utilizzati e sull'accesso agli strumenti digitali per la piccola e media impresa. Il tema verrà esplorato nei panel scientifici a cura di Valeria Minghetti (Ciset), con l'intervento della responsabile Dati e dei Processi Istat, Anna Scannapieco, e nel round table a cura di Rodolfo Baggio con Giorgio Lodi e Ilaria Vitiello, tecnologie ed esperte di open government data. Un round table di best cases nazionali cercherà invece di tracciare lo stato delle PMI del turismo nell'adozione delle tecnologie, a cura dello sportello PID - punto impresa digitale della Camera di Commercio. A seguire, sulla gestione e il trattamento dei dati sensibili interverranno Antonio Procopio founder di Digital-hub, Giacomo del Chiappa (Uniss), Deborah Bianchi e Chiara Leoni, legali esperte di IT & Data Protection Law, nell'incontro moderato da Edoardo Colombo, esperto di trasformazione digitale nella PA e delle imprese.

[Vai alla Home page MSN](#)

Link: <https://www.notizie.it/turismo-bto-10mila-visualizzazioni-274-speaker-e-24-paesi-coinvolti/>

Corescore pixel

Lavoro

🔍

POLITICA CRONACA ECONOMIA ESTERI LIFESTYLE SCIENZA & TECH SPORT SALUTE CULTURA VIAGGI CURIOSITÀ OROSCOPO

🕒 IN TEMPO REALE

Non scandalizziamoci per i Renatino di uno spot, ma per quelli reali

IN TENDENZA

Coronavirus Green Pass Variante Omicron

I più letti

Flash news

OGGI

SETTIMANA

MESE

Home > Flash news > Lavoro > Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti
03/12/2021 | di Adnkronos

Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti

Condividi su Facebook



Seguici su



Covid, Welcomeasy: Green Pass non ferma il turismo



Startup: con Muv mobilità sostenibile diventa uno sport



Digitale: Moggi (Westpole), 'Premio ad innovazione è

Roma, 3 dic. (Labitalia) – Oltre 10mila visualizzazioni da remoto, 274 speaker esperti della Travel Industry, 102 eventi distribuiti in cinque giornate e tre diverse location, con ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: si è chiusa a Firenze la prima edizione ibrida di Bto-Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana.

Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano nel novembre 2022. L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da 24 Paesi nel mondo. Nella top 10: Italia, Usa, Finlandia, Austria, Svizzera, Uk, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone.

Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di Bto, hanno partecipato attivamente alle 4 tematiche protagoniste dell'edizione 2021, totalizzando oltre 10.000 presenze live agli eventi.

Il più seguito in termini di presenze, il Digital Innovation & Strategy Day, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle Destination, quella specificatamente riservata al mondo Hospitality e quella dedicata al Food & Wine Tourism. Una tendenza forse destinata a cambiare, considerando il fatto che proprio il turismo enogastronomico è emerso come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine.

Su MyBtoO, la piattaforma online di **Bto 2021**, le attività dedicate alle quattro tematiche chiave hanno superato i 75.000 minuti. Conclusa la **Bto Week**, la manifestazione adesso prosegue per gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, dando la possibilità di rivivere online gli eventi con 5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica integralmente fruibili sul web.

"Questa tredicesima edizione di **Bto** – commenta Leonardo Marras, assessore all'Economia e al Turismo della Regione Toscana – è stata davvero un bel successo.

Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo. **Bto** per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022".

"Il successo di questa edizione di **Bto** è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business. La **Bto** è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati", dice Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze.

"Un grazie a tutti coloro – dichiara **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico di Bto2021 – che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i 274 speakers, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesso di fare una **Bto** del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel".

Leggi anche



Grappa: in Trentino arriva 'La notte degli alambicchi accesi'



Fiere: Roma, Codeway 2021 chiude Digital edition, appuntamento in presenza a maggio



Afghanistan: Sereni, 'non spegnere luci, situazione resta drammatica'

stimolo a crescita'



Fisco: De Lise (commercialisti), 'non limitare diritti di difesa contribuente'



Edilizia, Marchetti (Assolegno): 'Settore del legno ha tenuto anche con la pandemia'



"Materiale legno da costruzione più che raddoppiato in 6 mesi"



"Per le costruzioni in legno nel 2021 atteso balzo a due cifre"



"Un decalogo per certificare la

notizie.it

Lavoro



POLITICA CRONACA ECONOMIA ESTERI LIFESTYLE SCIENZA & TECH SPORT SALUTE CULTURA VIAGGI CURIOSITÀ OROSCOPO

IN TEMPO REALE Brusaferrò: "Fascia più colpita under 19 e crescono i contagi nei bambini da 6 a 11 anni" **IN TENDENZA** Coronavirus Green Pass Ddl Zan

I più letti

Flash news

OGGI

SETTIMANA

MESE

Home > Flash news > Lavoro > Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani
26/11/2021 | di Adnkronos

Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani

Condividi su Facebook

notizie.it

Roma, 26 nov. (Adnkronos/Labitalia) – Ci sarà sempre più digitale nel futuro del viaggio, non solo in chiave di esperienze virtuali, ma prima di tutto dal punto di vista della programmazione: i big data sono sempre più importanti per le politiche turistiche.

E' quanto è emerso oggi, durante la terza giornata di Bto-Be Travel Onlife, evento leader per turismo e innovazione, in corso a Firenze. In occasione del Destination Day tanti i rappresentanti di Comuni, Regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post-Covid.

"Il futuro passa da decisioni sempre più data-driven. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori", dichiara Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company.

"La sostenibilità – prosegue – rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità



Seguici su



leg, al via corsi Scuola di alta formazione per transizione ecologica



Formazione: Marta Cartabia apre 2a ediz. Scuola Politica 'Vivere nella Comunità'



reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni, per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute”.

A sposare la linea della sostenibilità anche la Svizzera.

“Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Stiamo attraversando un momento epocale in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere”, dice Federico Haas, presidente Hotellerie Suisse Ticino.

Se la pandemia ha fatto riscoprire le vacanze all'aria aperta e il contatto con la natura, il Veneto sta puntando sul turismo lento.

“E in particolare sul cicloturismo e sul sistema dei cammini – afferma Stefan Marchioro, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto – che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico”.

Il digitale si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. “Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la Toscana – rilancia Francesco Palumbo, direttore Fondazione Sistema Toscana – prima di tutto attraverso l'implementazione del portale Visittuscany.com, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico”.

Punta sul web anche la Puglia, “per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l'identità e la pugliesità sono al centro del nostro racconto online”, conclude Bianca Bronzino, dell'Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione.

Leggi anche

LAVORO



Turismo: archeologico, verde e subacqueo, la nuova esperienza di viaggio alla Bmta

LAVORO



Dhl express Italy, 900 assunzioni per gestire picco ordini di Black Friday e Natale

LAVORO



Previdenza: Cnpr, risultato assestato 2021 pari a +127,54 mln di euro

Recovery, Mantovani (Manageritalia): "Crescita strutturale e sostenibile per ripresa duratura"

LAVORO



Frattini: 'Link Campus ha anticipato di molto i modelli formativi attuali'

LAVORO



Giusti (Link Campus): 'Formazione è player fondamentale per ripresa economica'

LAVORO



Link Campus, al via anno accademico alla presenza di Giancarlo Coraggio

LAVORO



Al via a Milano Assemblée nazionale Manageritalia, al centro Pnrr e riforme

LAVORO



Meteo Firenze Oggi

12 °C 17 °C

lunedì, 15 novembre 2021 - 07:48

CRONACA

ECONOMIA

SPORT

CULTURA

LIFESTYLE

RUBRICHE

FIorentina

SERVIZI

FIorentina

CALCIO STORICO

SIENA CALCIO

EMPOLI CALCIO

PUGILATO

L'AMMINISTRATORE RISPONDE

L'AVVOCATO RISPONDE

LA PSICOLOGA RISPONDE

LA VETERINARIA RISPONDE

DIFESA CIVICA

GUIDA ANTIQUARIA

DOSSIER E SPECIALI

OFFERTE LAVORO FIRENZE

SALUTE, BENESSERE E LIFESTYLE

EVENTI FIRENZE

CINEMA FIRENZE

VISITARE FIRENZE

MAPPA DI FIRENZE

METEO FIRENZE

METEO TOSCANA

CAP FIRENZE

Economia

Turismo: ologrammi e relatori virtuali e reali per guardare al futuro

Torna **BTO** dal 24 al 30 novembre a Firenze, capitale del Travel Onlife

Redazione Nove da Firenze

14 novembre 2021 18:04



Sta per tornare a Firenze, in presenza e online, **BTO**, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa **13a edizione** ha scelto un **payoff tutto nuovo** - "Be Travel Onlife" - che continua le riflessioni sul concetto di *Onlife*, della capacità di adattamento, di cui si è discusso nell'ultima edizione e che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia. **BTO2021 si snoderà in 5 giornate tematiche – 24, 25, 26, 29 e 30 novembre** – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i **più importati player del settore**, alcuni interverranno in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di **ologramma**. **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**.

Il tema che farà da filo rosso degli oltre **100 appuntamenti in programma** è "New Frictionless World", letteralmente "un nuovo mondo senza attrito", che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di **BTO2021, Francesco Tapinassi**: "La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni,

WEB

strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un "new frictionless world" nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19".

LE GIORNATE TEMATICHE

Il **taglio del nastro** è in programma il **24 novembre** nel **Salone dei Cinquecento** di **Palazzo Vecchio**, a **Firenze** con due sessioni di lavoro: "**Visione**", con ospiti da tutto il mondo e "**Focus**", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei **quattro main topic** (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso delle "**round table**" a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi.

Le sedi di **Nana Bianca** e della **Camera di Commercio di Firenze** ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il **25 novembre** è **Digital Innovation**, il **26 novembre** è **Destination**, il **29 novembre** è **Food & Wine** e il **30 novembre** è **Hospitality**.

FOTO GALLERY



NOTIZIE CORRELATE

- Toscana Promozione: approvato il bilancio di esercizio 2020
- Be Travel Onlife: nuovo tema per la 13ª edizione della BTO week

TAG

[firenze](#)

[/ salone dei cinquecento](#)

[/ palazzo vecchio](#)

[/ nana bianca](#)

IN EVIDENZA

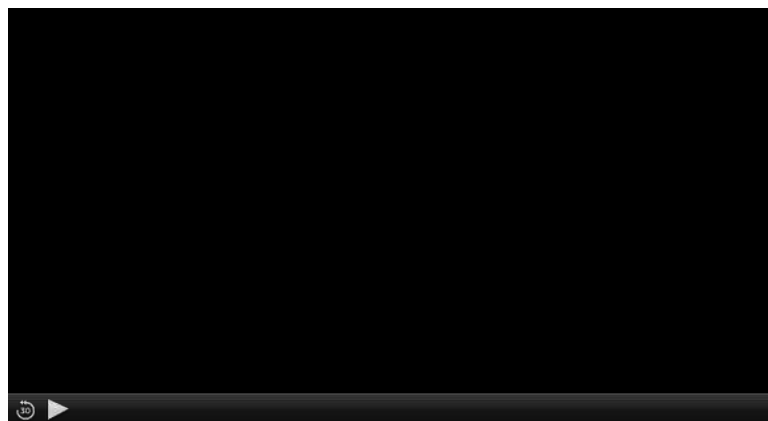
Empoli Femminile: pari 2-2 con la Sampdoria

Tornano i mercatini natalizi di Bolzano

Presentata oggi l'associazione Viticoltori di Greve in Chianti

Boom del turismo enogastronomico in Italia

VIDEO PILLOLE OkFirenze martedì 30 novembre 2021 di Italtpress



Boom per il turismo enogastronomico in Italia nel 2021.

Tra gennaio e ottobre, il Belpaese è primo tra le mete più golose nel mondo, seguito da Francia e Giappone.

È quanto emerge da una ricerca Ipsos e dalle tendenze presentate da Google nel corso di BTO - Be Travel Onlife.
mkg/sat/red

OKFIRENZE.COM

Invia alla Redazione le
tue segnalazioni

redazione@okfirenze.com



Carabinieri ed Enel più vicini per la tutela del Paese

TOPNEWS oggi, mar 30 novembre

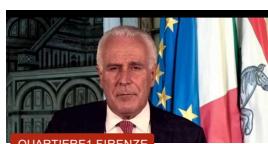
ROMA (ITALPRESS) - L'Arma dei Carabinieri ed Enel ancora più vicine per la prevenzione e il contrasto all'illegalità, la tutela dell'ambiente e

Condividi Tweet

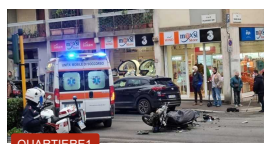
I Le notizie più lette



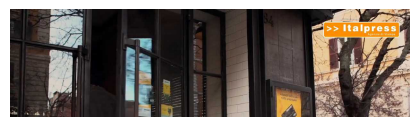
PIANAFIORENTINA QUARTIERE1



QUARTIERE1 FIRENZE



QUARTIERE1



Link: <https://www.okmugello.it/dall-italia/news-nazionali/8872/play-mp4-video-vPM>

ok!Mugello

le notizie in diretta

Martedì, 30 Novembre 2021

Home Notizie Comuni Dall'Italia Magazine In vetrina Eventi Media Utilità

La redazione

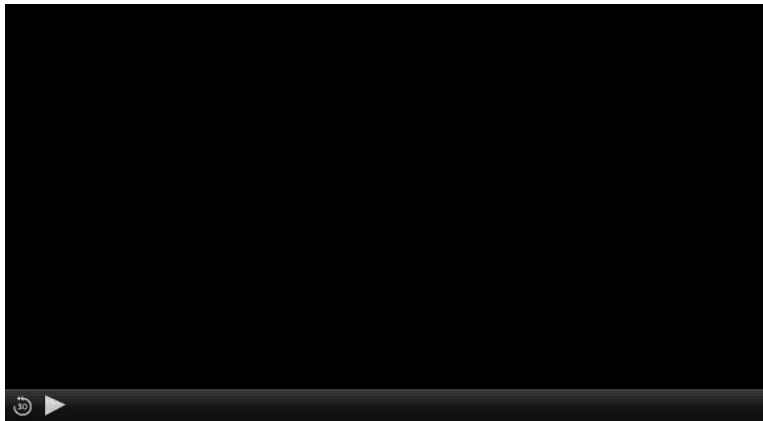
Cerca

Social

Il Network

Boom del turismo enogastronomico in Italia

VIDEO PILLOLE OkMugello martedì 30 novembre 2021 di Italtpress



Boom per il turismo enogastronomico in Italia nel 2021.

Tra gennaio e ottobre, il Belpaese è primo tra le mete più golose nel mondo, seguito da Francia e Giappone.

È quanto emerge da una ricerca Ipsos e dalle tendenze presentate da Google nel corso di BTO - Be Travel Onlife.
mgs/sat/red

OKMUGELLO.IT

Invia alla Redazione le
tue segnalazioni

redazione@okmugello.it



Covid, De Luca: "In Campania altri 5 contagiati da variante Omicron"

VIDEO PILLOLE oggi, mar 30 novembre

"Sono già cinque i nuovi contagiati dalla variante Omicron. Dal tracciamento che abbiamo fatto del paziente zero (di Caserta ndr) abbiamo

Condividi Tweet

Le notizie più lette



BARBERINODIMUGELLO FIRENZEPROVINCIA



BARBERINODIMUGELLO



SCARPERIAESANPIERO



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: <https://www.okvaldisieve.it/dall-italia/news-nazionali/8872/play-mp4-video-vPM>

ok!Valdisieve

le notizie in diretta

Martedì, 30 Novembre 2021

Home Notizie Comuni Dall'Italia Magazine In vetrina Eventi Media Utilità

La redazione

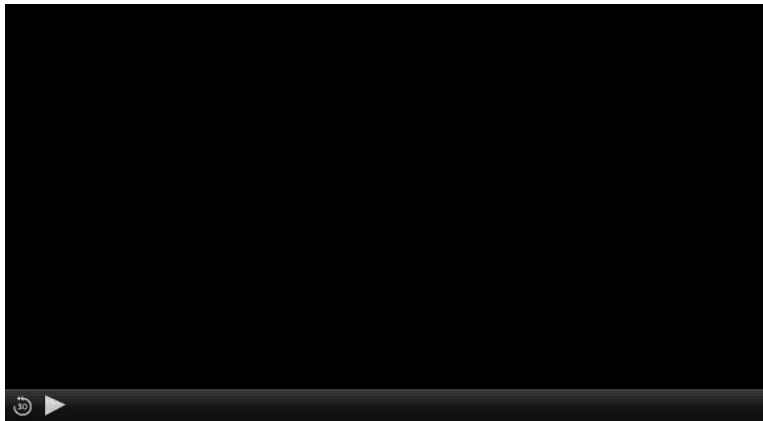
Cerca

Social

Il Network

Boom del turismo enogastronomico in Italia

VIDEO PILLOLE OkValdisieve martedì 30 novembre 2021 di Italpress



Boom per il turismo enogastronomico in Italia nel 2021.
Tra gennaio e ottobre, il Belpaese è primo tra le mete più golose nel mondo, seguito da Francia e Giappone.
È quanto emerge da una ricerca Ipsos e dalle tendenze presentate da Google nel corso di BTO - Be Travel Onlife.
mgg/sat/red

OKVALDISIEVE.IT

Invia alla Redazione le
tue segnalazioni
redazione@okvaldisieve.it



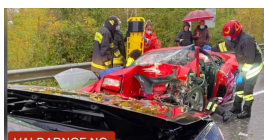
Carabinieri ed Enel più vicini per la tutela del Paese

TOPNEWS oggi, mar 30 novembre

ROMA (ITALPRESS) - L'Arma dei Carabinieri ed Enel ancora più vicine per la prevenzione e il contrasto all'illegalità, la tutela dell'ambiente e

Condividi Tweet

Le notizie più lette



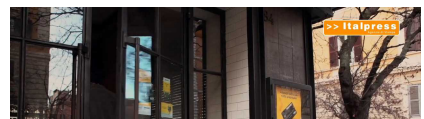
VALDARNOF.NO



PONTASSIEVE



VALDARNOF.NO



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: https://www.olbianotizie.it/24ore/articolo/599266-turismo_bto_10mila_visualizzazioni_274_speaker_e_24_paesi_coinvolti



CRONACA ECONOMIA CULTURA E SPETTACOLO SPORT TURISMO SOCIALE PORTO CERVO Q 13°

PRIMA PAGINA

24 ORE

VIDEO

Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti

Si è chiusa la prima edizione ibrida, appuntamento a novembre 2022

LAVORO

03/12/2021 18:00 | AdnKronos @Adnkronos



Roma, 3 dic. (Labitalia) - Oltre 10mila visualizzazioni da remoto, 274 speaker esperti della Travel Industry, 102 eventi distribuiti in cinque giornate e tre diverse location, con ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: si è chiusa a Firenze la prima edizione ibrida di Bto-Be Travel Onlife,

manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana. Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano nel novembre 2022. L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da 24 Paesi nel mondo. Nella top 10: Italia, Usa, Finlandia, Austria, Svizzera, Uk, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone. Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di Bto, hanno partecipato attivamente alle 4 tematiche protagoniste dell'edizione 2021, totalizzando oltre 10.000 presenze live agli eventi. Il più seguito in termini di presenze, il Digital Innovation & Strategy Day, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle Destination, quella specificatamente riservata al mondo Hospitality e quella dedicata al Food & Wine Tourism. Una tendenza forse destinata a cambiare, considerando il fatto che proprio il turismo enogastronomico è emerso come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine. Su MyBtoO, la piattaforma online di Bto 2021, le attività dedicate alle quattro tematiche chiave hanno superato i 75.000 minuti. Conclusa la Bto Week, la manifestazione adesso prosegue per gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, dando la possibilità di rivivere online gli eventi con 5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica integralmente fruibili sul web. "Questa tredicesima edizione di Bto - commenta Leonardo Marras, assessore all'Economia e al Turismo della Regione Toscana - è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo. Bto per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022". "Il successo di questa edizione di Bto è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna

IN PRIMO PIANO

- Bollettino Covid: aumentano i casi 189 e un decesso
- Venerdì 10 consiglio comunale a Olbia, si discuterà di bilancio e approvazione della Tarsu
- Premio nazionale delle Arti XV a Sassari, presente il ministro Messa
- My favorite artisan Award 2021 in aeroporto a Olbia per promuovere l'artigianato sardo
- In Sardegna 154 nuovi casi di Covid e zero decessi
- Cluster Covid a Palau, il sindaco accusa: "Si ipotizza strategia di contagio per evitare restrizioni"
- Il Consigliere regionale Li Gioi diventa capogruppo del Consiglio regionale della Sardegna
- In Sardegna 145 nuovi casi di Covid e un decesso
- La Regione finanzia il percorso formativo dei disoccupati
- XVI Sardinia Film Festival, sei giorni di cinema d'animazione

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business. La Bto è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati", dice Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze. "Un grazie a tutti coloro - dichiara Francesco Tapinassi, direttore scientifico di Bto2021 - che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i 274 speakers, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesse di fare una Bto del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel".

LEGGI ANCHE

LE NOTIZIE PIÙ LETTE

Cluster Covid a Palau, il sindaco accusa: "Si ipotizza strategia di contagio per evitare restrizioni"

Premio nazionale delle Arti XV a Sassari, presente il ministro Messa

Bollettino Covid: aumentano i casi 189 e un decesso

Venerdì 10 consiglio comunale a Olbia, si discuterà di bilancio e approvazione della Tarsu

My favorite artisan Award 2021 in aeroporto a Olbia per promuovere l'artigianato sardo

In Sardegna 154 nuovi casi di Covid e zero decessi

Scontro frontale tra due auto a Olbia, due persone trasportate in ospedale in codice rosso

Sabato a Olbia la passeggiata in rosa a supporto del progetto Mater&Komen

Il Consigliere regionale Li Gioi diventa capogruppo del Consiglio regionale della Sardegna

Ragazzo e ragazza nei guai per droga ad Arzachena: lui arrestato, lei segnalata alla prefettura

OlbiaNotizie
L'informazione al vostro servizio

OlbiaNotizie.it © 2021 Damos Editore S.r.l.s
P.IVA 02650290907

Giornale quotidiano online iscritto nel registro stampa del Tribunale di Tempio Pausania, decreto n°1/2016 V.G. 248/16 depositato il 01.04.2016

CERCA



Filo diretto con OlbiaNotizie

SCRIVI AL DIRETTORE
SCRIVI ALLA REDAZIONE
SEGNALA UNA NOTIZIA
SEGNALA UN EVENTO



redazione@olbianotizie.it

CI TROVI ANCHE SUI SOCIAL



REDAZIONE PUBBLICITÀ PRIVACY E COOKIES NOTE LEGALI ARCHIVIO

PRIMA PAGINA

24 ORE

VIDEO

Link: https://www.olbianotizie.it/24ore/articolo/598205-turismo_bto_sostenibilita_e_big_data_al_centro_delle_policy_turistiche_di_domani



CRONACA ECONOMIA CULTURA E SPETTACOLO SPORT TURISMO SOCIALE PORTO CERVO Q 8°

PRIMA PAGINA

24 ORE

VIDEO

Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani

LAVORO



26/11/2021 21:37 | AdnKronos @AdnKronos



Roma, 26 nov. (AdnKronos/Labitalia) - Ci sarà sempre più digitale nel futuro del viaggio, non solo in chiave di esperienze virtuali, ma prima di tutto dal punto di vista della programmazione: i big data sono sempre più importanti per le politiche turistiche. E' quanto è emerso oggi, durante la terza giornata di Bto-Be Travel Onlife,

evento leader per turismo e innovazione, in corso a Firenze. In occasione del Destination Day tanti i rappresentanti di Comuni, Regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post-Covid. "Il futuro passa da decisioni sempre più data-driven. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori", dichiara Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company. "La sostenibilità - prosegue - rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni, per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute". A sposare la linea della sostenibilità anche la Svizzera. "Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Stiamo attraversando un momento epocale in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere", dice Federico Haas, presidente Hotellerie Suisse Ticino. Se la pandemia ha fatto riscoprire le vacanze all'aria aperta e il contatto con la natura, il Veneto sta puntando sul turismo lento. "E in particolare sul cicloturismo e sul sistema dei cammini - afferma Stefan Marchioro, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto - che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico". Il digitale si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. "Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la Toscana - rilancia Francesco Palumbo, direttore Fondazione Sistema Toscana - prima di tutto attraverso l'implementazione del portale Visittuscany.com, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico". Punta sul web anche la Puglia, "per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l'identità e la pugliesità sono al centro del nostro racconto online", conclude Bianca Bronzino, dell'Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione.

IN PRIMO PIANO

- In Sardegna 102 nuovi casi di Covid e un decesso
- Furto in auto a Olbia, beccato il responsabile e denunciato
- Ritardo sul bando della continuità territoriale, Li Gioi MS: "A rischio la stagione estiva"
- Rischio idrogeologico in Sardegna, tredici milioni di euro dal Governo
- Bollettino Covid in Sardegna: "Ulteriori 164 casi e nessun decesso"
- Violenza sulle donne: Codice Rosso per un 18enne a Tempio Pausania
- Rafforzare la visibilità del nord Sardegna attraverso il progetto "Intrecci"
- Al via a Olbia il laboratorio di lettura animata "La valigia di Babbo Natale"
- In Sardegna aumento dei casi di Covid: 206 e un decesso
- Due percorsi formativi di information technology promossi da Confindustria Centro Nord Sardegna

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

LEGGI ANCHE

WEB

388

Link: <https://www.osservatoreitalia.eu/firenze-si-accendono-i-riflettori-sulla-13ima-edizione-di-bto/>



PRIMO PIANO ▾ ESTERI CRONACA ▾ SCIENZA E TECNOLOGIA CULTURA E SPETTACOLI COSTUME E SOCIETÀ SPORT ▾ TV ECCELLENZE SOTTO SCATTO



CRONACA

CONTATTI

Firenze, si accendono i riflettori sulla 13ima edizione di BTO



Pubblicato 13 ore fa il 22 Novembre 2021
da L'Osservatore d'Italia

Clicca e condividi l'articolo



Tempo di lettura 4 minuti



5 giorni tra i big players del turismo e ologrammi per ridefinire il turismo post Covid

Al via il 24 novembre con l'Opening Day in Palazzo Vecchio a cui parteciperanno, tra gli altri, il ministro del Turismo Massimo Garavaglia, l'AD di ENIT Roberta Garibaldi e la DG Grow della Commissione Europea Valentina Superti. Più di 100 appuntamenti, oltre 200 relatori, 3 sedi, format ibrido online e in presenza per la 13a edizione che avrà per tema "New Frictionless World".

FIRENZE – Mancano ormai poche ore al via ufficiale della 13a edizione di BTO – Be Travel Onlife in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze. Tra i protagonisti della giornata inaugurale che potrà essere seguita eccezionalmente anche online sui canali Facebook e Youtube di BTO, ci saranno anche gli ologrammi.

La manifestazione dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a Firenze, volge da sempre il suo sguardo sull'evoluzione del binomio tra turismo e innovazione, e anticipa i trend ancora prima che le nuove mode si affermino. Come accadde anni fa per la diffusione del fenomeno Airbnb, passando dai robot umanoidi con funzioni di concierge fino ai chip sottopelle in grado di aprire la porta della camera in hotel.

BTO2021 si snoderà in altre 4 giornate tematiche – 25, 26, 29 e 30 novembre – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore. 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.

L'Opening Day del 24 novembre si aprirà con gli interventi del ministro del Turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Toscana Eugenio Giani insieme all'Assessore comunale al Turismo Cecilia Del Re, al presidente della Camera di Commercio di Firenze Leonardo Bassilichi e al direttore scientifico di BTO2021 Francesco Tapinassi, per poi entrare nel vivo con la sessione "Visione", che vedrà sul palco ospiti nazionali e internazionali tra cui Valentina Superti DG Grow – Commissione Europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Nel pomeriggio al via la sessione "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro topic delle giornate successive (digital innovation, destination, food & wine,

SEGUI SU INSTAGRAM



osservatoreitalia

Carica altro...

Segui su Instagram

SEGUI SU FACEBOOK

SEGUI SU TWITTER

Tweets von @"oslaz"

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

hospitality) attraverso tavole rotonde a cui parteciperanno speaker in presenza, collegati via web ma non solo.

Gli ologrammi di Roberta Garibaldi Ad di Enit, Marco Gilardi Operations Direction Italy & Usa NH Hotel Group, Massimo Canducci Chief Innovation Officer Engineering e Simone Puerto Founder Travel Singularity faranno la loro apparizione sul palco del Salone di Cinquecento, in dimensione reale, interagendo con i moderatori.

È l'azienda pisana Alkedo Produzioni a curare la parte tecnica di quella che loro stessi definiscono Holopresenza, e cioè un sistema che utilizza l'illusione ottica dell'ologramma integrandola in un contesto reale senza l'utilizzo di supporti visivi come occhiali o visori. Il sistema dell'Holopresenza può essere utilizzato in numerosi ambiti, tra cui il turismo business che con le sue migliaia di congressi e meeting ogni anno, rappresenta l'1% del PIL nazionale (dato 2019).

E il tema del turismo d'affari sarà al centro della ricerca di Sociometrica dal titolo "Il futuro del turismo business in Italia" che verrà presentata in anteprima a BTO il 24/11 da Antonio Preiti, professore all'Università di Firenze. Lo studio, che vedrà anche una presentazione più estesa il 30/11, ha preso in esame 2500 aziende in tutta Italia sull'impatto del Covid su viaggi d'affari, meeting, congressi e viaggi di istruzione. I dati saranno protagonisti anche nell'atteso panel in programma sempre il 24 e dedicato a Google Trends e Google Destination Insights in cui interverranno Furio Gianforme Industry Head Travel, Apps & Education Google e Giovanni Benassi Analytical Lead per il Travel Google. La ricerca di Ipsos "Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia", verrà illustrata in anteprima il 29 novembre durante la giornata con focus sul Food and wine. E la Toscana ne uscirà da protagonista risultando al secondo posto tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica, dopo la Sicilia e prima di Emilia-Romagna, Puglia e Campania.

Riflettori puntati ancora sulla Toscana il 26/11 in occasione del panel "Smart Tuscany" in cui verranno illustrati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di visittuscany.com, la struttura del futuro Destination Management System regionale e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. Parteciperanno l'assessore al Turismo della Regione Toscana Leonardo Marras, i direttori di FST Francesco Palumbo e TPT Francesco Tapinassi. A seguire, sempre il 26, un confronto tra Regioni italiane sarà il focus

dell'incontro "Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane" a cui parteciperanno Bianca Bronzino Head of Digital systems, Pugliapromozione / WeAreinPuglia, Sabrina Pesarini – Head of CRM & Digital Marketing, Trentino Marketing / VisitTrentino, Stefan Marchioro – Progetti territoriali e governance del turismo, Regione del Veneto e Costanza Giovannini – Head of Communications, Fondazione Sistema Toscana / Visit Tuscany.

Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno le altre quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Digital Strategy & Innovation, sezione curata da Giulia Eremita e Rodolfo Baggio, il 26 novembre è Destination che vede la regia di Emma Taveri; il 29 novembre è Food & Wine, topic a cura di Roberta Milano; il 30 novembre è Hospitality giornata coordinata da Lara Fantoni.

ARGOMENTI CORRELATI

NON PERDERTI

◀ **Green pass, Governo e Regioni a confronto per fronteggiare 4 ondata**

ARTICOLO SUCCESSIVO

Marsala, lungomare antistante il monumento dei Mille: partiti i lavori di riqualificazione ▶

POTREBBE INTERESSARTI

COMMENTA L'ARTICOLO

CRONACA

Marsala, lungomare antistante il monumento dei Mille: partiti i lavori di riqualificazione



Pubblicato 13 ore fa il 22 Novembre 2021
da L'Osservatore d'Italia

Clicca e condividi l'articolo

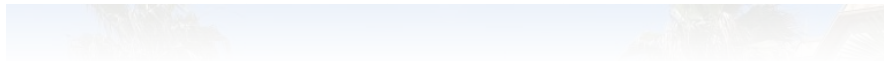


Tempo di lettura 2 minuti



MARSALA (TP) – Sono iniziati oggi a Marsala i lavori di riqualificazione di un tratto del Lungomare antistante il Monumento ai Mille.

Il cantiere si estende per circa cento metri e comprende sia la sede stradale che i marciapiedi che confluiscono all'incrocio con via Scipione l'Africano (circa 50 metri per lato). Ciò comporterà delle variazioni alla circolazione veicolare, già disposte con



CONTINUA A LEGGERE

CRONACA

Green pass, Governo e Regioni a confronto per fronteggiare 4 ondata



Pubblicato 15 ore fa il 22 Novembre 2021
da L'Osservatore d'Italia

Clicca e condividi l'articolo



Tempo di lettura < 1 minuto



Si terrà oggi pomeriggio l'incontro tra le Regioni e il Governo sulle nuove misure per fronteggiare la quarta ondata del Covid.

A palazzo Chigi saranno presenti i ministri degli Affari Regionali e della Salute Mariastella Gelmini e Roberto Speranza e il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio Roberto Garofoli.

Le Regioni parteciperanno alla riunione in videocollegamento

CONTINUA A LEGGERE

CRONACA

Covid, il rapporto dell'Iss: ultimo mese 64% dei ricoveri in terapia intensiva e il 45% dei morti avvenuti tra i non vaccinati



Pubblicato 1 giorno fa il 21 Novembre 2021
da L'Osservatore d'Italia

Clicca e condividi l'articolo



Tempo di lettura 2 minuti



Nell'ultimo mese in Italia il 64% dei ricoveri in terapia intensiva e il 45,3% dei decessi sono avvenuti tra coloro che non hanno ricevuto alcuna dose di vaccino anti-Covid. Il dato emerge dal Report dell'Istituto superiore di Sanità. E l'Oms lancia l'allarme per l'Europa: si temono altri 500mila morti entro marzo. E il direttore per il Vecchio Continente Kluge: vaccinate di più.

I nuovi dati del Report evidenziano infatti che il tasso di decesso nei non vaccinati (65 per 100mila) è circa nove volte più alto rispetto ai vaccinati con ciclo

CONTINUA A LEGGERE

I PIÙ LETTI

METROPOLI / 1 giorno fa

Bracciano, da rifiuti organici a risorsa: l'obiettivo è coprire il 25 per cento della cittadinanza

METROPOLI / 2 giorni fa

Tivoli, spaccia eroina dall'autobus: 35enne in manette

CRONACA / 1 giorno fa

Covid, il rapporto dell'Iss: ultimo mese 64% dei ricoveri in terapia intensiva e il 45% dei morti avvenuti tra i non vaccinati

ROMA / 1 giorno fa

Roma, ponte di Ferro. Dopo due mesi dall'incendio ancora interrotto: traffico in tilt e aumento esponenziale dell'inquinamento

CRONACA / 1 giorno fa

Leopolda, Renzi: "Al voto né con il centrodestra, né con Pd-M5s. Il centro sarà uno spazio politico decisivo"

ROMA / 1 giorno fa

Roma, tragedia alla stazione Termini: 21enne muore dopo un volo di 20 metri dalla torre di Santa Bibiana

ROMA / 1 giorno fa

Green pass su bus e metro. Stanziale (Filt Cgil Roma e Lazio): "Non ci sono le condizioni per controllare"

SPORT / 18 ore fa

United Volley Pomezia (B1/f), Alessia Viglietti: "E' presto per pensare ad altri obiettivi..."

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

L'osservatore d'Italia



PRIMO PIANO ESTERI CRONACA SCIENZA E TECNOLOGIA CULTURA E SPETTACOLI COSTUME E SOCIETÀ SPORT TV ECCELLENZE SOTTO SCATTO CONTATTI

L'Osservatore d'Italia - Autorizzazione Tribunale di Velletri 2/2012 del 16/01/2012 - Iscrizione al Registro pubblico Operatori di Comunicazione (ROC) del 07/02/2014 Indirizzo PEC
osservatoreitalia@pec.it - Copyright © 2012/2013/2014/2015/2016/2017/2018/2019/2020 L'Osservatore d'Italia Srls

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE

Link: <https://www.osservatoreitalia.eu/firenze-turismo-innovazione-e-tecnologia-tutto-pronto-per-la-settimana-bto/>



PRIMO PIANO ▾

ESTERI

CRONACA ▾

SCIENZA E TECNOLOGIA

CULTURA E SPETTACOLI

COSTUME E SOCIETÀ

SPORT ▾

TV

ECCELLENZE SOTTO SCATTO



ECONOMIA E FINANZA

CONTATTI

Firenze: turismo, innovazione e tecnologia. Tutto pronto per la settimana BTO



Pubblicato 3 ore fa il 17 Novembre 2021
da **Gianfranco Nitti**

Clicca e condividi l'articolo



Tempo di lettura 3 minuti



Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio

Sta per tornare a Firenze, in presenza e online, BTO, evento guida in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa 13a edizione ha scelto un schema tutto nuovo – “Be Travel Onlife” – che continua le riflessioni sul concetto di ‘Onlife’, della capacità di adattamento, di cui si è discusso nell’ultima edizione e che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia.

BTO2021 si snoderà in 5 giornate tematiche: 24, 25, 26, 29 e 30 novembre

un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati attori del settore, alcuni intervengono in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma. BTO – Be Travel Onlife è un evento di Regione

Toscana
turismo
Toscana



Il tema che farà da filo rosso degli oltre 100 appuntamenti in programma

“New Frictionless World”, letteralmente “un nuovo mondo senza attrito”, che è anche

WEB

SEGUI SU INSTAGRAM



osservatoreitalia

Carica altro...

Segui su Instagram

SEGUI SU FACEBOOK

SEGUI SU TWITTER

Tweets von @"oslaz"

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di BTO2021, Francesco Tapinassi: “La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di punti fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un “new frictionless world” nel turismo, partendo dalla fine del più grande ‘attrito’ degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19”.

Le giornate tematiche

Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze con due sessioni di lavoro: “Visione”, con ospiti da tutto il mondo e “Focus”, in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro temi principali (innovazione digitale, destinazioni, cibo & vino, ospitalità) attraverso delle tavole rotonde a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Innovazione digitale, il 26 novembre è Destinazione, il 29 novembre è Cibo & Vino e il 30 novembre è Ospitalità.

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.

Maggiori informazioni www.bto.travel

ARGOMENTI CORRELATI

NON PERDERTI



Grottaferrata, tutto pronto per l'appuntamento con la filiera del turismo organizzato laziale

ARTICOLO SUCCESSIVO



Vaticano: visita in Finlandia di Mons. Gallagher

POTREBBE INTERESSARTI

COMMENTA L'ARTICOLO

CASTELLI ROMANI

Grottaferrata, tutto pronto per l'appuntamento con la filiera del turismo organizzato laziale



Publicato 17 ore fa il 16 Novembre 2021
da L'Osservatore d'Italia

Clicca e condividi l'articolo



Tempo di lettura 2 minuti



Dal 23 al 25 novembre al Park Hotel Villa Ferrata il secondo congresso di Fiavet Lazio

GROTTAFERRATA (RM) – Fiavet Lazio, l'Associazione Regionale delle Agenzie di Viaggi e Turismo, ha indetto dal 23 al 25 novembre, presso il "Park Hotel Villa Ferrata" di Grottaferrata (Roma), il suo secondo Congresso che vedrà impegnati tutti i rappresentanti della filiera del turismo organizzato laziale.

CONTINUA A LEGGERE

ECONOMIA E FINANZA

Energia eolica, la Falck Renewables S.p.A. approda in Finlandia



Publicato 6 giorni fa il 11 Novembre 2021
da **Gianfranco Nitti**

Clicca e condividi l'articolo



Tempo di lettura 2 minuti



Annunciata la firma per l'acquisto di due impianti eolici

La società **Falck Renewables S.p.A.**, tramite la sua controllata **Falck Renewables Finland Oy**, annuncia la firma per l'acquisto di due impianti eolici, 'ready to build', in Finlandia, di proprietà del gruppo danese **European Energy**.

Una volta in esercizio, si stima che i progetti – situati entrambi nella municipalità di Karstula e con una capacità installata totale pari a 55 MW – produrranno annualmente

CONTINUA A LEGGERE

ECONOMIA E FINANZA

Perché le opinioni e le recensioni online sono importanti per un'azienda



Publicato 3 settimane fa il 29 Ottobre 2021
da **L'Osservatore d'Italia**

Clicca e condividi l'articolo



Tempo di lettura 3 minuti



Non possiamo fare a meno di sottolineare quello che potrebbe essere definito il **potere delle recensioni online**. Ogni volta che gli utenti di internet si apprestano a fare un acquisto sul web sono soliti controllare l'attendibilità delle aziende e l'affidabilità del marchio, leggendo le opinioni che trovano in rete. È una tendenza sempre più affermata,

anche perché ormai l'accesso ad internet è molto diffuso, grazie anche all'avvento dei dispositivi mobili, che consentono di ottenere informazioni in ogni momento della giornata. Gli studi recenti rivelano che il 93% delle persone sfrutta le recensioni online per decidere sulle scelte di acquisto.

CONTINUA A LEGGERE

I PIÙ LETTI

CASTELLI ROMANI / 17 ore fa

Grottaferrata, tutto pronto per l'appuntamento con la filiera del turismo organizzato laziale

SPORT / 24 ore fa

Frascati Scherma, il ds Salvatore: "Il ritorno alle prove internazionali è un segnale importante"

SALUTE / 19 ore fa

Covid, Bassetti: "Nel mio ospedale 80% di ricoverati sono non vaccinati, non possiamo permettercelo"

SPORT / 24 ore fa

Volley Club Frascati (Under 14 femminile Elite), Carosini: "Era importante iniziare bene"

CASTELLI ROMANI / 1 giorno fa

Albano, viola il divieto di avvicinamento e terrorizza l'ex convivente

CALCIO / 24 ore fa

L'Audace (calcio, Eccellenza) vola con Garcia Mut: "La vittoria con la Lupa? Una grande gioia"

CASTELLI ROMANI / 1 giorno fa

Rocca Priora, riqualificazione centro storico: al via i lavori in piazza Umberto I

CALCIO / 24 ore fa

Cavese Academy 1919 (calcio, Under 15), Maggi: "Stiamo migliorando giorno dopo giorno"

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

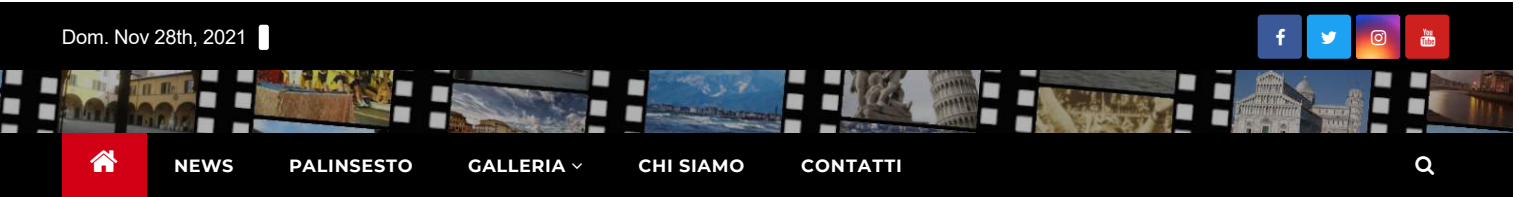
L'osservatore d'Italia



PRIMO PIANO ESTERI CRONACA SCIENZA E TECNOLOGIA CULTURA E SPETTACOLI COSTUME E SOCIETÀ SPORT TV ECCELLENZE SOTTO SCATTO CONTATTI

L'Osservatore d'Italia - Autorizzazione Tribunale di Velletri 2/2012 del 16/01/2012 - Iscrizione al Registro pubblico Operatori di Comunicazione (ROC) del 07/02/2014 Indirizzo PEC osservatoreitalia@pec.it - Copyright © 2012/2013/2014/2015/2016/2017/2018/2019/2020 L'Osservatore d'Italia Srls

Link: <https://www.pisainvideo.it/2021/11/turismo-nuovi-servizi-web-a-disposizione-di-visitatori-ed-operatori/>



CRONACA NEWS

Turismo, nuovi servizi web a disposizione di visitatori ed operatori

Di Romina Orsini

NOV 28, 2021 nuovi servizi web, operatori, Regione Toscana, turismo, visitatori

Tutti in rete, ancor più che adesso: tecnologia e spirito di squadra. “Per rendere sempre migliore l’esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi” rimarca l’assessore al turismo, Leonardo Marras. Tutti in rete dunque per offrire più velocemente informazioni ai potenziali turisti o a chi in Toscana abita ed è in cerca di esperienza da vivere. Tutti in rete per meglio promuoversi e magari anche per misurare, quasi in tempo reale (e più velocemente comunque di quanto si possa fare oggi), i flussi dei visitatori e gli effetti delle azioni di promozione, per definire nuove strategie o confrontarsi sulle iniziative messe in atto e scambiarsi buone idee.

La Toscana si appresta a ridefinire il proprio ecosistema digitale turistico: ovvero la piattaforma che dispensa informazioni per programmare un viaggio, dal sito ufficiale www.visituscany.com ai database, in rete anche loro, in grado di alimentare altri luoghi del web fino alle applicazioni, per inserire dati e contenuti, rivolte agli operatori, ma anche ai Comuni e, tra le novità del nuovo progetto, anche agli uffici di informazione ed accoglienza turistica sparsi per tutte la regione. Una piccola rivoluzione, nell’era dell’iperconnessione, per offrire migliori servizi ai potenziali visitatori e per ragionare in tempo reale sull’evoluzione e la risposta da parte del mercato turistico.

Se n’è parlato nella terza giornata della Bto2021, che da tredici anni da Firenze volge lo sguardo all’innovazione, in tutte le sue varie forme, applicata al turismo e che sa anticipare trend prima ancora che nuove mode si affermino. Un evento promosso da Regione e Camera di commercio.

“Per rendere sempre migliore l’esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi è indispensabile potenziare costantemente i propri strumenti, a partire da quelli digitali – spiega l’assessore Marras – in modo da offrire interfacce semplici ed efficaci, proposte mirate, spazi in cui operatori e amministrazioni possono interagire integrando l’uno le attività dell’altro”.

La progettazione della nuova architettura sarà ultimata entro marzo 2022, quando si inizieranno anche a formare gli operatori. Il primo rilascio della nuova piattaforma è previsto per novembre del prossimo anno, con il collaudo da ultimare entro febbraio 2023.

Nel corso della terza giornata del Bto, che ha visto nel pomeriggio il confronto pure, quanto ad ecosistemi digitali, con Puglia, Trentino Alto Adige e Veneto, sono state riepilogate pure le azioni di promozione in atto e quelle che ci saranno.

Per il 2022 è stata ad esempio programmata la promozione di 55 prodotti turistici prioritari, che coinvolgono 1663 operatori. Ma il piano 2022, costantemente aggiornato e misurato on line, conta un parco ancora più ampio, addirittura di 334 progetti, che interessano 581 ‘attrattori’, ovvero spunti ed occasioni per spostarsi e visitare un luogo, e 108 centri storici dei ventotto ambiti in cui si suddivide la regione. La campagna di promozione è partita a maggio scorso con tre focus: Firenze, il mare e il ritorno ai borghi e ai sapori autentici: mercati di riferimento Italia, Francia, Germania, Olanda e Svizzera. E’ proseguita quindi a giugno – ancora mare e vacanze nella natura: Italia, Francia, Germania, Regno Unito e Svizzera – mentre ad ottobre la promozione ha interessato più da vicino la città d’arte e il turismo termale,

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

con un occhio attento di nuovo ai turisti italiani, francesi, tedeschi e del Regno Unito.

“La costruzione delle politiche sul turismo non può che passare dalla condivisione delle scelte con i territori – afferma l'assessore Marras – Per questo, la costruzione del nuovo ecosistema digitale della toscana è un obiettivo molto importante e che stiamo per raggiungere: mettiamo a sistema il lavoro degli ultimi anni e guardiamo al futuro, tutti insieme”.

“Costruire un ecosistema digitale – sottolinea Francesco Tapinassi, direttore scientifico Bto 2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica – significa facilitare la collaborazione tra i soggetti della governance pubblica e privata, una vera sfida di competitività per tutta l'offerta regionale”.

“La Toscana ha messo in atto una decisa spinta verso la promozione digitale e la digitalizzazione dell'ecosistema delle policy di settore – continua il direttore di Fondazione Sistema Toscana, Francesco Palumbo. La Fondazione, che assieme a Toscana Promozione Turistica e PromoFirenze si occupa dell'organizzazione della Bto, gestisce il sito ufficiale della destinazione Toscana www.visittuscany.com. “I risultati lusinghieri di questa accelerazione sul fronte della digitalizzazione – prosegue Palumbo – sono stati fotografati dalla ricerca Demoskopika, che vede la Toscana al secondo posto nella classifica sulla reputazione turistica delle Regioni italiane”.



« **Vino, Baragli (Fedagripesca Toscana): “In Toscana perdita media del 30%”**

Presentato il “Calendario della Rinascita 2022” »

Di Romina Orsini

ARTICOLI CORRELATI





puntoZIP
la cultura in un piccolo spazio

SEGUICI:

ARTICOLO SUCCESSIVO

SOTTO LE STELLE DI PARIGI arriverà nei
cinema dal 25 novembre con Officine
UBU

ARTICOLO PRECEDENTE

Oggi in TV: BPCO e vitamina D a 'Elisir'.
Cura e prevenzione in vista della stagione
invernale

CONTATTACI

Contatti

I nostri format in DIRETTA STREAMING

CATEGORIE

Approfondimento

Arte

Cinema

Costume

Digitale

Eventi

Featured

Gusto

Intrattenimento

Libri

Moda

Mostre

Musica

Radio

Scienza

Società

Teatro

Televisione

EVENTI / TURISMO

A Firenze torna BTO: 5 giorni tra i big players del turismo e ologrammi per ridefinire il turismo post Covid

DI REDAZIONE PUNTOZIP · PUBBLICATO 23 NOVEMBRE 2021 · AGGIORNATO 22 NOVEMBRE 2021

Condividi questo articolo



Mancano
ormai poche
ore al via
ufficiale della
13a edizione
di BTO – Be
Travel
Onlife i n
programma
il 24

Turismo

ARCHIVI

Novembre 2021

Ottobre 2021

Settembre 2021

Agosto 2021

Luglio 2021

Giugno 2021

Maggio 2021

Aprile 2021

Marzo 2021

Febbraio 2021

Gennaio 2021

Dicembre 2020

Novembre 2020

Ottobre 2020

Settembre 2020

Agosto 2020

Luglio 2020

Giugno 2020

Maggio 2020

Aprile 2020

Marzo 2020

Febbraio 2020

Gennaio 2020

Dicembre 2019

Novembre 2019

Ottobre 2019

Settembre 2019

Agosto 2019

Luglio 2019

Giugno 2019

Maggio 2019

Aprile 2019

novembre nel **Salone dei Cinquecento** di **Palazzo Vecchio**, a **Firenze**. Tra i protagonisti della giornata inaugurale che potrà essere seguita eccezionalmente anche **online sui canali Facebook e Youtube di BTO**, ci saranno anche gli **ologrammi**. La manifestazione dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a Firenze, volge da sempre il suo sguardo sull'evoluzione del binomio tra turismo e innovazione, e anticipa i trend ancora prima che le nuove mode si affermino. Come accadde anni fa per la diffusione del fenomeno Airbnb, passando dai robot umanoidi con funzioni di concierge fino ai chip sottopelle in grado di aprire la porta della camera in hotel. **BTO2021 si snoderà in altre 4 giornate tematiche – 25, 26, 29 e 30 novembre** – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i **più importati player del settore**. **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**.

L'Opening Day del 24 novembre si aprirà con gli interventi del ministro del Turismo **Massimo Garavaglia**, del presidente della Regione Toscana **Eugenio Giani** insieme all'Assessore comunale al Turismo **Cecilia Del Re**, al presidente della Camera di Commercio di Firenze **Leonardo Bassilichi** e al direttore scientifico di BTO2021 **Francesco Tapinassi**, per poi entrare nel vivo con la sessione **"Visione"**, che vedrà sul palco ospiti nazionali e internazionali tra cui **Valentina Superti DG Grow** – Commissione Europea, **Maud Bailly** di Accor e **Jane Sun** di Trip.com Group. Nel pomeriggio al via la sessione **"Focus"**, in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei **quattro topic delle giornate successive** (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso **tavole rotonde** a cui parteciperanno speaker in presenza, collegati via web ma non solo.

Gli ologrammi di **Roberta Garibaldi** Ad di Enit, **Marco Gilardi** Operations Direction Italy & Usa NH Hotel Group, **Massimo Canducci** Chief Innovation Officer Engineering e **Simone Puerto** Founder Travel Singularity faranno la loro apparizione sul palco del **Salone di Cinquecento**, in dimensione reale, interagendo con i moderatori. È l'azienda pisana Alkedo Produzioni a curare la parte tecnica di quella che loro stessi definiscono **Holopresenza**, e cioè un sistema che utilizza l'illusione ottica dell'ologramma integrandola in un contesto reale senza l'utilizzo di supporti visivi come occhiali o visori. Il sistema dell'Holopresenza può essere utilizzato in numerosi ambiti, tra cui il **turismo business** che con le sue migliaia di congressi e meeting ogni anno, rappresenta l'1% del PIL nazionale (dato 2019).

E il tema del turismo d'affari sarà al centro della ricerca di **Sociometrica** dal titolo **"Il futuro del turismo business in Italia"** che verrà presentata in anteprima a **BTO** il 24/11 da **Antonio Preiti**, professore all'Università di Firenze. Lo studio, che vedrà anche una presentazione più estesa il 30/11, ha preso in esame **2500 aziende** in tutta Italia sull'impatto del Covid su viaggi d'affari, meeting, congressi e viaggi di istruzione. I dati saranno protagonisti anche nell'atteso panel in programma sempre il 24 e dedicato a **Google Trends e Google Destination Insights** in cui interverranno **Furio Gianforme** Industry Head Travel, Apps & Education Google e **Giovanni Benassi** Analytical Lead per il Travel Google. La ricerca di **Ipsos "Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia"**, verrà illustrata in anteprima il 29 novembre durante la giornata con focus sul Food and wine. E la **Toscana** ne uscirà da protagonista risultando al **secondo posto**

Marzo 2019

Febbraio 2019

Gennaio 2019

Dicembre 2018

Novembre 2018

Ottobre 2018

META

Accedi

Feed dei contenuti

Feed dei commenti

WordPress.org

tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica, dopo la Sicilia e prima di Emilia-Romagna, Puglia e Campania.

Riflettori puntati ancora sulla Toscana il 26/11 in occasione del panel "Smart Tuscany" in cui verranno illustrati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di visittuscany.com, la struttura del futuro **Destination Management System** regionale e le novità dell'**Osservatorio turistico di destinazione**. Parteciperanno l'assessore al Turismo della Regione Toscana **Leonardo Marras**, i direttori di FST **Francesco Palumbo** e TPT **Francesco Tapinassi**. A seguire, sempre il 26, un confronto tra Regioni italiane sarà il focus dell'incontro "Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane" a cui parteciperanno **Bianca Bronzino** Head of Digital systems, Pugliapromozione / WeAreinPuglia, **Sabrina Pesarini** – Head of CRM & Digital Marketing, Trentino Marketing / VisitTrentino, **Stefan Marchioro** – Progetti territoriali e governance del turismo, Regione del Veneto e **Costanza Giovannini** – Head of Communications, **Fondazione Sistema Toscana** / Visit Tuscany.

Le sedi di **Nana Bianca** e della **Camera di Commercio di Firenze** ospiteranno le altre quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il **25 novembre** è **Digital Strategy & Innovation**, sezione curata da Giulia Eremita e Rodolfo Baggio, il **26 novembre** è **Destination** che vede la regia di Emma Taveri; il **29 novembre** è **Food & Wine**, topic a cura di Roberta Milano; il **30 novembre** è **Hospitality** giornata coordinata da Lara Fantoni.

Maggiori informazioni www.bto.travel

Per acquistare un biglietto <https://shop.bto.travel/negotio/>

***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**.*

Media Partner: Travel Quotidiano, Guida Viaggi, L'agenzia di Viaggi, Trend, Quality Travel, Turismo&Attualità, Travel World e Pop Economy.



[Redazione PuntoZip](#)

[See author's posts](#)

Condividi questo articolo



Tag: 2019 arte esc Firenze formazione leonardo milano nazionale novembre palazzo progetti programma
roma Rota Travel

POTREBBERO INTERESSARTI ANCHE...

Stasera in TV: Lavoro e
disabilità a "O anche no", su
Rai2. Paola Severini tra chiesa,
banche e scuola

22 OTTOBRE 2021

Il film del giorno: "Il Principe
del deserto" (su Iris)

20 OTTOBRE 2021

Una sensuale danza d'amore: è
"Me Gustan Dos", il brano di
Julia Liros

13 AGOSTO 2019

LASCIA UN COMMENTO

Commento

Nome *

Email *

Sito web

Invia commento



puntoZIP
la cultura in un piccolo spazio

SEGUICI:

ARTICOLO SUCCESSIVO

MARADONA: MORTE DI UN D10 – A un anno dalla sua morte il documentario che narra luci e ombre del campione, il 25 dicembre su Sky Documentaries e NOW

ARTICOLO PRECEDENTE

Torna il FUTURE FILM FESTIVAL 2021 con la XXI edizione

CONTATTACI

Contatti

I nostri format in DIRETTA STREAMING

CATEGORIE

Approfondimento

Arte

Cinema

Costume

Digitale

Eventi

Featured

Gusto

Intrattenimento

Libri

Moda

Mostre

Musica

Radio

Scienza

Società

Teatro

Televisione

EVENTI / TURISMO

Turismo, il futuro sono i viaggi di prossimità e per lavoro sì alle trasferte – I dati Google e Sociometrica per BTO

DI REDAZIONE PUNTOZIP · PUBBLICATO 25 NOVEMBRE 2021 · AGGIORNATO 24 NOVEMBRE 2021

Condividi questo articolo



Cresce la domanda domestica a livello globale, ma recupera anche il turismo business, dopo *l'annus horribilis* del Covid: si è aperta questa mattina a Firenze la 13/a edizione di BTO – Be Travel Onlife, evento leader su turismo e innovazione con un programma ibrido tra incontri in presenza e online, che si snoderà poi in cinque giornate tematiche (24, 25, 26, 29, 30

Turismo
ARCHIVI
Novembre 2021
Ottobre 2021
Settembre 2021
Agosto 2021
Luglio 2021
Giugno 2021
Maggio 2021
Aprile 2021
Marzo 2021
Febbraio 2021
Gennaio 2021
Dicembre 2020
Novembre 2020
Ottobre 2020
Settembre 2020
Agosto 2020
Luglio 2020
Giugno 2020
Maggio 2020
Aprile 2020
Marzo 2020
Febbraio 2020
Gennaio 2020
Dicembre 2019
Novembre 2019
Ottobre 2019
Settembre 2019
Agosto 2019
Luglio 2019
Giugno 2019
Maggio 2019

novembre) e tre location diverse in città. **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**.

Oggi l'opening a Palazzo Vecchio ha visto per la prima volta intervenire alcuni relatori in versione **ologramma nel Salone dei Cinquecento**. Gli ologrammi, infatti, rappresentano una delle nuove modalità per viaggiare, sfruttata soprattutto a livello di turismo congressuale. Il **settore business** però non si arrende e anzi vede segnali di ripresa nell'anno che verrà: secondo una ricerca effettuata da **Sociometrica** appositamente per **BTO**, su un campione di 2.500 imprese, rappresentativo delle aziende italiane sia per dimensione e distribuzione geografica, sia per settore di attività, oltre il **63% non ha intenzione di tagliare** le spese per i viaggi di lavoro e **oltre il 72% intende lasciare invariato il totale dei viaggi di lavoro rispetto al periodo pre-Covid**, mentre più della metà degli intervistati ritiene insostituibili le riunioni in presenza. Più nello specifico: alla domanda se le **call online** possano sostituire le occasioni reali di discussione il 6,3% ha risposto "sì, sempre", il 35% "sì in molti casi", il 44% "solo in alcuni casi" e il 14,7% "no, in nessun caso".

Ancora penalizzate le mete internazionali, a causa del periodo di incertezza legato alla pandemia: secondo i trend di ricerca di **Google**, cresce la domanda domestica a livello globale. In generale, la domanda travel sta vivendo una buona ripresa e si sta riavvicinando ai valori del 2019. Globalmente, le ricerche travel nell'estate del 2021 hanno toccato quasi gli stessi livelli misurati nel 2019 (fonte: **Destination Insights**, strumento di Google accessibile senza costi online).

Guardando all'Italia i trend delle ricerche Google dimostrano come la crescita della domanda abbia avuto diverse fasi. Prima della pandemia, era maggiormente concentrata su destinazioni internazionali. Nel corso del 2020 è stata prima guidata da diverse destinazioni locali, mentre ora è guidata dalle grandi città, dove **Roma, Milano e Catania** risultano le tre città a livello domestico in Italia con la più grande crescita di interesse di ricerca nel periodo di Aprile-Luglio 2021 (Fonte: Google Destination insights). Guardando alla città di **Firenze**, sempre consultando Destination Insights si nota come nel periodo ottobre-novembre 2021 sia in quarta posizione per interesse tra le città italiane. Allo stesso tempo, l'interesse verso la Toscana come destinazione guardando alla domanda domestica proviene principalmente dal territorio toscano stesso, seguito dal Lazio e dalla Lombardia.

BTO – Be Travel Onlife prosegue **domani**, giovedì 25 novembre, con il **Digital Strategy & Innovation Day**, nella sede di Nana Bianca presso il Granaio dell'Abbondanza, in piazza del Cestello. Si comincia alle ore 9 con la Guida agli Open Data del turismo, con **Rodolfo Baggio** dell'Università Bocconi e **Giorgia Lodi**, Istituto di Scienze e Tecnologie della Cognizione del CNR, si prosegue alle ore 10 con **Patrizia Asproni**, Presidente Museo Marino Marini, per scoprire il nuovo volto dei musei. Alle 14 focus sui big data nel settore pubblico con **Monica Scannapieco** di ISTAT, tour virtuali vs realtà con la docente di social e influencer **Elena**

Aprile 2019

Marzo 2019

Febbraio 2019

Gennaio 2019

Dicembre 2018

Novembre 2018

Ottobre 2018

META

Accedi

Feed dei contenuti

Feed dei commenti

WordPress.org

Farinelli. Chiude la giornata l'intervista doppia con **Luca Bove** (Local Strategy) e **Francesca Ruvo** (Wildflowermood). Tema: **i nuovi nomadi digitali**.

Maggiori informazioni www.bto.travel

Per acquistare un biglietto <https://shop.bto.travel/negotio/>

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.

Media Partner: Travel Quotidiano, Guida Viaggi, L'agenzia di Viaggi, Trend, Quality Travel, Turismo&Attualità, Travel World e Pop Economy.



[Redazione PuntoZip](#)

[See author's posts](#)

Condividi questo articolo



Tag: 2019 catania esc Firenze grande incontri istituto milano mostra novembre nuovo palazzo programma roma tour Travel

POTREBBERO INTERESSARTI ANCHE...

Aperte le prenotazioni per gli spettacoli di 'Terminal – Festival dell'arte in strada'

22 AGOSTO 2020

Lavoro ed economia, a "UNIPR On Air" Mauro Magatti

20 MAGGIO 2021

Sergio Bonelli Editore presenta "A CASA CON L'AUTORE": il ciclo di incontri "digitali" con gli autori. Direttamente dalle loro case

15 MARZO 2020

LASCIA UN COMMENTO

Commento

Nome *

Email *

Sito web

Invia commento

Link: <https://www.qualitytravel.it/a-bto-2021-i-relatori-in-ologramma-sara-il-futuro-del-turismo-congressuale/103339>

25 Novembre 2021



qualitytravel

GECO
1-2-3-4 marzo

LA FIERA VIRTUALE
SULLA SOSTENIBILITÀ

DIVENTA
ESPOSITORE



IN PRIMO PIANO

EVENTI E MICE

TURISMO

HOSPITALITY

BUSINESS E TRAVEL

CHI SIAMO



DIGITAL E TECNOLOGIA EVENTI TURISMO ULTIME NOTIZIE

A BTO 2021 i relatori in ologramma: sarà il futuro del turismo congressuale?

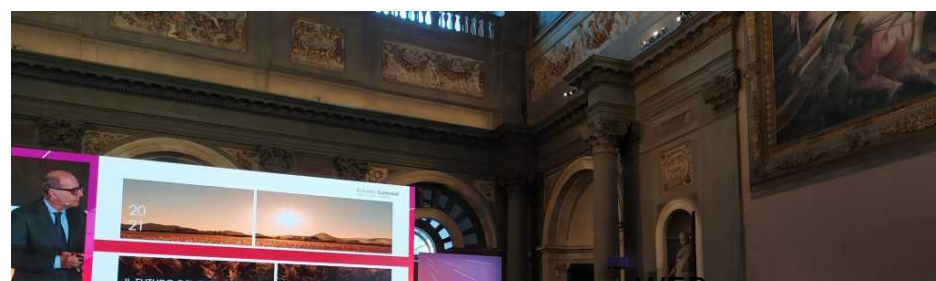
Di Redazione Qualitytravel.it

NOV 25, 2021 BTO2021



Cresce la domanda domestica a livello globale, ma recupera anche il turismo business, dopo l'annus horribilis del Covid: si è aperta ieri a Firenze la 13/a edizione di **BTO** – Be Travel Onlife, evento leader su turismo e innovazione con un programma ibrido tra incontri in presenza e online, che si snoderà poi in cinque giornate tematiche (24, 25, 26, 29, 30 novembre) e tre location diverse in città. **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.

L'opening a Palazzo Vecchio ha visto per la prima volta intervenire alcuni relatori in versione ologramma nel Salone dei Cinquecento: la presidente di Enit Roberta Garibaldi, il direttore operations di NH Marco Gilardi e gli esperti di tecnologia Massimo Canducci e Simone Puerto. Gli ologrammi, infatti, rappresentano una delle nuove modalità di incontro che saranno sfruttati soprattutto a livello di turismo congressuale. Proprio nei giorni scorsi con Simone Puerto avevamo affrontato l'argomento all'interno della [Digital mice conference sul Metaverso che potete rivedere qui](#).



Cerca



NEWSLETTER

Ricevi le ultime notizie di
Qualitytravel.it, tutti i martedì

Inserisci il tuo indirizzo em:

Mi iscrivo

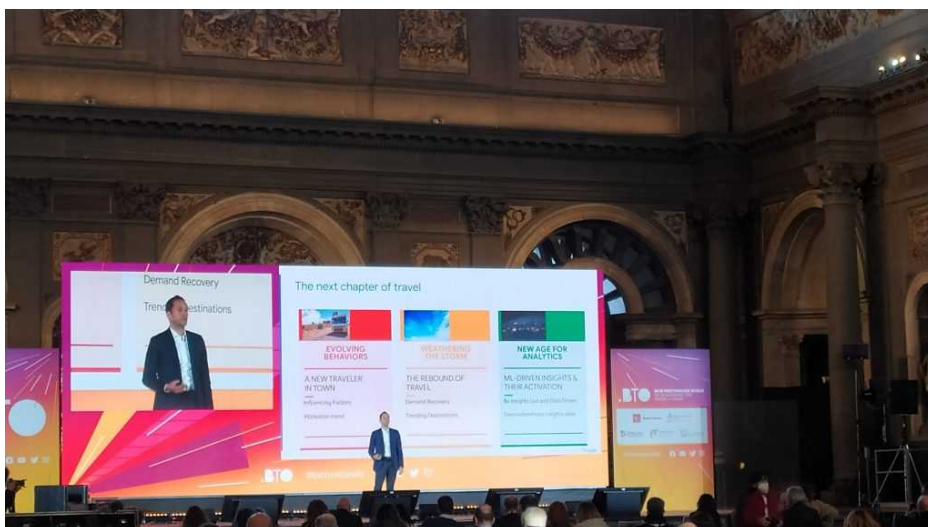
☐ I dati inseriti saranno
utilizzati, ai sensi del GDPR
2016/679 per inviare
newsletter e informazioni da
parte di Qualitytravel.it.
Confermo di aver letto e di
accettare l'informativa privacy



Roberta Garibaldi interviene a **BTO** 2021 in forma di ologramma a grandezza naturale

Il settore business dunque non si arrende e anzi vede segnali di ripresa nell'anno che verrà: secondo una ricerca effettuata da Sociometrica appositamente per **BTO** su un campione di 2.500 imprese, rappresentativo delle aziende italiane sia per dimensione e distribuzione geografica, sia per settore di attività, oltre il 63% non ha intenzione di tagliare le spese per i viaggi di lavoro e oltre il 72% intende lasciare invariato il totale dei viaggi di lavoro rispetto al periodo pre-Covid, mentre più della metà degli intervistati ritiene insostituibili le riunioni in presenza. Più nello specifico: alla domanda se le call online possano sostituire le occasioni reali di discussione il 6,3% ha risposto "sì, sempre", il 35% "sì in molti casi", il 44% "solo in alcuni casi" e il 14,7% "no, in nessun caso".

Ancora penalizzate le mete internazionali, a causa del periodo di incertezza legato alla pandemia: secondo i trend di ricerca di Google, cresce la domanda domestica a livello globale. In generale, la domanda travel sta vivendo una buona ripresa e si sta riavvicinando ai valori del 2019. Globalmente, le ricerche travel nell'estate del 2021 hanno toccato quasi gli stessi livelli misurati nel 2019 (fonte: Destination Insights, strumento di Google accessibile senza costi online).



Guardando all'Italia i trend delle ricerche Google dimostrano come la crescita della domanda abbia avuto diverse fasi. Prima della pandemia, era maggiormente concentrata su destinazioni internazionali. Nel corso del 2020 è stata prima guidata da diverse destinazioni locali, mentre ora è guidata dalle grandi città, dove Roma, Milano e Catania risultano le tre città a livello domestico in Italia con la più grande crescita di interesse di ricerca nel periodo di Aprile-Luglio 2021 (Fonte: Google Destination insights). Guardando alla città di Firenze, sempre consultando Destination Insights si nota come nel periodo ottobre-novembre 2021 sia in quarta posizione per interesse tra le città italiane. Allo stesso tempo, l'interesse verso la Toscana come destinazione guardando alla domanda domestica proviene principalmente dal territorio toscano stesso, seguito dal Lazio e dalla Lombardia.

Condividi:



Meeters: la campagna di crowdfunding raggiunge quota 1,2 milioni »

26 Novembre 2021



qualitytravel

GECO
1-2-3-4 marzo

LA FIERA VIRTUALE
SULLA SOSTENIBILITÀ



DIVENTA
ESPOSITORE



IN PRIMO PIANO

EVENTI E MICE

TURISMO

HOSPITALITY

BUSINESS E TRAVEL

CHI SIAMO



EVENTI E MICE EVENTI ONLINE E IBRIDI EVENTI TURISMO ULTIME NOTIZIE

BTO 2021, la terza giornata è dedicata alle Destinazioni

Di Redazione Qualitytravel.it

NOV 26, 2021 BTO2021



Comunità locali in grado di diventare di per sé meta di viaggio, sviluppo sostenibile, gamification e operazioni di smart-living per accogliere i nuovi nomadi digitali in località poco popolate e fino a poco tempo fa poco appetibili da parte dei giovani. Ma anche ecosistemi digitali promossi dalla pubblica amministrazione per creare nuove connessioni e nuovi modi di viaggiare e di vivere i territori: borghi, comuni e regioni d'Italia e del mondo sono al centro della terza giornata di **BTO – Be Travel Onlife** che si tiene oggi nella sede di Nana Bianca in piazza del Cestello a Firenze.

Tra i protagonisti del Destination Day, tanti rappresentanti delle Istituzioni, pronti a discutere strategie innovative per il turismo di domani. Interverranno durante la mattinata, tra gli altri, Enrica Lemmi, Accademia del Turismo – Fondazione Campus di Lucca, Susanna Mensitieri, Master Turismo e Territorio – Luiss, Massimiliano Vavassori, Relazioni istituzionali e Centri Studi, Touring Club Italiano, sul tema della "Formazione delle comunità locali come elemento chiave per lo sviluppo sostenibile delle destinazioni". Cecilia Del Re, Assessore all'innovazione digitale del Comune di Firenze, discuterà di "Destinazioni sostenibili: dal co-design agli strumenti digitali per la promozione e lo sviluppo sostenibile del territorio" con altri amministratori locali italiani e non. Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company, interverrà sulla cultura del dato per far crescere le destinazioni. A seguire Ottavia Ricci, consigliera del Ministro della Cultura Dario Franceschini entrerà nel merito dei borghi italiani rivalutati in parte come conseguenza della

Cerca



NEWSLETTER

Ricevi le ultime notizie di
Qualitytravel.it, tutti i martedì

Inserisci il tuo indirizzo em:

Mi iscrivo

☐ I dati inseriti saranno
utilizzati, ai sensi del GDPR
2016/679 per inviare
newsletter e informazioni da
parte di Qualitytravel.it.
Confermo di aver letto e di
accettare l'informativa privacy

pandemia sia in chiave di destinazione turistica che come luoghi dove vivere e lavorare in modalità smart.

Nel pomeriggio dalle ore 14 attesi gli interventi dei rappresentanti UNESCO Matteo Rosati (Culture unit-Regional Bureau for Science and Culture in Europe) e Peter Debrine (Senior Consultant and Sustainable Tourism Expert) in merito alla ripartenza del turismo nei siti patrimonio mondiale dell'umanità ai tempi della pandemia, tra criticità e soluzioni; Fabio Viola, considerato uno dei più influenti gamification designer al mondo, docente universitario, autore di saggi e fondatore di TuoMuseo, collettivo di artisti specializzato in operazioni di valorizzazione del patrimonio culturale attraverso tecnologie interattive; Carlotta Ferrari, direttrice Destination Florence CVB.

Alle ore 17 appuntamento con Smart Tuscany, l'ecosistema digitale della Toscana alla prova del cambiamento: dopo una campagna internazionale sviluppata e lanciata in rete alla riapertura dei mercati, la governance regionale presenta il progetto evolutivo dei suoi strumenti digitali a servizio degli operatori e della promozione delle destinazioni. Intervengono: Francesco Tapinassi, direttore scientifico BTO 2021, Francesco Palumbo, Direttore Fondazione Sistema Toscana, Leonardo Marras, assessore al Turismo Regione Toscana.

A seguire, alle 17.50, un confronto tra Regioni italiane sarà il focus dell'incontro "Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane" a cui parteciperanno Bianca Bronzino Head of Digital systems, Pugliapromozione / WeAreinPuglia, Sabrina Pesarini – Head of CRM & Digital Marketing, Trentino Marketing / VisitTrentino, Stefan Marchioro – Progetti territoriali e governance del turismo, Regione del Veneto e Costanza Giovannini – Head of Communications, Fondazione Sistema Toscana / Visit Tuscany.

BTO – Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e innovazione con un programma ibrido tra incontri in presenza e online, 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. La 13/a edizione proseguirà la prossima settimana nella sede della Camera di Commercio, con le ultime due giornate a tema, dedicate a Food & Wine Tourism (29 novembre) e Hospitality (30 novembre).

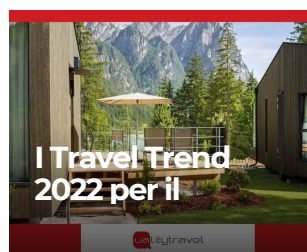
Condividi:



MSC Crociere accetterà solo ospiti vaccinati, ma non saranno esentati dal tampone

»

LEGGI ANCHE



Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Commento

WEB

27 Novembre 2021



qualitytravel

GECO
1-2-3-4 marzo

LA FIERA VIRTUALE
SULLA SOSTENIBILITÀ

DIVENTA
ESPOSITORE



IN PRIMO PIANO

EVENTI E MICE

TURISMO

HOSPITALITY

BUSINESS E TRAVEL

CHI SIAMO



GRANDI EVENTI E FIERE ULTIME NOTIZIE

BTO 2021: viaggi, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani

Di Redazione Qualitytravel.it

NOV 27, 2021 BTO2021

Cerca



NEWSLETTER

Ricevi le ultime notizie di
Qualitytravel.it, tutti i martedì

Inserisci il tuo indirizzo em:

Mi iscrivo

☐ I dati inseriti saranno
utilizzati, ai sensi del GDPR
2016/679 per inviare
newsletter e informazioni da
parte di Qualitytravel.it.
Confermo di aver letto e di
accettare l'informativa privacy



qualitytravel

Ci sarà sempre più digitale nel futuro del viaggio, non solo in chiave di esperienze virtuali, ma prima di tutto dal punto di vista della programmazione: i big data sono sempre più importanti per le politiche turistiche. E' quanto è emerso durante la terza giornata di **BTO – Be Travel Onlife**, evento leader per turismo e innovazione, in corso per 5 giorni a Firenze: archiviata la giornata dedicata alle destinazioni, dopo la pausa del weekend l'evento riprenderà lunedì 29 per parlare di enogastronomia e martedì 30 novembre per approfondire i temi della hospitality. In occasione del Destination Day tanti i rappresentanti di comuni, regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post-Covid.

"Il futuro passa da decisioni sempre più data-driven. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori", ha dichiarato Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company. "La sostenibilità – prosegue – rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni, per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute".



WEB



A sposare la linea della sostenibilità anche la Svizzera. “Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Stiamo attraversando un momento epocale – dichiara Federico Haas, presidente Hotellerie Suisse Ticino – in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere”.

Se la pandemia ha fatto riscoprire le vacanze all'aria aperta e il contatto con la natura, il Veneto sta puntando sul turismo lento. “E in particolare sul cicloturismo e sul sistema dei cammini – afferma Stefan Marchioro, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto – che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico”.

Il digitale si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. “Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la Toscana – rilancia Francesco Palumbo, direttore Fondazione Sistema Toscana – prima di tutto attraverso l'implementazione del portale Visittuscany.com, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico”.

Punta sul web anche la Puglia, “per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l'identità e la pugliesità sono al centro del nostro racconto online”, conclude Bianca Bronzino, Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione.

BTO – Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e innovazione con un programma ibrido tra incontri in presenza e online, 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.

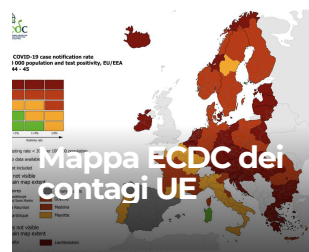
Condividi:



« Riapre in Alto Adige il Falkensteiner Mappa ECDC dei contagi UE aggiornata, Italia Family Resort Lido in zona gialla e rossa »

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

LEGGI ANCHE



Link: <https://www.qualitytravel.it/cinque-giornate-oltre-100-eventi-e-270-relatori-il-bilancio-di-bto-2021/103641>

1 Dicembre 2021



qualitytravel

GECO
1-2-3-4 marzo

LA FIERA VIRTUALE
SULLA SOSTENIBILITÀ



DIVENTA
ESPOSITORE



IN PRIMO PIANO

EVENTI E MICE

TURISMO

HOSPITALITY

BUSINESS E TRAVEL

CHI SIAMO



GRANDI EVENTI E FIERE ULTIME NOTIZIE

Cinque giornate, oltre 100 eventi e 270 relatori: il bilancio di BTO 2021

Di Redazione Qualitytravel.it

© DIC 1, 2021 BTO2021



qualitytravel

Sostenibilità, innovazione e semplificazione di informazioni, mete e operazioni: il viaggiatore del futuro insegue un mondo frictionless, parola chiave della 13/a edizione di BTO – Be Travel Onlife, che si è chiusa ieri a Firenze con l'ultima giornata dedicata all'hospitality. Cinque giornate, oltre 100 eventi e 270 relatori per una manifestazione ibrida, tra ologrammi, connessioni e incontri dal vivo ideata da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana.



WEB

Cerca



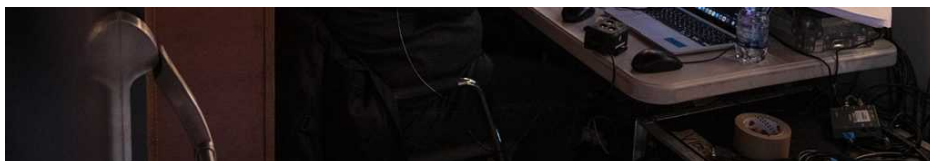
NEWSLETTER

Ricevi le ultime notizie di
Qualitytravel.it, tutti i martedì

Inserisci il tuo indirizzo em:

Mi iscrivo

☐ I dati inseriti saranno
utilizzati, ai sensi del GDPR
2016/679 per inviare
newsletter e informazioni da
parte di Qualitytravel.it.
Confermo di aver letto e di
accettare l'informativa privacy

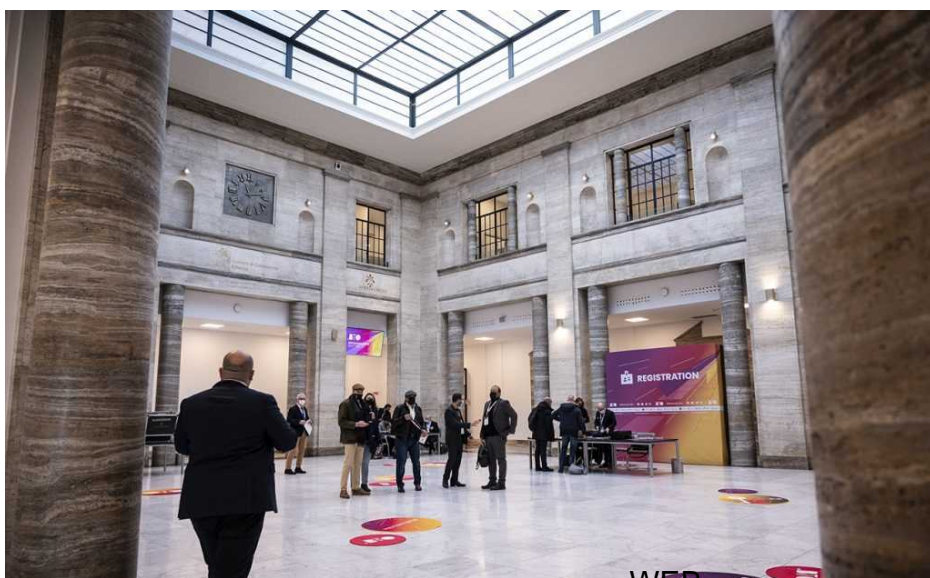


"In un mondo in cui molti predicano l'innovazione, con BTO – dichiara il direttore scientifico Francesco Tapinassi – cerchiamo di metterla in pratica ogni anno. Lo abbiamo fatto dal primo giorno, portando gli ologrammi in Palazzo Vecchio, nel Salone dei Cinquecento: grazie alla nostra mission possiamo sperimentare modelli e argomenti nuovi".



Innovazione è una delle parole chiave emerse da questa edizione di BTO – Be Travel Onlife. Accanto a un altro driver sempre più trasversale: la sostenibilità, che oggi guida le scelte dell'83% dei viaggiatori, secondo Google Destination Insights. Una tendenza che ha guadagnato forza in parte grazie alla pandemia tuttora in corso e che sembra destinato a diventare un valore permanente con cui il settore turistico dovrà sempre più confrontarsi. Un altro trend globale che ha profondamente modificato la domanda verso l'Italia è il turismo di prossimità. Anche nel prossimo futuro la ricerca di mete vicine guiderà ancora le nostre scelte.

"C'è una grande spinta all'innovazione nel settore hotellerie – afferma Giovanna Manzi, BWH Hotel Group Italia – e anche la rivisitazione del sistema di assegnazione delle stelle spinge in questa direzione: andiamo verso un innalzamento della qualità degli hotel in Italia". Anche se si fa sentire l'impatto della variante Omicron. "Registriamo un rallentamento nelle prenotazioni – prosegue Manzi – ma dobbiamo capitalizzare gli ultimi tre mesi positivi e farci trovare pronti per la ripartenza".



WEB



L'anno in corso si è scontrato con il grande problema del recruiting del personale nel settore Horeca, questo ha sollecitato l'Advisory Board di **BTO** ad affrontare nel programma anche il tema della formazione, grazie alle testimonianze di Giancarlo Carniani HIA – Scuola di alta formazione Alberghiera e Beppe Giaccardi Studio Giaccardi & Associati.

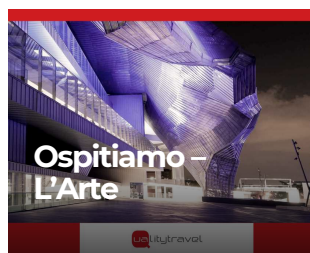
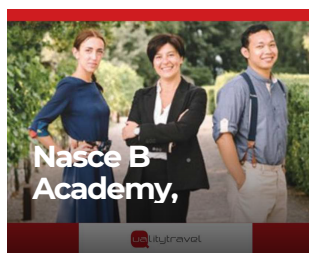
E' stato anche l'anno della maggiore affermazione del turismo extralberghiero che si è concretizzato in 3 panel dedicati all'interno dell'ultima giornata della manifestazione in cui sono stati analizzati i nuovi trend, fornito consigli su come gestire al meglio le nuove esigenze degli ospiti e su come utilizzare la tecnologia per rimuovere gli ostacoli all'esperienza del turista in destinazione.

Condividi:



Nasce B Academy, accademia di formazione gratuita e recruiting di Belmond »

LEGGI ANCHE



Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Commento

Nome *

Email *

WEB

30 Novembre 2021



qualitytravel

GECO
1-2-3-4 marzo

LA FIERA VIRTUALE
SULLA SOSTENIBILITÀ



DIVENTA
ESPOSITORE



IN PRIMO PIANO

EVENTI E MICE

TURISMO

HOSPITALITY

BUSINESS E TRAVEL

CHI SIAMO



GRANDI EVENTI E FIERE ULTIME NOTIZIE

Il boom del turismo enogastronomico a BTO 2021: sui social pizza e pasta battono sushi e ramen

Di Redazione Qualitytravel.it

NOV 30, 2021 BTO2021



Il turismo enogastronomico in Italia è quello che ha subito meno danni nell'anno segnato dalla pandemia grazie al ritorno a viaggi slow e di prossimità: i dati emergono dalla ricerca Ipsos e dalle tendenze di ricerca presentate da Google nel corso di BTO - Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e innovazione nella giornata al food & wine tourism a Firenze il 29 novembre.

In linea generale l'Italia è il paese più desiderato dal punto di vista turistico, secondo il 40% del campione intervistato da Ipsos (+3% rispetto al 2016). Tra gli aspetti più rilevanti del nostro Paese al primo posto troviamo la qualità della vita, seguita dall'ottimismo e dalla creatività e capacità di inventiva che contraddistinguono il popolo italiano. L'offerta enogastronomica, la moda e l'arte sono considerati i principali ambasciatori della nostra cultura all'estero: l'Italia è prima tra le mete più golose nel mondo (49% degli intervistati), seguita a distanza da Francia (22%) e Giappone (16%).

Una tendenza confermata anche dai social: su Instagram la pizza batte il sushi per numero di hashtag (57 milioni contro 31) e la pasta batte il ramen (28 milioni a 12). Nel panel dedicato proprio all'alimento simbolo dell'Italia si è approfondito il tema di come si sia trasformato da cibo di strada ad attrattore turistico per la riscoperta di piccoli centri.

Secondo le analisi di Google Destination Insights nel prossimo futuro proprio il turismo di prossimità

Cerca



NEWSLETTER

Ricevi le ultime notizie di
Qualitytravel.it, tutti i martedì

Inserisci il tuo indirizzo em:

Mi iscrivo

☐ I dati inseriti saranno
utilizzati, ai sensi del GDPR
2016/679 per inviare
newsletter e informazioni da
parte di Qualitytravel.it.
Confermo di aver letto e di
accettare l'informativa privacy

rappresenterà una chiave a livello globale. Nell'organizzazione di una vacanza la sostenibilità è considerata un valore molto importante dall'83% dei viaggiatori e il 61% di essi afferma che la pandemia li ha resi maggiormente sensibili a questo valore. La sostenibilità è tenuta in grande considerazione da chi pratica turismo enogastronomico. L'Italia sventa tra le mete gourmand nelle tendenze di ricerca su Google e registra un interesse in crescita: tra gennaio e ottobre 2021 la ricerca di tour enogastronomico segna un +39%, mentre quella relativa alle cantine mostra un altro +30% (fonte Google Trends nel vertical: Travel).

“Arte ed enogastronomia – dichiara Massimiliano Tonelli, direttore di Atribune – sono importanti strumenti per elevare la qualità del turismo, la sfida del prossimo futuro. Si tratta di due mondi che hanno dinamiche molto simili e ci permettono di andare in questa direzione. Oggi la cosa più importante per mettere a sistema questa sinergia è dotarsi di strumenti in grado di misurare i risultati e implementare le politiche migliori”.



In tema di eventi food e ricadute sul territorio un esempio è quello di Taste, evento dedicato alle eccellenze enogastronomiche d'Italia targato Pitti Immagine, pronto a tornare a primavera 2022 dopo 2 anni di stop causa Covid. “Dal 2006 ad oggi – dichiara Lapo Ciani, Vice Direttore Generale e Direttore Comunicazione e Eventi Pitti Immagine – la manifestazione è cresciuta moltissimo, sia nel numero degli espositori, passati da 100 a oltre 400, che nella risposta della città, in termini di attenzione ed eventi correlati, ma moltissimo anche nel pubblico, soprattutto tra gli operatori di settore. Si tratta di un pubblico specializzato, molto motivato e attento, importante per una città come Firenze”.

I prodotti tipici sono anche tra i primi ambasciatori del territorio nel mondo, come dimostra l'operato di PromoFirenze in fiere di settore organizzate per la Regione Toscana con Camera di Commercio e Fondazione Sistema Toscana, quali ad esempio BuyWine e BuyFood. “I prodotti sono portatori di cultura – dichiara Luca Piscitello, PromoFirenze – messaggeri in grado di veicolare il nostro patrimonio e attrarre turismo. Anche in chiave di tour virtuali, in tempi di pandemia”.

Condividi:



« Parte “Wedding Tour NH Collection”

Variante Omicron: Marocco e Israele sospendono i voli »

LEGGI ANCHE

12 Novembre 2021



qualitytravel

GECO
1-2-3-4 marzo

LA FIERA VIRTUALE
SULLA SOSTENIBILITÀ



DIVENTA
ESPOSITORE



IN PRIMO PIANO

EVENTI E MICE

TURISMO

HOSPITALITY

BUSINESS E TRAVEL

CHI SIAMO



FORMAZIONE E WEBINAR GRANDI EVENTI E FIERE ULTIME NOTIZIE

Il programma di **BTO** 2021: una settimana di eventi

Di Redazione Qualitytravel.it

NOV 12, 2021



Cerca



NEWSLETTER

Ricevi le ultime notizie di
Qualitytravel.it, tutti i martedì

Inserisci il tuo indirizzo em:

Mi iscrivo

☐ I dati inseriti saranno
utilizzati, ai sensi del GDPR
2016/679 per inviare
newsletter e informazioni da
parte di Qualitytravel.it.
Confermo di aver letto e di
accettare l'informativa privacy

Denso e interessante è il programma della **BTO Week**, la settimana che Firenze dedica al travel dal 24 al 30 novembre prossimo e che vede anche Qualitytravel come media partner. Di seguito il dettaglio degli ospiti e del programma dei singoli giorni. [Per informazioni su come partecipare visitate questo link.](#)

Programma **BTO** 2021 del 24 novembre, OPENING DAY

Nella giornata di apertura in Palazzo Vecchio, ad intervenire per la prima volta in Italia, Maud Bailly, CEO per il Sud Europa di AccorHotels che delinea la sua visione per un'hotellerie sempre più smart e digitale. Insieme a lei Harriet Green, Global Business Leader ed ex CEO di Thomas Cook, che illustrerà la sua visione sul futuro del travel e su come superare le barriere, soprattutto mentali, che non favoriscono l'innovazione. L'edizione ibrida di **BTO** consentirà poi di parlare con i principali esponenti delle OTA e dell'advertising online. Da Jane Sun, AD di Ctrip.com Limited, che porterà i suoi saluti a Firenze in video, ad Ashley Dudarenok, principale esperta di marketing e strumenti digitali nel mercato cinese, che interverrà in collegamento sulle innovazioni nel turismo in Cina. Sempre in tema di web marketing, una delle voci più autorevoli, Aleyda Solis, darà i suoi consigli ai siti di destinazione, per

WEB



non perdere appeal, traffico e potenziali clienti nei motori di ricerca.

Per il tema "Destination" avremo la presenza del collettivo artistico teamLab, l'avanguardia globale delle esperienze artistiche digitali e immersive legate alla cultura. TeamLab è composto da vari specialisti come artisti, programmatori, ingegneri, animatori CG, matematici e architetti la cui pratica collaborativa si trova all'intersezione tra arte, scienza, tecnologia, design e mondo naturale. Sono i creatori di opere d'arte immersive per raggiungere un nuovo pubblico e costruire nuove destinazioni turistiche.

Non mancheranno poi Miguel Neves, Editor in Chief di Event MB, brand di Skift, una delle fonti di travel intelligence più autorevoli al mondo e Manuel Alejandro Cardenete, viceministro del turismo di Andalusia e presidente di NECSTouR. A completare il quadro degli ospiti del topic "destination" Valentina Superti, direttrice della DG Grow Tourism and Proximity, Digitalization della Commissione Europea, Roberta Garibaldi, AD di ENIT e Gabriele Burgio, AD di Alpitour.

Confermano la loro presenza nel filone "hospitality" Giovanna Manzi, CEO di Best Western Italia, Oliver Winter, CEO e fondatore di A&O Hostels, Charlie McGregor, fondatore di The Student Hotel. Ragioneranno sulle innovazioni per un mondo frictionless e racconteranno le sensibilità emergenti delle nuove generazioni in viaggio. Rispetto alle tematiche "food & wine" sul palco lo chef Herbert Hintner, testimonial del progetto di valorizzazione della ristorazione italiana all'estero e Stefano Mosca, direttore della Fiera internazionale del Tartufo Bianco d'Alba che parlerà di sostenibilità partendo dalla ristorazione e dai prodotti agroalimentari.

Programma **BTO** 2021 del 25 novembre, DIGITAL STRATEGY E INNOVATION

La giornata del 25 novembre si snoda su due direttrici. La prima è quella del mercato, si indagherà cioè su quali sono le nuove esigenze dalla distribuzione OTA con Alberto Yates Regional Manager di Booking.com, della mobilità con Renzo Iorio, CEO di Nugo SPA, passando per tour ed esperienze virtuali vs reali con Marta Barberini, Senior Marketing Account Manager di GetYourGuide e la gamification delle grandi città con Alex Govoreanu, CEO di questoapp.com. Il secondo filone è quello della strategia digitale per approfondire gli strumenti pubblicitari per le imprese del travel e metterli a sistema. Da non perdere il doppio incontro su Google e Facebook/Instagram advertising a cura dell'agenzia Twow e Adrias Online, con il coordinamento di Luca Bove, per guidare al meglio gli investimenti pubblicitari in questa ripresa. Torna il momento di approfondimento sul video advertising, alla ricerca del 'viral factor' che rende un contenuto vincente, assieme a Francesco Sommariva, Head of Growth Accounts, TikTok Italy e la video blogger Francesca Ruvoli (nota come "wildflowermood") con Elena Farinelli, moderatrice dello slot. Si parlerà anche di piattaforme vocali, dal podcasting a Clubhouse, a cura di Roberta Milano con Patrizia Pellegrini di Bumboo. La design experience "onlife" per evitare le consuete frizioni tra online ed esperienza di soggiorno reale, verrà affrontata nell'incontro a cura di Antonio Maresca, Luca Vescovi e Letizia Ciaccafava, nel momento dedicato ai motori di ricerca e alla SEO di Gianluca Fiorelli e in quello sulla marketing automation, a cura di Ada Bosco di Active Campaign. Ampio approfondimento sugli open data del travel per capire come possono essere utilizzati e sull'accesso agli strumenti digitali per la piccola e media impresa. Il tema verrà esplorato nei panel scientifici a cura di Valeria Minghetti (Ciset), con l'intervento della responsabile Dati e dei Processi Istat, Anna Scannapieco, e nel round table a cura di Rodolfo Baggio con Giorgia Lodi e Ilaria Vitiello, tecnologue ed esperte di open government data. Un round table di best cases nazionali cercherà invece di tracciare lo stato delle PMI del turismo nell'adozione delle tecnologie, a cura dello sportello PID – punto impresa digitale della Camera di Commercio. A seguire, sulla gestione e il trattamento dei dati sensibili intervengono Antonio Procopio founder di Digital-hub, Giacomo del Chiappa (Uniss), Deborah Bianchi e Chiara Leoni, legali esperte di IT & Data Protection Law, nell'incontro moderato da Edoardo Colombo, esperto di trasformazione digitale nella PA e delle imprese.

Programma **BTO** 2021 del 26 novembre, DESTINATION

Dalla mobilità sostenibile ad esempi di destinazioni virtuose nell'ambito della rigenerazione urbana e culturale, dall'importanza dei dati e del digitale per una fruizione "frictionless" dei territori fino a temi caldi come accessibilità ed inclusività del turismo, passando per l'efficacia dei media di viaggio digitali e temi

Il prezzo si riferisce al Carnet Torino-Italiano, promozione valida fino al 31.03.2021. Dettagli su [italobreno.it](#)



Realizzata in Italia da esperti camiciai di quarta generazione

CREA LA TUA CAMICIA

APPOSTA

SHARENOW ✓

SBB DriveNow

Quota d'iscrizione una tantum di 9 € + 15 € di credito iniziale



viator
Sustainable experiences



Comincia ad esplorare

Risparmia fino al 50%
sui tour ed attività

specifici come il segmento M.I.C.E., il city quitting, la workation e il ritorno ai borghi. Tra i panel da segnalare quello in cui viene trattata la rigenerazione dei quartieri partendo dalla comunità locale, nuovi spazi come luoghi di coinvolgimento e creazione di cultura. Skinder Hundal, Director of Arts del British Council, porterà l'esempio del Nottingham Creative Quarter, in Inghilterra, best practice internazionale per la rigenerazione urbana in chiave culturale e creativa.

Altro tema che abbiamo imparato a conoscere negli ultimi mesi e che verrà affrontato durante la giornata "destination" è quello dello smart working. Se ne parlerà nel panel "Da remote working a remote living, i nuovi residenti temporanei delle destinazioni", in cui si esplorerà il passaggio da luoghi per lo smart working in cui poter solo lavorare a veri e propri hub di opportunità per il "vivere da remoto", innalzando il concetto di city marketing e accogliendo i visitatori offrendo loro la possibilità di sentirsi veri e propri "residenti temporanei" delle destinazioni che visitano. Vi saranno esempi di destinazioni italiane ed estere che hanno puntato sul target dei lavoratori agili per rilanciare il proprio territorio, come ad esempio Daniel Goebel fondatore della Digital Nomad Association Malta & CoCoHub e Patrizio Ambrosetti – fondatore di cootel.co. Jenni Romaniuk, ricercatrice sud australiana dell'Istituto Ehrenberg-Bass dell'Università di Adelaide, presenterà per la prima volta a livello globale l'applicazione del concetto di disponibilità mentale applicato ad una speciale tipologia di marca: la destinazione turistica. In occasione del panel dedicato alla Toscana, infine, saranno presentati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di visittuscany.com, la struttura del futuro Destination Management System regionale e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione.

Programma **BTO** 2021 del 29 novembre **FOOD & WINE** –

Il turismo enogastronomico è in crescita e la presenza di esperienze legate all'enogastronomia risulta importante per il 71% delle persone quando scelgono la meta di viaggio. Da qui nascono i due obiettivi della giornata: da una parte fornire chiavi di lettura del cambiamento in atto con le interviste al direttore creativo del Padiglione Italia a Expo Dubai, Davide Rampello, e alla filosofa Maura Gancitano che aiuterà a capire come mantenere la nostra centralità e non venire usati da tecnologie e digitale; in secondo luogo, dare strumenti concreti, stimoli e idee per agire nell'immediato. Importante, quindi, la presenza dei grandi player della comunicazione digitale: Google, con Fabio Galetto, parlerà delle novità nelle ricerche sul tema sostenibilità, Facebook-Instagram, con Danilo Campisi, spigherà le nuove funzionalità di promozione per ristoranti e imprese locali; TikTok, con Giuliano Cini, Brand Lead TikTok Italia e Gabriele Colasanto di Mondadori Media per raccontare il boom nel mondo food. Di sostenibilità si parlerà anche con Ipsos, che presenterà una ricerca aggregando dati internazionali e nazionali riletti in chiave turistica. Ma l'innovazione non è solo digitale: parleremo di comunicazione con il Consorzio del Parmigiano Reggiano che ha recentemente prodotto un mediometraggio modificando linguaggi, contenuti e pianificazioni tradizionali. Tra gli altri i temi il vino e l'enoturismo, con Merano Wine Festival, Prosecco DOCG, [BuyWine](http://BuyWine.com) e il Tempio del Brunello; i grandi eventi della ristorazione – The World's 50 Best Restaurants e le Guide Michelin – indagando legami e ricadute sul turismo; la tracciabilità dei prodotti alimentari e le soluzioni tecnologiche che ci aiutano a creare legame univoco con il territorio e combattere la contraffazione; la pizza come destinazione e il peso del riconoscimento [UNESCO](http://UNESCO.org); il food delivery, il branding dei ristoranti, anche quelli interni agli hotel. Si affronterà anche il tema del momento, la carenza di personale per hotel e ristoranti. Tra gli ospiti il vicepresidente per il patrimonio immateriale [Unesco](http://Unesco.org), Pier Luigi Petrillo, gli chef Cesare Battisti e, da New York, Riccardo Orfino, poi Simone Bonini (Carapina), Lapo Cianchi direttore comunicazione & eventi di Pitti Immagine, insieme ai giornalisti Luciano Pignataro, Anna Prandoni e Massimiliano Tonelli. Tra le aziende che si occupano di tecnologia e ricerca interverranno Motion Analytica, Vodafone, Var Group, GS1 Italy, Data Appeal. Tra le startup del food non mancheranno Restworld e Soplava. Tra le destinazioni presenti in **BTO**: VisitFlander, VisitMonaco, Emilia-Romagna, Friuli Venezia Giulia, Puglia, Visit Langhe Monferrato e Roero e Parma che, insieme alla Toscana, racconteranno le strategie per il turismo enogastronomico.

Programma **BTO** 2021 del 30 novembre, **HOSPITALITY**

Protagonista è la gentilezza, requisito indispensabile nell'ospitalità. Se ne discuterà in due declinazioni, con panel a cura di Gianluca Borgna GM di Talassio Collection: nel marketing, dove "Non c'è più spazio

per gli squali" con Attilio Azzola owner gruppo Cocoon e Dario Chirichigno Communication Manager di TIM, e nella leadership, in "People Make the difference" in cui interverranno Giampaolo Grossi GM di Starbucks e Valentina Orru Regional HR Director Rocco Forte. Ci sarà spazio poi per l'accoglienza frictionless di gruppi come Keesy, Vicky, Welcomeasy e il confronto con l'accoglienza tradizionale in "Il sorriso della tecnologia". Si parlerà di ripartenza post covid e di come trovare personale adeguato nel panel "Recruiting: l'unica regola è che non ci sono regole" costruito da Beppe Messina, esperto di Hospitality Business Development, con Enrica Tomei Talent & Culture, Internal Communication e CSR Manager in Accor per Italia, Grecia, Malta e Israele, Francesco Biacca CEO at Evermind, Daniel Franchi albergatore a L'Aquila e docente.

New entry in BTO 2021 uno spaccato dedicato alla formazione. Se ne discuterà in "Come diventare leader in hospitality. Quale formazione" con Vanessa Balouzet VP Transformation & Strategic Partnerships della Swiss Education Group, Giancarlo Carniani Founder HIA, Magda Antonioli direttore Master in Economia del Turismo Università Bocconi, Federico Samaden (Ospitalia). Da non perdere poi "Travel is coming Home. Come vincere le sfide future dell'extralberghiero" con Domenico Palladino, giornalista e digital marketing specialist, Karin Venneri di Wonderful Italy e Startup turismo, Marco Celani di Italianway, Giambattista Scivoletto di bed-and-breakfast.it. Infine, due panel molto tecnici sulle strategie di sopravvivenza e il caos dei pagamenti elettronici nella ricettività come "Squid Game Hotel Strategies" e SCARy bookings", ideati da Nicola Zoppi CEO e founder Mind Lab Hotel.

Condividi:



Ergo Assicurazione Viaggi aggiorna la polizza "vacanze e sport sulla neve" »

LEGGI ANCHE



Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Commento

Link: <https://www.qualitytravel.it/per-bto-2021-oltre-10mila-visualizzazioni-online/103899>

6 Dicembre 2021



qualitytravel

GECO
1-2-3-4 marzo

LA FIERA VIRTUALE
SULLA SOSTENIBILITÀ



DIVENTA
ESPOSITORE



IN PRIMO PIANO

EVENTI E MICE

TURISMO

HOSPITALITY

BUSINESS E TRAVEL

CHI SIAMO



EVENTI TURISMO ULTIME NOTIZIE

Per **BTO** 2021 oltre 10mila visualizzazioni online

Di Redazione Qualitytravel.it

🕒 DIC 6, 2021 📌 BTO2021



qualitytravel

Cerca



NEWSLETTER

Ricevi le ultime notizie di
Qualitytravel.it, tutti i martedì

Inserisci il tuo indirizzo em:

Mi iscrivo

☐ I dati inseriti saranno
utilizzati, ai sensi del GDPR
2016/679 per inviare
newsletter e informazioni da
parte di Qualitytravel.it.
Confermo di aver letto e di
accettare l'informativa privacy

Oltre 10mila visualizzazioni da remoto, 274 speaker esperti della Travel Industry, 102 eventi distribuiti in cinque giornate e tre diverse location, con ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: con questi numeri si è chiusa a Firenze la prima edizione ibrida di **BTO – Be Travel Onlife**, manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione Sistema Toscana**. Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano nel novembre 2022.

L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da 24 Paesi nel mondo. Nella top 10: Italia, USA, Finlandia, Austria, Svizzera, UK, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone. Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di **BTO**, hanno partecipato attivamente alle 4 tematiche protagoniste dell'edizione 2021, totalizzando oltre 10.000 presenze live agli eventi. Il più seguito in termini di presenze, il Digital Innovation & Strategy Day, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle Destination, quella specificatamente riservata al mondo Hospitality e quella dedicata al Food & Wine Tourism.

Su MyBTO, la piattaforma online di **BTO** 2021, le attività dedicate alle quattro tematiche chiave hanno superato i 75.000 minuti. Conclusa la **BTO** Week, la manifestazione adesso prosegue per gli iscritti e per tutti coloro che volessero acquistare l'accesso alla piattaforma, dando la possibilità di rivivere online gli eventi con 5.000 minuti di contenuti di alta formazione turistica integralmente fruibili sul web.

“Questa tredicesima edizione di **BTO** è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo – commenta Leonardo Marras, assessore all'Economia e al Turismo della Regione Toscana –. **BTO** per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022”.

“Il successo di questa edizione di **BTO** è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business”, aggiunge Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze. “La **BTO** – aggiunge – è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati”.

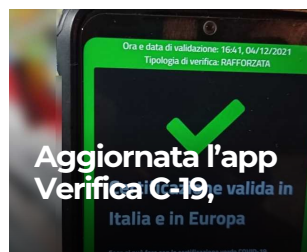
“Un grazie a tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente – ha dichiarato **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico di BTO2021. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i 274 speaker, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesse di fare una **BTO** del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel”.

Condividi:



« **L'impegno di Airbnb verso un turismo sempre più accessibile** **Aggiornata l'app Verifica C-19, ecco come funziona la nuova verifica del Super Green Pass** »

LEGGI ANCHE



Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Commento

WEB

Link: <https://www.qualitytravel.it/torna-a-firenze-bto-5-giorni-tra-i-big-player-del-turismo/103200>

22 Novembre 2021



qualitytravel

GECO
1-2-3-4 marzo

LA FIERA VIRTUALE
SULLA SOSTENIBILITÀ



DIVENTA
ESPOSITORE



IN PRIMO PIANO

EVENTI E MICE

TURISMO

HOSPITALITY

BUSINESS E TRAVEL

CHI SIAMO



EVENTI TURISMO IN PRIMO PIANO ULTIME NOTIZIE

Torna a Firenze **BTO**: 5 giorni tra i big player del turismo

Di Redazione Qualitytravel.it

NOV 22, 2021 BTO2021



qualitytravel

Cerca



NEWSLETTER

Ricevi le ultime notizie di
Qualitytravel.it, tutti i martedì

Inserisci il tuo indirizzo em:

Mi iscrivo

☐ I dati inseriti saranno
utilizzati, ai sensi del GDPR
2016/679 per inviare
newsletter e informazioni da
parte di Qualitytravel.it.
Confermo di aver letto e di
accettare l'informativa privacy

Mancano ormai poche ore al via ufficiale della 13a edizione di **BTO** – Be Travel Onlife in programma dal 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze. Tra i protagonisti della giornata inaugurale che potrà essere seguita eccezionalmente anche online sui canali Facebook e Youtube di **BTO**, ci saranno anche gli ologrammi a grandezza naturale. La manifestazione dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a Firenze, volge da sempre il suo sguardo sull'evoluzione del binomio tra turismo e innovazione, e anticipa i trend ancora prima che le nuove mode si affermino. Come accadde anni fa per la diffusione del fenomeno Airbnb, passando dai robot umanoidi con funzioni di concierge fino ai chip sottopelle in grado di aprire la porta della camera in hotel. BTO2021 si snoderà in altre 4 giornate tematiche – 25, 26, 29 e 30 novembre – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore. **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.

L'Opening Day del 24 novembre si aprirà con gli interventi del ministro del Turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Toscana Eugenio Giani insieme all'Assessore comunale al Turismo Cecilia Del Re, al presidente della Camera di Commercio di Firenze Leonardo Basilichi e al direttore scientifico di BTO2021 Francesco Tapinassi, per poi entrare nel vivo con la sessione "Visione", che vedrà sul palco ospiti nazionali e internazionali tra cui Valentina Superti DG Grow – Commissione Europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Nel pomeriggio al via la

WEB

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

sessione "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro topic delle giornate successive (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso tavole rotonde a cui parteciperanno speaker in presenza, collegati via web ma non solo.

Gli ologrammi di Roberta Garibaldi Ad di Enit, Marco Gilardi Operations Direction Italy & Usa NH Hotel Group, Massimo Canducci Chief Innovation Officer Engineering e Simone Puerto Founder Travel Singularity faranno la loro apparizione sul palco del Salone di Cinquecento, in dimensione reale, interagendo con i moderatori. È l'azienda pisana Alkedo Produzioni a curare la parte tecnica di quella che loro stessi definiscono Holopresenza, e cioè un sistema che utilizza l'illusione ottica dell'ologramma integrandola in un contesto reale senza l'utilizzo di supporti visivi come occhiali o visori. Il sistema dell'Holopresenza può essere utilizzato in numerosi ambiti, tra cui il turismo business che con le sue migliaia di congressi e meeting ogni anno, rappresenta l'1% del PIL nazionale (dato 2019).

E il tema del turismo d'affari sarà al centro della ricerca di Sociometrica dal titolo "Il futuro del turismo business in Italia" che verrà presentata in anteprima a BTO il 24/11 da Antonio Preiti, professore all'Università di Firenze. Lo studio, che vedrà anche una presentazione più estesa il 30/11, ha preso in esame 2500 aziende in tutta Italia sull'impatto del Covid su viaggi d'affari, meeting, congressi e viaggi di istruzione. I dati saranno protagonisti anche nell'atteso panel in programma sempre il 24 e dedicato a Google Trends e Google Destination Insights in cui interverranno Furio Gianforme Industry Head Travel, Apps & Education Google e Giovanni Benassi Analytical Lead per il Travel Google. La ricerca di Ipsos "Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia", verrà illustrata in anteprima il 29 novembre durante la giornata con focus sul Food and wine. E la Toscana ne uscirà da protagonista risultando al secondo posto tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica, dopo la Sicilia e prima di Emilia-Romagna, Puglia e Campania.

Riflettori puntati ancora sulla Toscana il 26/11 in occasione del panel "Smart Tuscany" in cui verranno illustrati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di visittuscany.com, la struttura del futuro Destination Management System regionale e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. Parteciperanno l'assessore al Turismo della Regione Toscana Leonardo Marras, i direttori di FST Francesco Palumbo e TPT Francesco Tapinassi. A seguire, sempre il 26, un confronto tra Regioni italiane sarà il focus dell'incontro "Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane" a cui parteciperanno Bianca Bronzino Head of Digital systems, Pugliapromozione / WeAreinPuglia, Sabrina Pesarini – Head of CRM & Digital Marketing, Trentino Marketing / VisitTrentino, Stefan Marchioro – Progetti territoriali e governance del turismo, Regione del Veneto e Costanza Giovannini – Head of Communications, Fondazione Sistema Toscana / Visit Tuscany.

Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno le altre quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Digital Strategy & Innovation, sezione curata da Giulia Eremita e Rodolfo Baggio, il 26 novembre è Destination che vede la regia di Emma Taveri; il 29 novembre è Food & Wine, topic a cura di Roberta Milano; il 30 novembre è Hospitality giornata coordinata da Lara Fantoni.

Maggiori informazioni e programma completo su www.bto.travel

Per acquistare un biglietto <https://shop.bto.travel/negotio/>

Condividi:



"I corridoi non sono sufficienti", le associazioni del turismo chiedono il prolungamento della CIG »

LEGGI ANCHE



WEB

12 Novembre 2021



qualitytravel

GECO
1-2-3-4 marzo

LA FIERA VIRTUALE
SULLA SOSTENIBILITÀ

DIVENTA
ESPOSITORE



IN PRIMO PIANO

EVENTI E MICE

TURISMO

HOSPITALITY

BUSINESS E TRAVEL

CHI SIAMO



GRANDI EVENTI E FIERE IN PRIMO PIANO ULTIME NOTIZIE

Torna **BTO** in modalità ibrida (e olografica): dal 24 al 30 novembre Firenze capitale del Travel Onlife

Di Redazione Qualitytravel.it

NOV 12, 2021 **BTO**



qualitytravel

Dopo una lunga attesa sta per tornare a Firenze, in presenza e online, **BTO**, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa 13a edizione ha scelto un payoff e acronimo tutto nuovo – “Be Travel Onlife” – che continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento, di cui si è discusso nell'ultima edizione e che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia. L'ultima edizione della manifestazione si era infatti tenuta a febbraio 2020, appena pre-pandemia, ma nel frattempo il mondo è cambiato e si è evoluto molto più rapidamente. Per affrontare questa complessità BTO2021 si amplia e si snoderà in 5 giornate tematiche – 24, 25, 26, 29 e 30 novembre – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore, con alcuni che interverranno in collegamento mentre altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma.

Il tema che farà da filo rosso degli oltre 100 appuntamenti in programma è “New Frictionless World”, letteralmente “un nuovo mondo senza attrito”, che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di BTO2021, **Francesco Tapinassi**: “La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un “new frictionless world” nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19”.

WEB

Cerca



NEWSLETTER

Ricevi le ultime notizie di
Qualitytravel.it, tutti i martedì

Inserisci il tuo indirizzo email:

Mi iscrivo

☐ I dati inseriti saranno
utilizzati, ai sensi del GDPR
2016/679 per inviare
newsletter e informazioni da
parte di Qualitytravel.it.
Confermo di aver letto e di
accettare l'informativa privacy



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**. Per il terzo anno consecutivo QualityTravel sarà tra i media partner dell'evento.

LE GIORNATE TEMATICHE

Il taglio del nastro di **BTO** è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze, con due sessioni di lavoro: "Visione", con ospiti da tutto il mondo e "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro main topic (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso delle "round table" a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è dedicato alla Digital Innovation, il 26 novembre è il Destination day, il 29 novembre è il giorno del Food & Wine e il 30 novembre si chiude parlando di Hospitality.

Francesco Tapinassi, Direttore Scientifico **BTO**, spiega: "New frictionless non è uno slogan, ma un pensiero: significa rendere facili le cose complicate. Tante le novità quest'anno: sono passati 22 mesi dalla scorsa edizione, un'era geologica per ciò che è successo nel mezzo. Il programma è molto vasto, con eventi in presenza e non. Abbiamo ridotto del 70% il costo di ingresso per andare incontro a un settore che ha sofferto. Adesso possiamo cominciare a pensare a un futuro in cui reale e virtuale si mescolano: il 24 novembre a Firenze, nel Salone dei Cinquecento, si alterneranno interventi dal vivo a interviste in diretta a relatori presenti in forma di ologramma. E' un'edizione ibrida in grado di sfruttare al meglio ciò che ci consentono le relazioni dal vivo e a distanza. Grandi ospiti per raccontare quel che succede ma soprattutto provare a guardare oltre".

Francesco Palumbo, Direttore FST aggiunge: "Il primo strumento utile per tornare a viaggiare è il digitale. La Toscana è l'unica regione italiana dotata di una piattaforma digitale in grado di indirizzare i flussi turistici. Siamo protagonisti nel confronto con i big player del turismo".

Giuseppe Salvini, Segretario Generale Camera di Commercio, conclude: "Firenze ha subito un calo verticale del turismo a causa della pandemia, ma il 2021 è in ripresa. Siamo passati da 16 mln di pernotti del 2019, a 3,3 mln nel 2020, ci attendiamo 6/7 milioni nel 2021 (dato fortemente condizionato dall'andamento della pandemia). Le nostre stime +60% di presenze straniere rispetto al 2020 per la chiusura d'anno per Firenze".

Condividi:



« Il Giappone riapre a tour operator selezionati: per l'Italia c'è Mistral Tour »

Albergatore PRO: 450 albergatori si danno appuntamento a Riccione il 14 e 15 novembre »

Fino al 31.03.2021. Dettagli su [italotreno.it](#)

Realizzata in Italia da esperti camiciai di quarta generazione

CREA LA TUA CAMICIA

APPOSTA

SHARENOW ✓

CAR 24h DriveNow

Quota d'iscrizione una tantum di 9 € + 15 € di credito iniziale

viator
una società TripAdvisor

Comincia ad esplorare

Risparmia fino al 50%
sui tour ed attività

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

LEGGI ANCHE



Link: <https://www.radiobrunobrescia.it/2021/11/24/visit-brescia-alla-bto-di-firenze/>

mercoledì, 24 Novembre, 2021 Ultimo: [RadioGiornale del 24 novembre](#) – Ore 12.00



ASCOLTACI IN EVIDENZA NOTIZIE RADIOGIORNALI VIDEO OSPITI #TRALAGENTE CONTATTI



IN PRIMO PIANO NOTIZIE

Visit Brescia alla BTO di Firenze

24 Novembre 2021 admin

Dal 24 al 30 novembre torna l'evento che ogni anno porta in Italia le migliori pratiche internazionali di innovazione in ambito turistico.

La società è stata selezionata per l'intervento inaugurale della terza giornata di BTO, interamente dedicata al governo e al marketing delle destinazioni turistiche.

Parleremo delle tante attività ideate da @visitbrescia, tra cui la nostra ultima campagna di promozione del turismo culturale recentemente menzionata dal New York Times.

L'appuntamento è per venerdì 26 novembre alle 9.00 c/o Nana Bianca – Main hall con "L'efficacia dei media di viaggio digitali nella comunicazione innovativa delle destinazioni"

Per seguire l'evento, online o in presenza, e per tutte le info su BTO <https://www.bto.travel>

#visitbrescia #bto2021

← [Ermal Meta a Brescia il 9 marzo](#)

[RadioGiornale del 24 novembre](#) – Ore 10.00 →

Potrebbe anche interessarti



Link: <https://radionbc.it/boom-del-turismo-enogastronomico-in-italia/>



- HOME
- NOTIZIE
- SPORT
- SERVIZI
- INDAGINE D'ASCOLTO
- COME ASCOLTARCI
- PALINSESTO

BOOM DEL TURISMO ENOGASTRONOMICO IN ITALIA

Boom per il turismo enogastronomico in Italia nel 2021. Tra gennaio e ottobre, il Belpaese è primo tra le mete più golose nel mondo, seguito da Francia e Giappone. È quanto emerge da una ricerca Ipsos e dalle tendenze presentate da Google nel corso di [BTO – Be Travel Onlife](#).

mgg/sat/red

30 Novembre 2021

CONDIVIDI



© RadioNBC.it - Riproduzione riservata [RSS](#)

Primo Piano



ANTICIPATE LE PRENOTAZIONI VACCINO PER GLI OVER 18 IN TRENTINO

L'Azienda per i servizi sanitari della Provincia di Trento ha anticipato la partenza delle prenotazioni della dose di richiamo per gli over 18, che potranno fissare un appuntamento per la "maratona" vaccinale del prossimo fine settimana a partire dalle ore 21 di oggi. I centri vaccinali dell'azienda – informa una nota – saranno aperti in ... [Continua a leggere](#)



AUSTRIA: NO VAX RECIDICI RISCHIANO FINO A 7200 EURO DI MULTA

In Austria il primo febbraio scatterà l'obbligo vaccinale e i no vax irremovibili potrebbero rischiare una multa da 3.600 euro che potrebbe addirittura essere raddoppiata in caso di inottemperanza. Lo prevede una bozza del governo che oggi sta esaminando il disegno di legge per l'introduzione dell'obbligo vaccinale. Una misura, secondo il ministro alla salute Wolfgang ... [Continua a leggere](#)



COVID: UN NUOVO DECESSO E 199 CONTAGI IN TRENTINO

Si registra un nuovo decesso per Covid in Trentino. Si tratta di un uomo di 80 anni non vaccinato. I nuovi casi registrati nelle ultime 24 ore sono 199: 71 rilevati dai tamponi molecolari (su 956 test effettuati) e 128 dagli antigenici (su 11.670 test effettuati). I tamponi molecolari confermano 76 positività intercettate nei giorni ... [Continua a leggere](#)

Link: <https://www.radiotoscana.it/32548/bto-2021-il-turismo-del-futuro-e-quello-del-presente-in-toscana/>

**RADIO
TOSCANA**

PROGRAMMI

PODCAST

CONDUTTORI

NOTIZIE

FREQUENZE

PUBBLICITÀ

SOCIAL

CONTATTI

BTO 2021: il turismo del futuro e quello del presente in Toscana

24/11/2021 13:00



Centodieci eventi e oltre 230 ospiti per parlare di innovazione legata al turismo, di turismo smart e digitale e delle nuove tecnologie che stanno rivoluzionando abitudini e richieste. È il programma di Bto2021, Be travel onlife, evento di riferimento in Italia sul tema della programmazione turistica che si svolge a Firenze da oggi al 30 novembre. Tre le sedi fiorentine che ospiteranno l'appuntamento: Palazzo Vecchio, Nana Bianca e Camera di Commercio. Sentiamo il direttore scientifico della Bto e direttore di Toscana Promozione Turistica Francesco Tapinassi



Sentiamo il presidente della Camera di Commercio di Firenze Leonardo Bassilichi:



All'assessore al turismo del Comune di Pisa, Paolo Pesciatini, abbiamo chiesto com'è la situazione sul fronte turismo nella città della Torre pendente e cosa stanno programmando per Natale:



Queste invece le parole di Alessandro Sabella assessore al turismo del Comune di Pistoia, sui dati del turismo in città:



NEWS RECENTI

- 24/11 14:22** Consigli utili di primo soccorso: la manovra di Heimlich
- 24/11 13:00** BTO 2021: il turismo del futuro e quello del presente in Toscana
- 23/11 16:16** Lo scherzo di Alessandro Masti alla Sammontana
- 23/11 15:45** Povertà alimentare: come si combatte in Toscana
- 23/11 14:23** Vaccini anti Covid, terza dose a 5 mesi di distanza per categorie interessate dal richiamo



Via de' Pucci 2 50122 Firenze - P.I. 04472740481 cf 00940130503 Radio Monte Serra Srl



info@radiotoscana.it



Frequenze

Radio Toscana

Programmi

- Artemio
- La buona domenica
- La mia vita è tutta un quiz!
- Mastiscio
- Memory
- Ora d'aria
- Quarto piano
- RADIO TOSCANA - Notizie
- Rock DJ
- Toscana e Toscani

Powered by **dotmedia**

Questo sito raccoglie dati statistici anonimi sulla navigazione, mediante cookie installati da terze parti autorizzate, rispettando la privacy dei tuoi dati personali e secondo le norme previste dalla legge.

Continuando a navigare su questo sito, cliccando sul link al suo interno o semplicemente scorrendo la pagina verso il basso, accetti il servizio e gli stessi cookie.

Accetto

[Informazioni](#)

TECH

A Firenze punto sul turismo online: il settore è in sofferenza ma non si arrende

Dopo oltre 600 giorni torna in presenza, nella splendida cornice di Palazzo Vecchio, la rassegna dedicata al turismo online e alle soluzioni innovative e tecnologiche del settore. Una panoramica delle proposte nell'intervista di Celia Guimaraes al direttore scientifico di Bto, Francesco Tapinassi

24 NOVEMBRE 2021

Tre giganti della tecnologia cinese - Huawei, WeChat e Ctrip - erano a Firenze nel febbraio 2020 alla rassegna del turismo online per cercare di rispondere una domanda: come attirare turisti cinesi in Italia? Sullo sfondo si intravedeva appena l'ombra del coronavirus e le sue ricadute su viaggi e trasferte.

A Bto, BeTourism Online, la rassegna del settore, la preoccupazione era nell'aria ma si sperava ancora di risalire presto la china. Da allora sono passati oltre 600 giorni di grande difficoltà per tutte le attività legate al turismo.

Nel 2021, ancora a Bto, che torna in presenza nel magnifico Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, si fa il punto. Il settore è in sofferenza ma non si arrende e, anzi, vede segnali di ripresa: secondo una ricerca effettuata da Sociometrica appositamente su un campione di 2.500 imprese- rappresentativo delle aziende italiane sia per dimensione e distribuzione geografica sia per settore di attività- oltre il 63% non ha intenzione di tagliare le spese per i viaggi di lavoro e oltre il 72% intende lasciare invariato il totale dei viaggi di lavoro rispetto al periodo pre-Covid, mentre più della metà degli intervistati ritiene insostituibili le riunioni in presenza. Più nello specifico: alla domanda se le call online possano sostituire le occasioni reali di discussione, il 6,3% ha risposto "sì, sempre", il 35% "sì in molti casi", il 44% "solo in alcuni casi" e il 14,7% "no, in nessun caso".

Ancora penalizzate le mete internazionali a causa del periodo di incertezza legato alla pandemia: secondo i trend di ricerca di Google, cresce la domanda domestica a livello globale. In generale, la domanda travel sta vivendo una buona ripresa e si sta riavvicinando ai valori del 2019. E, come sottolinea il direttore scientifico di Bto, Francesco Tapinassi, che abbiamo intervistato, molto si deve alla tecnologia e alle nuove possibilità che offre. Se nel 2020 si parlava di Smart China, oggi, in attesa del ritorno dei grandi flussi, si può parlare di Metaverso turistico, tra presenza fisica, online, offline e persino con ologrammi.

TECH



A FIRENZE PUNTO SUL TURISMO ONLINE: IL SETTORE È IN SOFFERENZA MA NON SI ARRENDE



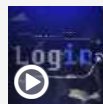
PASSWORD IMMUTABILI: IN ITALIA ANCORA "123456" MA ANCHE "JUVENTUS" E "NAPOLI"



CIBO ITALIANO PER LA PROSSIMA MISSIONE SULLA LUNA



UE, VESTAGER: SÌ AD AIUTI PUBBLICI PER PRODURRE MICROCHIP. VERSO RIFORMA DELLE REGOLE DI CONCORRENZA



LOGIN: UNA CASA A MISURA DI GAMER

Link: <https://www.rainews.it/dl/rainews/media/Turismo-online-Intervista-a-Francesco-Tapinassi-direttore-scientifico-BeTourism-Online-5cd76781-400c-4ed4-9f06-aacc339994fa.html>

TECH

A Firenze punto sul turismo online: il settore è in sofferenza ma non si arrende

Dopo oltre 600 giorni torna in presenza, nella splendida cornice di Palazzo Vecchio, la rassegna dedicata al turismo online e alle soluzioni innovative e tecnologiche del settore. Una panoramica delle proposte nell'intervista di Celia Guimaraes al direttore scientifico di Bto, Francesco Tapinassi

24 NOVEMBRE 2021

Tre giganti della tecnologia cinese - Huawei, WeChat e Ctrip - erano a Firenze nel febbraio 2020 alla rassegna del turismo online per cercare di rispondere una domanda: come attirare turisti cinesi in Italia? Sullo sfondo si intravedeva appena l'ombra del coronavirus e le sue ricadute su viaggi e trasferte.

A Bto, BeTourism Online, la rassegna del settore, la preoccupazione era nell'aria ma si sperava ancora di risalire presto la china. Da allora sono passati oltre 600 giorni di grande difficoltà per tutte le attività legate al turismo.

Nel 2021, ancora a Bto, che torna in presenza nel magnifico Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, si fa il punto. Il settore è in sofferenza ma non si arrende e, anzi, vede segnali di ripresa: secondo una ricerca effettuata da Sociometrica appositamente su un campione di 2.500 imprese- rappresentativo delle aziende italiane sia per dimensione e distribuzione geografica sia per settore di attività- oltre il 63% non ha intenzione di tagliare le spese per i viaggi di lavoro e oltre il 72% intende lasciare invariato il totale dei viaggi di lavoro rispetto al periodo pre-Covid, mentre più della metà degli intervistati ritiene insostituibili le riunioni in presenza. Più nello specifico: alla domanda se le call online possano sostituire le occasioni reali di discussione, il 6,3% ha risposto "sì, sempre", il 35% "sì in molti casi", il 44% "solo in alcuni casi" e il 14,7% "no, in nessun caso".

Ancora penalizzate le mete internazionali a causa del periodo di incertezza legato alla pandemia: secondo i trend di ricerca di Google, cresce la domanda domestica a livello globale. In generale, la domanda travel sta vivendo una buona ripresa e si sta riavvicinando ai valori del 2019. E, come sottolinea il direttore scientifico di Bto, Francesco Tapinassi, che abbiamo intervistato, molto si deve alla tecnologia e alle nuove possibilità che offre. Se nel 2020 si parlava di Smart China, oggi, in attesa del ritorno dei grandi flussi, si può parlare di Metaverso turistico, tra presenza fisica, online, offline e persino con ologrammi.

TECH



A FIRENZE PUNTO SUL TURISMO ONLINE: IL SETTORE È IN SOFFERENZA MA NON SI ARRENDE



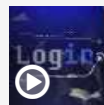
PASSWORD IMMUTABILI: IN ITALIA ANCORA "123456" MA ANCHE "JUVENTUS" E "NAPOLI"



CIBO ITALIANO PER LA PROSSIMA MISSIONE SULLA LUNA



UE, VESTAGER: SÌ AD AIUTI PUBBLICI PER PRODURRE MICROCHIP. VERSO RIFORMA DELLE REGOLE DI CONCORRENZA



LOGIN: UNA CASA A MISURA DI GAMER



Rai - Radiotelevisione Italiana Spa
Sede legale: Viale Mazzini, 14 - 00195 Roma | Cap. Soc. Euro 242.518.100,00 interamente versato
Ufficio del Registro delle Imprese di Roma © RAI 2014 - tutti i diritti riservati. P.Iva 06382641006

[Privacy policy](#)
[Cookie policy](#)
[Società trasparente](#)

Link: <https://www.reportpistoia.com/turismo-nuovi-servizi-web-a-disposizione-di-visitatori-ed-operatori/>

Cerca nel sito



Report
direttore Alberto Vivarelli

Quotidiano on line dell'Alta Toscana



il meteo in Toscana



In breve

HOME PISTOIA PRATO TOSCANA SPORT VIDEO FOTOGRAFIE RUBRICHE CULTURA E SPETTACOLO

Turismo, nuovi servizi web a disposizione di visitatori ed operatori

By Riccardo Bonaguidi 13 ore ago

FIRENZE (Toscana notizie) – Tutti in rete, ancor più che adesso: tecnologia e spirito di squadra. "Per rendere sempre migliore l'esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi" rimarca l'assessore al turismo, Leonardo Marras. Tutti in rete dunque per offrire più velocemente informazioni ai potenziali turisti o a chi in Toscana abita ed è in cerca di esperienze da vivere. Tutti in rete per meglio promuoversi e magari anche per misurare, quasi in tempo reale (e più velocemente comunque di quanto si possa fare oggi), i flussi dei visitatori e gli effetti delle azioni di promozione, per definire nuove strategie o confrontarsi sulle iniziative messe in atto e scambiarsi buone idee.

La Toscana si appresta a ridefinire il proprio ecosistema digitale turistico: ovvero la piattaforma che dispensa informazioni per programmare un viaggio, dal sito ufficiale www.visituscany.com ai database, in rete anche loro, in grado di alimentare altri luoghi del web fino alle applicazioni, per inserire dati e contenuti, rivolte agli operatori, ma anche ai Comuni e, tra le novità del nuovo progetto, anche agli uffici di informazione ed accoglienza turistica sparsi per tutte la regione. Una piccola rivoluzione, nell'era dell'iperconnessione, per offrire migliori servizi ai potenziali visitatori e per ragionare in tempo reale sull'evoluzione e la risposta da parte del mercato turistico.

Se n'è parlato nella terza giornata della Bto2021, che da tredici anni da Firenze volge lo sguardo all'innovazione, in tutte le sue varie forme, applicata al turismo e che sa anticipare trend prima ancora che nuove mode si affermino. Un evento promosso da Regione e Camera di commercio.

"Per rendere sempre migliore l'esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi è indispensabile potenziare costantemente i propri strumenti, a partire da quelli digitali – spiega l'assessore Marras – in modo da offrire interfacce semplici ed efficaci, proposte mirate, spazi in cui operatori e amministrazioni possono interagire integrando l'uno le attività dell'altro".

La progettazione della nuova architettura sarà ultimata entro marzo 2022, quando si inizieranno anche a formare gli operatori. Il primo rilascio della nuova piattaforma è previsto per novembre del prossimo anno, con il collaudo da ultimare entro febbraio 2023.

Nel corso della terza giornata del **Bto**, che ha visto nel pomeriggio il confronto pure, quanto ad ecosistemi digitali, con Puglia, Trentino Alto Adige e Veneto, sono state riepilogate pure le azioni di promozione in atto e quelle che ci saranno.

Per il 2022 è stata ad esempio programmata la promozione di 55 prodotti turistici prioritari, che coinvolgono 1663 operatori. Ma il piano 2022, costantemente aggiornato e misurato on line, conta un parco ancora più ampio, addirittura di 334 progetti, che interessano 581 'attrattori', ovvero spunti ed occasioni per spostarsi e visitare un luogo, e 108 centri storici dei ventotto ambiti in cui si suddivide la regione. La campagna di promozione è partita a maggio scorso con tre focus: Firenze, il mare e il ritorno ai borghi e ai sapori autentici: mercati di riferimento Italia, Francia, Germania, Olanda e Svizzera. E' proseguita quindi a giugno – ancora mare e vacanze nella natura: Italia, Francia, Germania, Regno Unito e Svizzera – mentre ad ottobre la promozione ha interessato più da vicino le città d'arte e il turismo termale, con un occhio attento di nuovo ai turisti italiani, francesi, tedeschi e del Regno Unito.

"La costruzione delle politiche sul turismo non può che passare dalla condivisione delle scelte con i territori – afferma l'assessore Marras – Per questo, la costruzione del nuovo ecosistema digitale della toscana è un obiettivo molto importante e che stiamo per raggiungere: mettiamo a sistema il lavoro degli ultimi anni e guardiamo al futuro, tutti insieme".

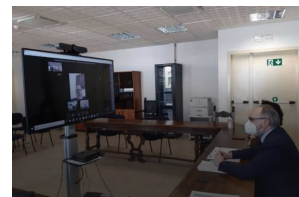


"Costruire un ecosistema digitale – sottolinea Francesco Tapinassi, direttore scientifico Bto 2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica – significa facilitare la collaborazione tra i soggetti della governance pubblica e privata, una vera sfida di competitività per tutta l'offerta regionale".

"La Toscana ha messo in atto una decisa spinta verso la promozione digitale e la digitalizzazione dell'ecosistema delle policy di settore – continua il direttore di Fondazione Sistema Toscana, Francesco Palumbo. La Fondazione, che assieme a Toscana Promozione Turistica e PromoFirenze si occupa dell'organizzazione della Bto, gestisce il sito ufficiale della destinazione Toscana www.visituscany.com. "I risultati lusinghieri di questa accelerazione sul fronte della digitalizzazione – prosegue Palumbo – sono stati fotografati dalla ricerca Demoskopika, che vede la Toscana al secondo posto nella classifica sulla reputazione turistica delle Regioni italiane".



In evidenza



Riccardo Bonaguidi

26 Novembre 2021

Mascherine all'aperto e più controlli: il piano della Prefettura per le festività

PISTOIA – Si intensificano i controlli e le misure di



Riccardo Bonaguidi

26 Novembre 2021

Quarrata, prigionieri nell'abitacolo dopo l'incidente: estratti dai Vigili del Fuoco



Riccardo Bonaguidi

26 Novembre 2021

Scricchiolii nel PD, alcuni iscritti insorgono: nel mirino la candidatura di Galligani



Riccardo Bonaguidi

26 Novembre 2021

Prato, Pubblica Assistenza in lutto: è morto Davide Finizio

You can share this post!



Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Comment *

Name *

Email *

INVIA COMMENTO

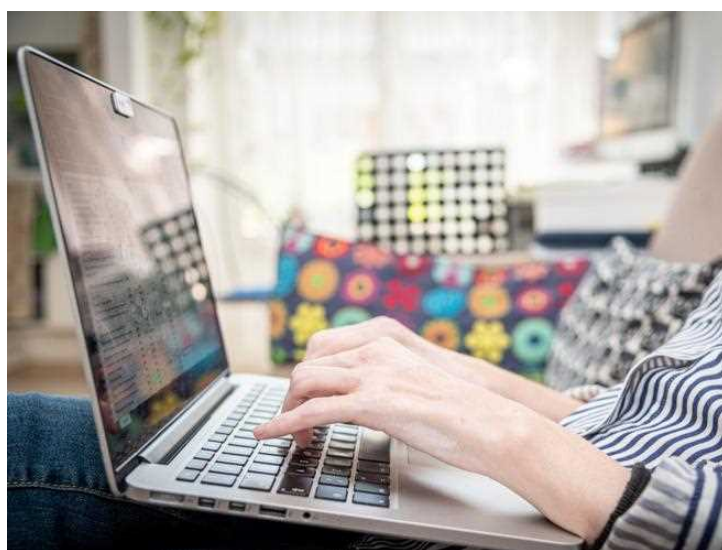
CRONACA

CRONACA POLITICA VIDEO TEMPO LIBERO CULTURA E SPETTACOLI SPORT

Il turismo tra convegni e digitale: cosa succederà nel post pandemia?

di Antonio Preiti

Non parliamo della congiuntura generale del settore ma dei cambiamenti strutturali a cui stiamo assistendo e che, con alta probabilità, ci ritroveremo anche quando l'epidemia sarà debellata



Quale turismo ci troveremo nel mondo post-pandemico? È una domanda necessaria, anche se in queste ore è difficile parlare del «post» di un fenomeno che ci tiene ancora allarmati. Non parliamo della congiuntura generale del settore che – lo abbiamo capito – dipende direttamente dall'andamento dell'epidemia, ma dei cambiamenti strutturali a cui stiamo assistendo e che, con alta probabilità, ci ritroveremo anche quando l'epidemia sarà debellata, o almeno contenuta ai livelli «fisiologici».

I cambiamenti strutturali che sono destinati a restare riguardano moltissimo il turismo business, o turismo d'affari, che comprende i viaggi di lavoro, i congressi e i corsi di formazione professionale. È un insieme di viaggi che sul piano nazionale rappresenta il 23% di tutto il movimento turistico e a Roma, su cui non abbiamo dati certi, rappresenta sicuramente una quota maggiore. Non saremo troppo in errore se dicessimo che questo segmento pesi in città per oltre il 25%, finanche il 30% o di più. Una quota perciò tremendamente importante, anche perché si tratta di un turismo mediamente esigente. Guardiamo alla nostra esperienza ordinaria di questi mesi: video call in continuazione; congressi prima annullati e poi rimessi in pista, con regole estremamente rigide; formazione professionale che in parte è passata online.

Qual è il meta-messaggio di tutti questi cambiamenti? È un meta-messaggio particolarmente minaccioso, perché innesta l'idea che non è più necessario vedersi di persona per parlare, per fare congressi, per imparare. In tutti i casi? certo che no: ci saranno sempre riunioni in cui bisognerà parlarsi di persona, perché bisognerà vedere il viso, sentire i silenzi e capire la comunicazione non verbale per intendersi (o non intendersi); perché la

WEB



Corteo contro la violenza sulle donne: balli, simboli e tanti uomini

Hanno sfilato in centro migliaia di persone

LA PRIMA PAGINA DI OGGI



parte migliore di un congresso (spesso) non sta negli interventi sul palco, ma nelle conversazioni uno-a-uno, accanto al buffet o a colazione; perché online si possono trasmettere informazioni, nozioni, ma la formazione è qualcosa di più grande e profondo del «trasferimento delle competenze»: si cresce per vicinanza, non per distanza.

Tuttavia, inutile girarci intorno, questo mondo è destinato a durare nel cambiamento: ci saranno meno incontri, meno congressi e meno formazione, a meno che non si trasformi altrettanto fortemente l'offerta per questo tipo di turismo, elevando la sua qualità, perciò il suo costo e quindi con maggiori entrate per gli organizzatori e per la città. **Cosa intendiamo dire? Immaginiamo una riunione di lavoro del prossimo futuro (ma già del presente). Finora bastava una saletta con un tavolo e le sedie; oggi probabilmente le persone in riunione avranno bisogno di far collegare in remoto altre persone, perciò avranno bisogno di un grande schermo, di una linea ad alta velocità, magari di una stampante e di qualche computer a disposizione: la saletta riunioni sarà un ufficio mobile.** Un congresso del futuro (ma lo è già, basti vedere la **BTO** di Firenze in questi giorni, con una edizione del tutto ibrida: sia fisica che on line) avrà partecipanti in persona e partecipanti a distanza, conterrà la possibilità della traduzione simultanea in tempo reale, perciò eliminando la barriera linguistica, per non parlare degli ologrammi e di tutta la strabiliante tecnologia del meta-verso.

La stessa formazione professionale avrà momenti in cui le persone saranno una accanto all'altra, perché solo così si cresce, attraverso la contiguità, ma ci sarà sempre un repository, cioè un archivio delle lezioni che si potranno consultare in ogni momento. È un mondo nuovo che sta nascendo, che ancora nessuno ha conquistato, perché oggi nessuno può dire quali sia nel mondo il posto migliore dove la trasformazione si sia realizzata meglio: dove fare un congresso ibrido (in cui la fisicità e il contesto della città conterranno ancora molto); una riunione di lavoro dove avere il massimo della tecnologia e il massimo della bellezza (fisica) della città; dove si possa imparare grazie, ancora una volta, alla bellezza della tecnologia e alla bellezza del mondo (fisico) circostante. Può essere Roma?

28 novembre 2021 (modifica il 28 novembre 2021 | 08:43)
© RIPRODUZIONE RISERVATA

 [Leggi e commenta](#)

CORRIERE DELLA SERA

Abbonati a Corriere della Sera | Gazzetta | El Mundo | Marca | RCS Mediagroup | Fondazione Corriere | Fondazione Cutuli | Quimamme | OFFERTE CORRIERE STORE | Buonpertutti |

Codici Sconto | Corso di Inglese - Francese

Copyright 2021 © RCS Mediagroup S.p.A. Tutti i diritti sono riservati | Per la pubblicità: RCS MediaGroup SpA - Direzione Pubblicità
RCS MediaGroup S.p.A. - Divisione Quotidiani Sede legale: via Angelo Rizzoli, 8 - 20132 Milano | Capitale sociale: Euro 270.000.000,00
Codice Fiscale, Partita I.V.A. e Iscrizione al Registro delle Imprese di Milano n.12086540155 | R.E.A. di Milano: 1524326 | ISSN 2499-0485

Chi Siamo | The Trust Project

Servizi | Scrivi | Cookie policy e privacy

Hamburg Declaration

Link: http://www.sassarinotizie.com/24ore-articolo-607277-turismo_bto_10mila_visualizzazioni_274_speaker_e_24_paesi_coinvolti.aspx



sabato 4 dicembre 2021

[Mobile](#) [Accedi](#) [Registrati](#) [Newsletter](#) [Aggiungi ai Preferiti](#) [RSS](#)

- [Prima Pagina](#) [24 Ore](#) [Appuntamenti](#) [Servizi](#) [Rubriche](#) [Video](#) [Vita dei Comuni](#)
- [News](#) [Lavoro](#) [Salute](#) [Sostenibilità](#)

LAVORO

Turismo: Bto, 10mila visualizzazioni, 274 speaker e 24 paesi coinvolti

Si è chiusa la prima edizione ibrida, appuntamento a novembre 2022

03/12/2021 18:00

Tweet

[Stampa](#) [Riduci](#) [Aumenta](#)

Condividi |

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



Roma, 3 dic. (Labitalia) - Oltre 10mila visualizzazioni da remoto, 274 speaker esperti della Travel Industry, 102 eventi distribuiti in cinque giornate e tre diverse location, con ospiti in presenza, in collegamento virtuale e anche in versione ologramma: si è chiusa a Firenze la prima edizione ibrida di Bto-Be Travel Onlife, manifestazione leader su turismo e digitale promossa da Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e **Fondazione Sistema Toscana**. Gli organizzatori, ringraziando per l'attenzione e il calore dimostrato dal pubblico, danno appuntamento per la prossima edizione che si terrà sempre nel capoluogo toscano nel novembre 2022. L'innovativo format ha consentito di coinvolgere partecipanti ed esperti internazionali provenienti da 24 Paesi nel mondo. Nella top 10: Italia, Usa, Finlandia, Austria, Svizzera, Uk, Paesi Bassi, Irlanda, Cina, Belgio, Giappone. Gli operatori turistici e i rappresentanti delle destinazioni turistiche, principale target di **Bto**, hanno partecipato attivamente alle 4 tematiche protagoniste dell'edizione 2021, totalizzando oltre 10.000 presenze live agli eventi. Il più seguito in termini di presenze, il Digital Innovation & Strategy Day, cuore della manifestazione, a seguire la giornata dedicata alle Destination, quella specificatamente riservata al mondo Hospitality e quella dedicata al Food & Wine Tourism. Una tenenza forse destinata a cambiare, considerando il fatto che proprio il turismo enogastronomico è emerso come uno degli elementi trainanti del settore per il futuro, insieme alla crescente ricerca di mete più autentiche e più vicine. Su MyBtoO, la piattaforma online di **Bto 2021**, le attività dedicate alle quattro tematiche integralmente fruibili sul web. "Questa tredicesima edizione di **Bto** - commenta Leonardo Marras, assessore all'Economia e al Turismo della Regione Toscana - è stata davvero un bel successo. Impensabile, solo pochi mesi fa con le restrizioni della pandemia, che si potesse organizzare un evento così ampio e completo. **Bto** per noi è un appuntamento importante, rappresenta lo snodo in cui si fa il rendiconto di ciò che abbiamo fatto e si raccolgono preziosi spunti per capire cosa potremmo fare per l'anno successivo. Perché capire dove va il mondo, oggi, è difficilissimo e il digitale è centrale, anche nell'esperienza turistica, sia per la parte pubblica che per le destinazioni. Facciamo tesoro degli stimoli e delle idee ascoltate nell'ultima settimana e ci mettiamo subito al lavoro per l'edizione 2022". "Il successo di questa edizione di **Bto** è di buon auspicio non solo per il settore turistico, che sta ripartendo dopo un anno molto difficile, ma anche per l'intera economia, grazie alle eccellenze del nostro territorio e alla voglia di crescere delle nostre imprese, che la Camera di commercio accompagna ogni giorno sul mercato interno come sui mercati internazionali, nello sviluppo digitale come nella tutela di marchi e proprietà intellettuale e nella scoperta di nuovi business. La **Bto** è anche la conferma che la collaborazione tra istituzioni produce ottimi risultati", dice Leonardo Bassilichi, presidente della Camera di commercio di Firenze. "Un grazie a tutti coloro - dichiara **Francesco Tapinassi**, direttore scientifico di Bto2021 - che hanno contribuito alla realizzazione di un evento così complesso, al nostro advisory board, ai cinque coordinatori tematici, a tutto lo staff di organizzazione e di comunicazione che ha fatto davvero un lavoro eccellente. Questa edizione ha cercato di rendere tangibile e concreta l'innovazione digitale, provando a usare ogni tecnologia per connettere persone, e individuando nella soluzione phigital quella che più potesse raccontare un nuovo modello di conference, attenta al tema delle sostenibilità e del rispetto dell'ambiente, grazie alla riduzione degli spostamenti necessari per partecipare. Dalla sperimentazione degli ologrammi intervistati in diretta, alla partecipazione di ospiti da tutto il mondo, ogni momento è stato finalizzato ad arricchire le testimonianze e le esperienze più interessanti. Un particolare grazie è quindi per i 274 speakers, che, con la loro preziosa presenza ci hanno permesso di fare una **Bto** del tutto nuova e molto apprezzata dai nostri partecipanti, che potranno rivedere ogni volta che vorranno i contenuti dei nostri panel".

In primo piano Più lette della settimana

- Porte aperte al Convitto Nazionale Canopoleno venerdì 10 e sabato 11
- Olbia: chiuso da quasi due mesi l'ambulatorio di Otorinolaringoiatria. Interrogazione del M5S
- Ad Alghero "Cin Cin al centro", brindisi e cori sardi per promuovere centro storico e commercio
- "La via del male", mercoledì 8 dicembre a Cagliari in scena la compagnia teatrale Garcia Lorca
- Coronavirus. Oggi in Sardegna si registrano 189 nuovi casi e un decesso
- Sassari. Tre auto e un autocarro coinvolti in un incidente alle Gallerie Chighizzu sulla SS 131
- Incendio al campo Rom di Piandanna a Sassari
- Sassari, un dicembre di giochi e sport gratuiti per bimbi e giovani
- NAS Carabinieri: scoperti 281 medici e sanitari non vaccinati e irregolarmente al lavoro
- Dinamo Banco di Sardegna, domenica la sfida con la Virtus Bologna
- Sassari. Tre auto e un autocarro coinvolti in un incidente alle Gallerie Chighizzu sulla SS 131
- Coronavirus. In Sardegna sono 145 i nuovi casi registrati oggi: la metà in Provincia di Sassari
- Diramata allerta di avviso condizioni meteo avverse: neve, vento e mareggiate
- Sassari. La Polizia di Stato chiude due circoli ricreativi per violazione delle normative anti Covid
- Eccesso di velocità e guida in stato di ebbrezza: la Polizia Stradale di Sassari ritira 73 patenti
- Porto Torres, due arresti per spaccio, sequestrati oltre 300 grammi di marijuana, eroina e spinelli
- Claudio Rotunno al Gran Galà degli imprenditori italiani a Montecarlo
- Incendio al campo Rom di Piandanna a Sassari
- Nuova allerta meteo per rischio idraulico e idrogeologico su tutta la Sardegna
- Protezione Civile. Sulla Sardegna da stasera e fino a domani in arrivo aria fredda di origine polare

PUBBLICITÀ

- Prenotazione Hotel**
Room And Breakfast è un motore di comparazione hotel nato a Sassari. Scopri gli hotel in offerta in tutto il mondo.
- Autonoleggio Low Cost**
Trova con noi il miglior prezzo per il tuo noleggio auto economico. Oltre 6.500 uffici in 143 paesi in tutto il mondo!
- Crea sito web GRATIS**
Il sito più veloce del Web! Todosmart è semplice e veloce, senza sorprese. E-commerce, mobile e social. È realmente gratis!
- Noleggio lungo termine**
Le migliori offerte per il noleggio lungo termine, per aziende e professionisti. Auto, veicoli commerciali e veicoli ecologici.



sabato 27 novembre 2021

Mobile Accedi Registrati Newsletter Aggiungi ai Preferiti RSS

Cerca nel sito...

Prima Pagina **24 Ore** Appuntamenti Servizi Rubriche Video Vita dei Comuni
News Lavoro Salute Sostenibilità

LAVORO

Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani

26/11/2021 21:37

Tweet

Stampa Riduci Aumenta

Condividi



Roma, 26 nov. (Adnkronos/Labitalia) - Ci sarà sempre più digitale nel futuro del viaggio, non solo in chiave di esperienze virtuali, ma prima di tutto dal punto di vista della programmazione: i big data sono sempre più importanti per le politiche turistiche. E' quanto è emerso oggi, durante la terza giornata di Bto-Be Travel Onlife, evento leader per turismo e innovazione, in corso a Firenze. In occasione del

Destination Day tanti i rappresentanti di Comuni, Regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post-Covid. "Il futuro passa da decisioni sempre più data-driven. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori", dichiara Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company. "La sostenibilità - prosegue - rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni, per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute". A sposare la linea della sostenibilità anche la Svizzera. "Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su questo tema. Stiamo attraversando un momento epocale in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere", dice Federico Haas, presidente Hotellerie Suisse Ticino. Se la pandemia ha fatto riscoprire le vacanze all'aria aperta e il contatto con la natura, il Veneto sta puntando sul turismo lento. "E in particolare sul cicloturismo e sul sistema dei cammini - afferma Stefan Marchioro, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto - che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico". Il digitale si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. "Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la Toscana - rilancia Francesco Palumbo, direttore Fondazione Sistema Toscana - prima di tutto attraverso l'implementazione del portale Visittuscany.com, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico". Punta sul web anche la Puglia, "per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l'identità e la pugliesità sono al centro del nostro racconto online", conclude Bianca Bronzino, dell'Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione.

In primo piano Più lette della settimana

Covid. Sassari città: sono 126 le persone positive

Covid-19: flessione di nuovi casi in Sardegna, oggi sono 102

Sassari: la Rete Metropolitana incontra il viceministro Alessandra Todde

AOU Sassari: 12 sedute operatorie per abbattere le liste d'attesa in senologia

Arriva la neve in Sardegna

Dallo Stato 13mln di euro per combattere il rischio idrogeologico in Sardegna

Al via nel centro di Sassari "Frammenti di Sardegna - Arte, Musica e Cultura in Centro Cavour"

Scontro tra autobus e auto a Sassari: tre i feriti al pronto soccorso

Operazione "Carango": 327Kg di pesce sequestrati dalla Guardia Costiera di Alghero

Sardegna. Il Ministro Giovannini ha firmato i decreti per la nuova continuità aerea territoriale

Scontro tra autobus e auto a Sassari: tre i feriti al pronto soccorso

Lotta al Covid, a Sassari i cittadini segnalano una festa abusiva con un centinaio di persone

Allerta gialla nel Loguduro e in mezza Sardegna: violente precipitazioni a Sorso

Sassari: locali pubblici al setaccio per le violazioni norme Covid: quattro gli esercizi sanzionati

Serie D, la Torres batte il Muravera 4-0

Bollettino Covid in Sardegna: oggi 87 nuovi contagi, 48 sono in provincia di Sassari

Coronavirus. In Sardegna 206 i nuovi casi: 73 in provincia di Sassari. Picco a Nuoro con 46 casi

Covid-19 in Sardegna: oggi 129 nuovi casi sull'isola e un decesso nel sassarese

E-mobility: offerte speciali di auto elettriche valide solo per la Sardegna

"Codice rosso": divieto di avvicinamento per un 18enne che perseguitava la ex

PUBBLICITÀ

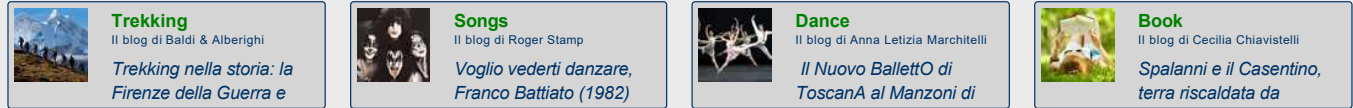


Prenotazione Hotel
Room And Breakfast è un motore di comparazione hotel nato a Sassari. Scopri gli hotel in offerta in tutto il mondo.



Autonoleggio Low Cost
Trova con noi il miglior prezzo per il tuo noleggio auto economico. Oltre 6.500 uffici in 143 paesi in tutto il mondo!

Link: <https://www.stamptoscana.it/firenze-il-pil-e-cresciuto-nel-2021-di-oltre-il-7-per-cento/>



Firenze: il Pil è cresciuto nel 2021 di oltre il 7 per cento

Economia

redazione | Mercoledì 22 Dicembre, 2021 - 15:08 | 19 | 0 Commenti

Camera, Commercio, Export, firenze, imprese, Leonardo Bassilichi, Pil, servizi



Firenze – **L'economia della città metropolitana di Firenze crescerà di oltre 7 punti percentuali nel 2021 (+7,2%, un punto in più della media nazionale)**, dopo due anni di flessione (-10,5% nel 2020 e -0,4% nel 2019, sotto la media nazionale), con la prospettiva di mantenere un trend sostenuto anche nel 2022 (+4,4%). Questi numeri, elaborati dall'Ufficio studi della Camera di commercio di Firenze (fonte Prometeia), sono stati illustrati oggi in conferenza stampa dal presidente della Camera, **Leonardo Bassilichi (foto)**, e dal segretario generale **Giuseppe Salvini**, che hanno anche confermato l'impegno economico dell'Ente in favore delle imprese e dell'economia locale, circa 5 milioni nel 2022, in linea con il 2021, nonostante una consistente riduzione delle entrate (causa pandemia) nei conti del bilancio camerale.

A trainare il miglioramento del quadro economico dell'area metropolitana sono soprattutto le esportazioni, che quest'anno cresceranno del 20,1% (-15,7% nel 2020), ma anche i consumi delle famiglie fanno registrare un incoraggiante +5,7% dopo il crollo dello scorso anno (-12,8%). Invariato l'indice di produttività del lavoro, da sempre punto debole dell'economia toscana, e sostanzialmente stabile il tasso di disoccupazione (6,6%) che, a causa anche della crescente difficoltà di reperimento delle professionalità sul mercato del lavoro (45,2%), non dovrebbe ridursi nei prossimi anni (6,8 la stima per il 2022 e 6,7 per il 2023). In ripresa gli investimenti: +14,3% quest'anno e +6,7% il prossimo.

La Camera di commercio, da parte sua, conferma per il prossimo anno l'impegno economico messo in campo nel 2021, con circa 5 milioni che, sia direttamente (attraverso i bandi) che indirettamente (con i servizi camerale e di PromoFirenze), andranno a sostegno della crescita di imprese e professionisti del territorio.

"Siamo la 'casa delle imprese' – dice Bassilichi – e lavoriamo insieme alle altre istituzioni per migliorare l'attrattività e l'efficienza del territorio, sul fronte della formazione, del lavoro e dei progetti in grado di sostenere la crescita dell'economia: dobbiamo puntare su poche iniziative ma d'impatto, sfruttando anche il clima di collaborazione che si è creato in questi mesi tra tutti gli attori del territorio". Per Salvini, "manifestazioni come **BuyWine**, **BuyFood** e **Bto**, realizzate grazie all'impegno di PromoFirenze e Regione, sono l'esempio di come si possa promuovere con successo le nostre eccellenze, coniugandole con un'azione di marketing territoriale e quindi anche con il turismo. Questo è carburante nel motore della ripresa – aggiunge Salvini – al quale affianchiamo i servizi gratuiti e le consulenze per far nascere nuove imprese, per la crescita digitale di attività e professionisti e per l'internazionalizzazione attraverso il progetto Exporthub".

Per quanto riguarda i servizi alle imprese, nel corso del 2021 la Camera di commercio di Firenze, tra le altre cose, ha effettuato quasi 28mila aperture di cassetti digitali e rilasciato 12.704 dispositivi di firma digitale oltre a 16mila certificati di origine (necessari per esportare prodotti), di cui 15mila stampati direttamente in azienda. Il Punto impresa digitale (Pid) della Camera ha assistito circa mille aziende ed erogato bandi voucher impresa 4.0 per 160 imprese. Sono stati più di 5mila gli studenti coinvolti nei programmi di orientamento fatti nelle scuole superiori. E il progetto Exporthub di PromoFirenze ha permesso di offrire oltre 1.100 servizi di sviluppo e promozione all'estero e 129 consulenze specialistiche gratuite, grazie anche a 12 accordi con partner internazionali.



Condividi



Gallery

Maurizio Berlincioni fotografo
Firenze - sabato 19 gennaio dalle ore 11...
venerdì 18 Gennaio - 10:03

Felice 2019!
Firenze - 30 dicembre 2018 - Felice 2019...
domenica 30 Dicembre - 00:52

Leggi tutto Gallery

Innovazione



Giornata dello spazio: l'eccellenza delle aziende toscane martedì 14 Dicembre - 11:26

Pisa - Spettrometri, sensori e tanti altri congegni montati sui satelliti perché funzionino al meglio. Velivoli che...

Premio Città di Firenze sulle Scienze Molecolari ad Alberto Mantovani
Firenze - Va al professor Alberto Mantov...
lunedì 6 Dicembre - 16:47

Leggi tutto Innovazione

Sport



Alla Toscana tre gare del campionato italiano di triathlon mercoledì 22 Dicembre - 15:22

Firenze - La Fitri, federazione italiana del triathlon, per le gare del calendario 2022 ha infatti scelto tre local...

Boxe: Leonardo Esposito campione italiano assoluti élite
Firenze - I Verdi di San Giovanni festeg...
lunedì 20 Dicembre - 15:17

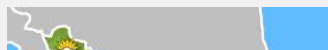
Leggi tutto Sport

Segui StampToscana

Tweets!

Meteo Toscana

Stamptoscana



WEB

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

StyLise

MSC BELLISSIMA

LA PIÙ BELLA NAVE DEL MONDO

HOME TREND LIFESTYLE BEAUTY BENESSERE FOOD E DRINK ARTE E CULTURA TRAVEL SVAGO

Home > Web TV > Boom del turismo enogastronomico in Italia



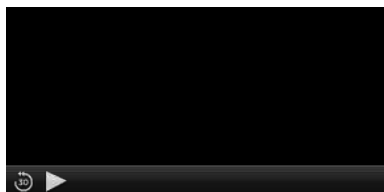
Boom del turismo enogastronomico in Italia

BY REDAZIONE STYLISE.IT 30 NOVEMBRE 2021

11 0

MUST READ

Boom per il turismo enogastronomico in Italia nel 2021. Tra gennaio e ottobre, il Belpaese è primo tra le mete più golose nel mondo, seguito da Francia e Giappone. È quanto emerge da una ricerca Ipsos e dalle tendenze presentate da Google nel corso di BTO – Be Travel Onlife.



mgg/sat/red

Pecoraro Scania incontra Armao: "C'è impegno per Zone franche montane"

Web TV

Sanità, Zingaretti: "La Regione Lazio oggi è un modello da seguire"

Web TV

Gemelli Giglio Medical Partnership, Razza: "Colmato vuoto in Sicilia"

Web TV

Covid, De Luca: "In Campania altri 5 contagiati da variante Omicron"

Web TV

Covid, 12.764 nuovi casi e 89 decessi in 24 ore

Top News

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: <http://www.supertvoristano.it/2021/11/30/boom-del-turismo-enogastronomico-in-italia/>

Mar. Nov 30th, 2021

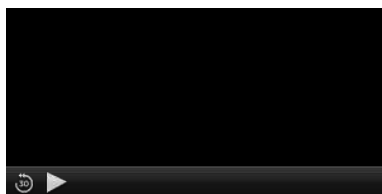


SUPERTV
Oristano



- HOME PAGE
- CHI SIAMO
- DIRETTA TV
- TELEGIORNALE
- TG LIS
- ITALPRESS
- PROGRAMMI
- PALINSESTO
- CONTEST FOTOGRAFICI
- TEST HD
- CONTATTI

Boom del turismo enogastronomico in Italia



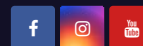
Boom per il turismo enogastronomico in Italia nel 2021. Tra gennaio e ottobre, il Belpaese è primo tra le mete più golose nel mondo, seguito da Francia e Giappone. È quanto emerge da una ricerca Ipsos e dalle tendenze presentate da Google nel corso di BTO – Be Travel Onlife.
mgg/sat/red

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Cerca



SUPERTV Oristano



Proudly powered by WordPress | Tema: Newsup di Themeansar.

- Homepage
- Chi siamo
- DIRETTA TV
- Telegiornale
- Tg Lis
- Italpress
- Programmi
- Palinsesto
- Contest fotografici
- Test Hd
- Contatti

Link: <https://www.takethedate.it/Eventi/29486-13a-edizione-di-bto-be-travel-onlife.html>



TAKE THE
DATE

HOME

EVENTI

INSERISCI EVENTO

PROMUOVI EVENTO

CALENDARIO

LOGIN

CONTATTI

Cerca per città, relatore, parola chiave



GOING

INTERESTED

NOT GOING

13a edizione di Bto - Be Travel Onlife

📅 24.11.2021 10:00 - 30.11.2021 10:20

📍 Palazzo Vecchio Firenze

📁 Categorie: Enti Locali

🏷️ Tags: [Viaggiare](#), [turismo](#)

👁️ Visite: 60

OPZIONI ▼

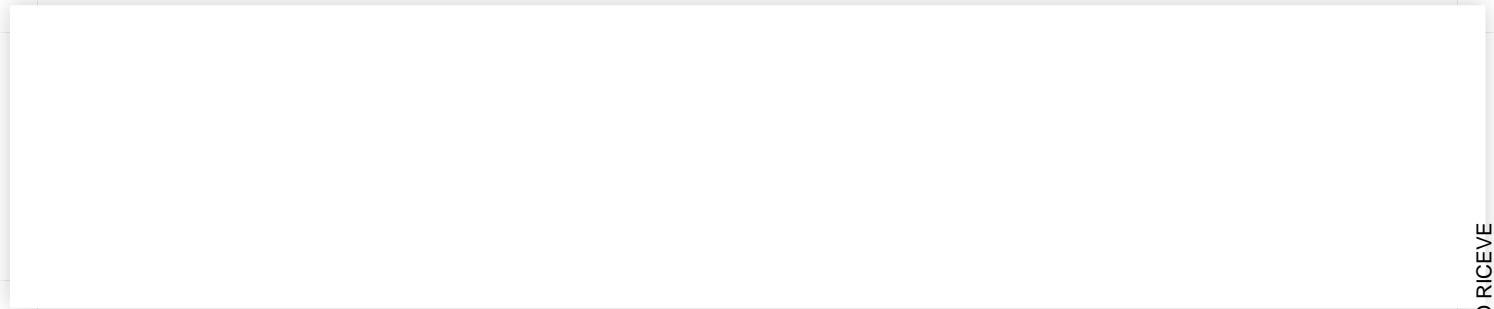
Sta per tornare a Firenze, in presenza e online, BTO, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa **13a edizione** ha scelto un **payoff tutto nuovo** – "**Be Travel Onlife**".

BTO2021 si snoderà in **5 giornate tematiche** – **24, 25, 26, 29 e 30 novembre** – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i **più importanti player del settore**, alcuni interverranno in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di **ologramma**.

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.

Tweet



CATEGORIE



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

ISCRIVITI AI NOSTRI CANALI TELEGRAM



AGRIFOOD

Il canale segnala tutti i gli eventi
a tema Agrifood



ENERGIA E AMBIENTE

Il canale segnala tutti i gli eventi
a tema Energia e Ambiente



SANITÀ

Il canale segnala tutti i gli eventi
a tema Sanità



POLITICA

Il canale segnala tutti i gli eventi
a tema Politica



ECONOMIA

Il canale segnala tutti i gli eventi
a tema Economia

TAKE THE DATE

Nata da un progetto di Nomos Centro Studi Parlamentari, Take the Date è la prima piattaforma che pubblicizza tutti gli eventi politico-economici di rilievo che si tengono ogni giorno in Italia

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Iscriviti alle newsletter di takethedate.it e ricevi ogni settimana una mail con i principali appuntamenti a tema sanità, politica, economia, energia e ambiente, webinar, agrifood, TLC

News ▾ Mezzogiorno d'Italia Sport ▾ Rubriche ▾ Speciali Abbonamenti

Buonasera

Area Riservata



27 Novembre 2021 - Ultimo aggiornamento il: 27 Novembre 2021 alle 07:37:00

ULTIM'ORA



- 07:37 **Covid oggi India, 8mila contagi: dato più basso in 541 giorni**
- 22:54 **Tim: Cda avvia le attività per esame manifestazione interesse non vincolante Kkr**
- 21:52 **Petrolio: a New York chiude in forte calo di 10 dlr, si colloca a 68,15 dollari**
- 21:37 **Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani**
- 21:37 **Turismo: archeologico, verde e subacqueo, la nuova esperienza di viaggio alla Bmta**
- 21:33 **Dhl express Italy, 900 assunzioni per gestire picco ordini di Black friday e Natale**

LAVORO venerdì 26 Novembre 2021

Turismo: Bto, sostenibilità e big data al centro delle policy turistiche di domani

AdnKronos 0

f Facebook

Twitter

Roma, 26 nov. (Adnkronos/Labitalia) – Ci sarà sempre più digitale nel futuro del viaggio, non solo in chiave di esperienze virtuali, ma prima di tutto dal punto di vista della programmazione: i big data sono sempre più importanti per le politiche turistiche. E' quanto è emerso oggi, durante la terza giornata di Bto-Be Travel Onlife, evento leader per turismo e innovazione, in corso a Firenze. In occasione del Destination Day tanti i rappresentanti di Comuni, Regioni e territori che si sono confrontati sulle strategie di rilancio post-Covid.

“Il futuro passa da decisioni sempre più data-driven. Essere consapevoli dei dati e saperli maneggiare è sempre più importante per posizionarsi su temi che risultano dirimenti dal punto di vista delle scelte dei viaggiatori”, dichiara Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company. “La sostenibilità – prosegue – rappresenta oggi un aspetto trainante nell'organizzazione di un viaggio. Abbiamo lavorato su questo aspetto per fornire un quadro sulla sostenibilità reale delle destinazioni turistiche: la maggior parte delle certificazioni verdi sono autocertificazioni, per la nostra analisi, invece, abbiamo elaborato indicatori reali che misurano dati normalmente frammentati, come ad esempio la presenza di verde, la concentrazione urbana, il traffico, la salute”.

A sposare la linea della sostenibilità anche la Svizzera. “Stiamo spingendo affinché tutta la filiera del turismo possa rispettare i criteri di attenzione all'ambiente e lavorare in sinergia su

WEB

OGGI CUCINO IO



CLICCA QUI

GIOIELLERIA
MONEY MONEY & ORO

VENDERE o COMPRARE
MONETE e LINGOTTI D'ORO
...DA NOI SI PUÒ

MONEY MONEY & ORO
unica società di Taranto autorizzata
alla COMPRAVENDITA di ORO di INVESTIMENTO

Solo nelle nostre sedi di TARANTO:
Viale Duca D'Aosta, 25 (V.le della Stazione)
V.le Virgilio, 55/A - Via Emilia, 101

TEL: 099 4704524 - 347 1572735
moneymoneyoro@gmail.com

Consulta l'elenco degli Operatori Professionali in Oro autorizzati su: www.bancaditalia.it

questo tema. Stiamo attraversando un momento epocale in cui è necessario che ci prendiamo un rischio per cambiare. Non solo un rischio economico, ma anche in termini di nuove idee da coltivare e promuovere", dice Federico Haas, presidente Hotellerie Suisse Ticino.

Se la pandemia ha fatto riscoprire le vacanze all'aria aperta e il contatto con la natura, il Veneto sta puntando sul turismo lento. "E in particolare sul cicloturismo e sul sistema dei cammini – afferma Stefan Marchioro, responsabile progetti territoriale e governance del turismo Regione Veneto – che stiamo rivedendo per avvicinare anche i neofiti, ad esempio attraverso tappe più brevi e percorsi attrezzati, anche dal punto di vista tecnologico".

Il digitale si conferma fondamentale per la gestione dei flussi turistici. "Sarà un anno di grande trasformazione degli strumenti digitali per la Toscana – rilancia Francesco Palumbo, direttore Fondazione Sistema Toscana – prima di tutto attraverso l'implementazione del portale Visituscany.com, che metterà in stretto dialogo pubblico e privato nella valorizzazione del nostro patrimonio turistico".

Punta sul web anche la Puglia, "per raccontare il territorio attraverso le storie di chi fa quel territorio: l'identità e la pugliesità sono al centro del nostro racconto online", conclude Bianca Bronzino, dell'Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione.

f Facebook

Twitter

Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non verrà pubblicato.

Nome*

Email*



Do il mio consenso affinché un cookie salvi i miei dati (nome, email, sito web) per il prossimo commento.

Commento*

INVIA COMMENTO

TI POTREBBERO INTERESSARE ANCHE

LAVORO



Treu (Cnel):
"Contrattazione collettiva
valuti impatto tecnologie
e sicurezza"

AdnKronos 0

Roma, 28 ott.
(AdnKronos/Labitalia) – "Nella
contrattazione collettiva c'è un
contesto normativo europeo in
cui si sta valutando l'impatto
delle tecnologie sulla
legislazione. Sul...

LAVORO



**Activia al fianco
delle donne con
Act4Change**

AdnKronos 0

Milano, 12 ott.
(AdnKronos/Labitalia) – Dare
un supporto attivo alle donne
che sono state colpite dalla
crisi, fino a perdere il lavoro a
causa...

LAVORO



**Un anno
dall'ingresso di Valagro
in Syngenta, Ceo Natale:**
"Mantenuta la nostra
identità"

AdnKronos 0

Roma, 2 nov.
(AdnKronos/Labitalia) – "Un
anno dopo il nostro ingresso
in Syngenta Group, posso dire
nella più completa sincerità di
esserci pienamente

WEB



ABBONAMENTI



BUONASERA SUD



ADNKRONOS



I NOSTRI VIDEO



CUCINA E SAPORI



Link: <https://www.teatrionline.com/2021/11/bto-be-travel-onlife/>



Home Prosa Opera Danza/Balletto Musica/Concerto Intervista Festival/Rassegna Film/Cinema Partner/Convenzioni

Home > Evento > **BTO – Be Travel Onlife**

Evento

BTO – Be Travel Onlife

Al via il 24 novembre con l'Opening Day in Palazzo Vecchio ,

By Redazione2 - 22 Novembre 2021

102

Share on Facebook

Tweet on Twitter

G+

P

Search here...



ARTICOLI/RECENSIONI

Recensioni/Articoli
I diari della guerra

Recensioni/Articoli
"Bros – Il potere di una violenta bellezza"

Recensioni/Articoli
Al teatro del Grillo "Re Pippuzzu fattu a manu" incanta il...

Danza/Balletto
Curated by Carlos – Triple Bill

INTERVISTE

Intervista
Incontro con Dario Ballantini

Intervista
Enrico Deregibus incontra Mario Venuti per Officina Pasolini

Intervista
Due chiacchiere con Viviana Simone Attrice e Regista.

Intervista
Intervista con Dorella Romagnoli

CERCA TEATRI:

Search

LIBRI

Mancano ormai poche ore al via ufficiale della 13a edizione di **BTO – Be Travel Onlife** in programma il **24 novembre** nel **Salone dei Cinquecento** di **Palazzo Vecchio**, a **Firenze**. Tra i protagonisti della giornata inaugurale che potrà essere seguita eccezionalmente anche **online sui canali Facebook e Youtube di BTO**, ci saranno anche gli **ologrammi**. La manifestazione dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a Firenze, volge da sempre il suo sguardo sull'evoluzione del binomio tra turismo e innovazione, e anticipa i trend ancora prima che le nuove mode si affermino. Come accadde anni fa per la diffusione del fenomeno Airbnb, passando dai robot umanoidi con funzioni di concierge fino ai chip sottopelle in grado di aprire la porta della camera in hotel. **BTO2021 si snoderà in altre 4 giornate tematiche – 25, 26, 29 e 30 novembre** – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i **più importati player del settore**. **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**.

L'Opening Day del **24 novembre** si aprirà con gli interventi del ministro del Turismo **Massimo Garavaglia**, del presidente della Regione Toscana **Eugenio Giani** insieme all'Assessore comunale al Turismo **Cecilia Del Re**, al presidente della Camera di Commercio di Firenze **Leonardo Bassilichi** e al direttore scientifico di BTO2021 **Francesco Tapinassi**, per poi entrare nel vivo con la sessione **"Visione"**, che vedrà sul palco ospiti nazionali e internazionali tra cui **Valentina Superti** DG Grow – Commissione Europea, **Maud Bailly** di Accor e **Jane Sun** di Trip.com Group. Nel pomeriggio al via la sessione **"Focus"**, in cui i

WEB

Link: <https://www.teatrionline.com/2021/11/programma-bto-week/>



Home Prosa Opera Danza/Balletto Musica/Concerto Intervista Festival/Rassegna Film/Cinema Partner/Convenzioni

Home > [fiera](#) > Programma [Bto week](#)

fiera

Programma [Bto week](#)

Nella giornata di apertura in Palazzo Vecchio, 24 novembre

By Redazione2 - 12 Novembre 2021

37

Share on Facebook

Tweet on Twitter

G+

P

24 NOVEMBRE, OPENING DAY – Nella giornata di apertura in Palazzo Vecchio, ad intervenire per la prima volta in Italia, Maud Bailly, CEO per il Sud Europa di AccorHotels che delineerà la sua visione per un'hotellerie sempre più smart e digitale. Insieme a lei Harriet Green, Global Business Leader ed ex CEO di Thomas Cook, che illustrerà la sua visione sul futuro del travel e su come superare le barriere, soprattutto mentali, che non

favoriscono l'innovazione. L'edizione ibrida di [BTO](#) consentirà poi di parlare con i principali esponenti delle OTA e dell'advertising online. Da Jane Sun, AD di Ctrip.com Limited, che porterà i suoi saluti a Firenze in video, ad Ashley Dudarenok, principale esperta di marketing e strumenti digitali nel mercato cinese, che intervverrà in collegamento sulle innovazioni nel turismo in Cina. Sempre in tema di web marketing, una delle voci più autorevoli, Aleyda Solis, darà i suoi consigli ai siti di destinazione, per non perdere appeal, traffico e potenziali clienti nei motori di ricerca.

Per il tema "Destination" avremo la presenza del collettivo artistico teamLab, l'avanguardia globale delle esperienze artistiche digitali e immersive legate alla cultura. TeamLab è composto da vari specialisti come artisti, programmatori, ingegneri, animatori CG, matematici e architetti la cui pratica collaborativa si trova all'intersezione tra arte, scienza, tecnologia, design e mondo naturale. Sono i creatori di opere d'arte immersive per raggiungere un nuovo pubblico e costruire nuove destinazioni turistiche.

Non mancheranno poi Miguel Neves, Editor in Chief di Event MB, brand di Skift, una delle fonti di travel intelligence più autorevoli al mondo e Manuel Alejandro Cardenete, viceministro del turismo di Andalusia e presidente di NECSTour. A completare il quadro degli ospiti del topic "destination" Valentina Superti, direttrice della DG Grow Tourism and Proximity, Digitalization della Commissione Europea, Roberta Garibaldi, AD di ENIT e Gabriele Burgio, AD di Alpitour.

Confermano la loro presenza nel filone "hospitality" Giovanna Manzi, CEO di Best Western Italia, Oliver Winter, CEO e fondatore di A&O Hostels, Charlie McGregor, fondatore di The Student Hotel. Ragioneranno sulle innovazioni per un mondo frictionless e racconteranno le sensibilità emergenti delle nuove generazioni in viaggio. Rispetto alle tematiche "food & wine" sul palco lo chef Herbert Hintner, testimonial del progetto di valorizzazione della ristorazione italiana all'estero e Stefano Mosca, direttore della Fiera internazionale del Tartufo Bianco d'Alba che parlerà di sostenibilità partendo dalla ristorazione e dai prodotti agroalimentari.

25 NOVEMBRE, DIGITAL STRATEGY E INNOVATION – La giornata del **25 novembre** si snoda su due direttrici. La prima è quella del mercato, si indagherà cioè su quali sono le nuove esigenze dalla distribuzione OTA con Alberto Yates Regional Manager di Booking.com, della mobilità con Renzo Iorio, CEO di Nugo SPA, passando per tour ed esperienze virtuali vs reali con Marta Barberini, Senior Marketing Account Manager di GetYourGuide e la gamification

Search here...



ARTICOLI/RECENSIONI

Recensioni/Articoli

Fatto "Trenta, fece trent'uno" ... ecco la storia di un uomo...

Recensioni/Articoli

"Il barbiere di Siviglia", al Teatro comunale di Bologna

Recensioni/Articoli

Tutto Brucia – il nuovo spettacolo di Motus

Recensioni/Articoli

Gioinezza obbligatoria

INTERVISTE

Intervista

Incontro con Dario Ballantini

Intervista

Enrico Deregibus incontra Mario Venuti per Officina Pasolini

Intervista

Due chiacchiere con Viviana Simone Attrice e Regista.

Intervista

Intervista con Dorella Romagnoli

CERCA TEATRI:

Search

LIBRI

delle grandi città con Alex Govoreanu, CEO di questoapp.com. Il secondo filone è quello della strategia digitale per approfondire gli strumenti pubblicitari per le imprese del travel e metterli a sistema. Da non perdere il doppio incontro su Google e Facebook/Instagram advertising a cura dell'agenzia Twow e Adrias Online, con il coordinamento di Luca Bove, per guidare al meglio gli investimenti pubblicitari in questa ripresa. Torna il momento di approfondimento sul video advertising, alla ricerca del 'viral factor' che rende un contenuto vincente, assieme a Francesco Sommariva, Head of Growth Accounts, TikTok Italy e la video blogger Francesca Ruvoli (nota come "wildflowermood") con Elena Farinelli, moderatrice dello slot. Si parlerà anche di piattaforme vocali, dal podcasting a Clubhouse, a cura di Roberta Milano con Patrizia Pellegrini di Bumboo. La design experience "onlife" per evitare le consuete frizioni tra online ed esperienza di soggiorno reale, verrà affrontata nell'incontro a cura di Antonio Maresca, Luca Vescovi e Letizia Ciaccafava, nel momento dedicato ai motori di ricerca e alla SEO di Gianluca Fiorelli e in quello sulla marketing automation, a cura di Ada Bosco di Active Campaign. Ampio approfondimento sugli open data del travel per capire come possono essere utilizzati e sull'accesso agli strumenti digitali per la piccola e media impresa. Il tema verrà esplorato nei panel scientifici a cura di Valeria Minghetti (Ciset), con l'intervento della responsabile Dati e dei Processi Istat, Anna Scannapieco, e nel round table a cura di Rodolfo Baggio con Giorgia Lodi e Ilaria Vitiello, tecnologiche ed esperte di open government data. Un round table di best cases nazionali cercherà invece di tracciare lo stato delle PMI del turismo nell'adozione delle tecnologie, a cura dello sportello PID – punto impresa digitale della Camera di Commercio. A seguire, sulla gestione e il trattamento dei dati sensibili interverranno Antonio Procopio founder di Digital-hub, Giacomo del Chiappa (Uniss), Deborah Bianchi e Chiara Leoni, legali esperte di IT & Data Protection Law, nell'incontro moderato da Edoardo Colombo, esperto di trasformazione digitale nella PA e delle imprese.

26 NOVEMBRE, DESTINATION – Dalla mobilità sostenibile ad esempi di destinazioni virtuose nell'ambito della rigenerazione urbana e culturale, dall'importanza dei dati e del digitale per una fruizione "frictionless" dei territori fino a temi caldi come accessibilità ed inclusività del turismo, passando per l'efficacia dei media di viaggio digitali e temi specifici come il **segmento M.I.C.E., il city quitting, la workation e il ritorno ai borghi**. Tra i panel da segnalare quello in cui viene trattata **la rigenerazione dei quartieri partendo dalla comunità locale**, nuovi spazi come luoghi di coinvolgimento e creazione di cultura. Skinder Hundal, Director of Arts del British Council, porterà l'esempio del Nottingham Creative Quarter, in Inghilterra, best practice internazionale per la rigenerazione urbana in chiave culturale e creativa.

Altro tema che abbiamo imparato a conoscere negli ultimi mesi e che verrà affrontato durante la giornata "destination" è quello dello smart working. Se ne parlerà nel panel "Da remote working a remote living, i nuovi residenti temporanei delle destinazioni", in cui si esplorerà il passaggio da luoghi per lo smart working in cui poter solo lavorare a veri e propri hub di opportunità per il "vivere da remoto", innalzando il concetto di city marketing e accogliendo i visitatori offrendo loro la possibilità di sentirsi veri e propri "residenti temporanei" delle destinazioni che visitano. Vi saranno esempi di destinazioni italiane ed estere che hanno puntato sul target dei lavoratori agili per rilanciare il proprio territorio, come ad esempio Daniel Goebel fondatore della Digital Nomad Association Malta & CoCoHub e Patrizio Ambrosetti – fondatore di cootel.co. Jenni Romaniuk, ricercatrice sud australiana dell'Istituto Ehrenberg-Bass dell'Università di Adelaide, presenterà per la prima volta a livello globale l'applicazione del concetto di disponibilità mentale applicato ad una speciale tipologia di marca: la destinazione turistica. In occasione del panel dedicato alla Toscana, infine, saranno presentati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di visittuscany.com, la struttura del futuro Destination Management System regionale e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione.

29 NOVEMBRE, FOOD & WINE – Il turismo enogastronomico è in crescita e la presenza di esperienze legate all'enogastronomia risulta importante per il 71% delle persone quando scelgono la meta di viaggio. Da qui nascono i due obiettivi della giornata: da una parte fornire chiavi di lettura del cambiamento in atto con le interviste al direttore creativo del Padiglione Italia a Expo Dubai, Davide Rampello, e alla filosofa Maura Gancitano che aiuterà a capire come mantenere la nostra centralità e non venire usati da tecnologie e digitale; in secondo

Libri

Nulla di certo di Vito Parisi

Redazione2 - 12 Novembre 2021

«Io sono la tua risposta, Settimio. E tu sei la mia. Siamo inevitabili tutti e due. Se tu perdi, perdo io. E se perdo io, tu...

FILM/CINEMA

Film/Cinema

"Frida Kahlo" Ali Ray

Film/Cinema

La ragazza di Stillwater

Film/Cinema

Marco Aceti in "Lettera H"

Festival/Rassegna

Casa del Cinema, al via Heroes International Film Festival

CINEMA TWEET

Altro

Cineteca Milano – classici restaurati

Redazione2 - 26 Agosto 2021

CLASSICI RESTAURATI OMAGGIO A LILIANA CAVANI E AL SUO CINEMA IRREQUIETO Dal 27 agosto 2021
Liliana Cavani Rivoluzionaria, impegnata, scandalosa. Cineteca Milano omaggia la grande Liliana Cavani con due...

SERIE E PROGRAMMI TV

luogo, dare strumenti concreti, stimoli e idee per agire nell'immediato. Importante, quindi, la presenza dei grandi player della comunicazione digitale: Google, con Fabio Galetto, parlerà delle novità nelle ricerche sul tema sostenibilità, Facebook-Instagram, con Danilo Campisi, spigherà le nuove funzionalità di promozione per ristoranti e imprese locali; TikTok, con Giuliano Cini, Brand Lead TikTok Italia e Gabriele Colasanto di Mondadori Media per raccontare il boom nel mondo food. Di sostenibilità si parlerà anche con Ipsos, che presenterà una ricerca aggregando dati internazionali e nazionali riletti in chiave turistica. Ma l'innovazione non è solo digitale: parleremo di comunicazione con il Consorzio del Parmigiano Reggiano che ha recentemente prodotto un mediometrageo modificando linguaggi, contenuti e pianificazioni tradizionali. Tra gli altri i temi il vino e l'enoturismo, con Merano Wine Festival, Prosecco DOCG, [BuyWine](#) e il Tempio del Brunello; i grandi eventi della ristorazione – The World's 50 Best Restaurants e le Guide Michelin – indagando legami e ricadute sul turismo; la tracciabilità dei prodotti alimentari e le soluzioni tecnologiche che ci aiutano a creare legame univoco con il territorio e combattere la contraffazione; la pizza come destinazione e il peso del riconoscimento [UNESCO](#): il food delivery, il branding dei ristoranti, anche quelli interni agli hotel. Si affronterà anche il tema del momento, la carenza di personale per hotel e ristoranti, Tra gli ospiti il vicepresidente per il patrimonio immateriale [Unesco](#), Pier Luigi Petrillo, gli chef Cesare Battisti e, da New York, Riccardo Orfino, poi Simone Bonini (Carapina), Lapo Cianchi direttore comunicazione & eventi di Pitti Immagine, insieme ai giornalisti Luciano Pignataro, Anna Prandoni e Massimiliano Tonelli. Tra le aziende che si occupano di tecnologia e ricerca intervengono Motion Analytica, Vodafone, Var Group, GS1 Italy, Data Appeal. Tra le startup del food non mancheranno Restworld e Soplaya. Tra le destinazioni presenti in [BTO](#): VisitFlander, VisitMonaco, Emilia-Romagna, Friuli Venezia Giulia, Puglia, Visit Langhe Monferrato e Roero e Parma che, insieme alla Toscana, racconteranno le strategie per il turismo enogastronomico.

30 NOVEMBRE, HOSPITALITY – Protagonista è la gentilezza, requisito indispensabile nell'ospitalità. Se ne discuterà in due declinazioni, con panel a cura di Gianluca Borgna GM di Talassio Collection: nel marketing, dove **"Non c'è più spazio per gli squali"** con Attilio Azzola owner gruppo Cocoon e Dario Chirichigno Communication Manager di TIM, e nella leadership, in **"People Make the difference"** in cui intervengono Giampaolo Grossi GM di **Starbucks** e Valentina Orru Regional HR Director **Rocco Forte**. Ci sarà spazio poi per l'accoglienza frictionless di gruppi come Keesy, Vicky, Welcomeasy e il confronto con l'accoglienza tradizionale in "Il sorriso della tecnologia". Si parlerà di ripartenza post covid e di come trovare personale adeguato nel panel "Recruiting: l'unica regola è che non ci sono regole" costruito da Beppe Messina, esperto di Hospitality Business Development, con Enrica Tomei Talent & Culture, Internal Communication e CSR Manager in Accor per Italia, Grecia, Malta e Israele, Francesco Biacca CEO at Evermind, Daniel Franchi albergatore a L'Aquila e docente.

New entry in [BTO 2021](#) uno spaccato dedicato alla formazione. Se ne discuterà in "Come diventare leader in hospitality. Quale formazione" con Vanessa Balouzet VP Transformation & Strategic Partnerships della Swiss Education Group, Giancarlo Carniani Founder HIA, Magda Antonioli direttore Master in Economia del Turismo Università Bocconi, Federico Samaden (Ospitalia). Da non perdere poi "Travel is coming Home. Come vincere le sfide future dell'extralberghiero" con Domenico Palladino, giornalista e digital marketing & news design, Karin Venneri di Wonderful Italy e Startup turismo, Marco Celani di Italianway, Giambattista Scivoletto di bed-andbreakfast.it. Infine, due panel molto tecnici sulle strategie di sopravvivenza e il caos dei pagamenti elettronici nella ricettività come "Squid Game Hotel Strategies" e SCARy bookings", ideati da Nicola Zoppi CEO e founder Mind Lab Hotel.

Maggiori informazioni www.bto.travel

[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

Comico/Satira

"Zelig"

Redazione1 - 2 Novembre 2021

SEI SERATE DI COMICITÀ DAL VIVO CON CLAUDIO BISIO E VANESSA INCONTRADA TAM - TEATRO ARCIMBOLDI MILANO DA VENERDÌ 12 A SABATO 20 NOVEMBRE 2021 E PRESTO IN...

Sistema Toscana.

Media Partner: Travel Quotidiano, Guida Viaggi, L'agenzia di Viaggi, Trend, Quality Travel, Turismo&Attualità, Travel World e Pop Economy.

SHARE



Facebook



Twitter



G+



P

Previous article

"Sonia e Alfredo" la fiaba contemporanea

Next article

La scuola di guida

Redazione2

<http://www.teatronline.com>

RELATED ARTICLES

MORE FROM AUTHOR

fiera

La Fiera delle Lane



Direzione, Redazione e Amministrazione Mas Communication srl Via U. Corsi, 33 50141 Firenze - Tel. 055 4289043.
Capitale sociale 20.000 € - P.I. 05571630481 - Powered by Simone Rompietti Sr Web Freelance

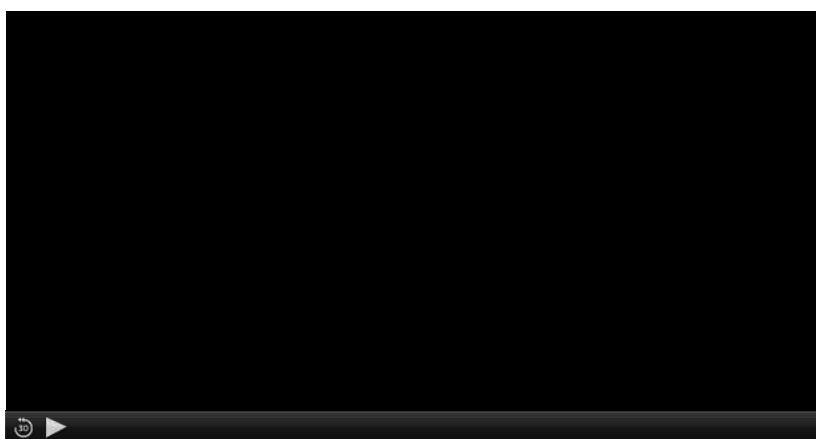
Contact us: redazione@teatronline.com - redazione2@teatronline.com



Boom del turismo enogastronomico in Italia



Redazione | martedì 30 Novembre 2021 - 16:37



Boom per il turismo enogastronomico in Italia nel 2021. Tra gennaio e ottobre, il Belpaese è primo tra le mete più golose nel mondo, seguito da Francia e Giappone. È quanto emerge da

una ricerca Ipsos e dalle tendenze presentate da Google nel corso di BTO – Be Travel Onlife.

mgg/sat/red

Tag:

Altre dalla home

SEGNALAZIONI ←
AL 366.8726275

**Buca pericolosa sul
viale Giostra**

**Cassette di legno
abbandonate sul viale
Europa?**

**Marciapiede
impraticabile in via
Nicotra**

sommario

OGGI

Il 'vecchio' Piano di sviluppo rurale si allunga al ...

OGGI

Porto di Livorno, traffici in risalita (ma -5,7% sul ...

OGGI

«Il D1 Infrastrutture colpisce le imprese»

OGGI

Turismo, la Toscana è ancora sotto del 44% sul ...

OGGI | 8 NOVEMBRE 2021 22:24



Turismo, Bto mantiene il nome ma cambia formula

Nell'ultima edizione della Bto, la rassegna dedicata al turismo online (11-12 febbraio 2020 alla Stazione Leopolda di Firenze), erano affiorate le prime preoccupazioni per le conseguenze del coronavirus in arrivo, anche se nessuno aveva immaginato gli effetti devastanti che poi ci sarebbero stati (anche) sul turismo mondiale.



La Toscana è stata una delle regioni italiane più colpite da questo tsunami, soprattutto per la forte presenza di turisti extraeuropei (oggi quasi scomparsi), e ora si trova a ripartire con più difficoltà e più danni: nei primi otto mesi di quest'anno le presenze turistiche, cioè i pernottamenti, segnano ancora -44% rispetto allo stesso periodo 2019 precedente al Covid secondo l'ultima analisi dell'Irpet (si veda qui l'articolo di Toscana24).

E' in questo scenario congiunturale che parte la nuova edizione - la 13esima - di Bto, la rassegna organizzata da Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze che negli ultimi anni è alla ricerca di una nuova identità dopo essere stata il riferimento in Italia per il turismo online e dopo l'abbandono del suo fondatore Giancarlo Carniani.

Quest'anno Bto cambia formula: si terrà in presenza e online, con incontri distribuiti in più luoghi della città e in più giorni (dal 24 al 30 novembre), dedicati a temi diversi come il digitale, le destinazioni, il vino e cibo e l'ospitalità. Sono previsti in tutto 80 appuntamenti con esperti del settore, istituzioni, autorità per delineare il futuro del turismo digitale. Anche l'acronimo ormai non è più lo stesso: il tradizionale Buy Tourism Online è stato sostituito da Be Travel Onlife.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Direttore responsabile
Simona Teresa Mildret Bandino

Società Editrice Toscana 24 srl

T24 ANTEPRIMA

Il servizio gratuito per essere aggiornati ogni settimana su tutte le principali novità

ISCRIVITI



ARCHIVIO

SETTIMANA
MESE
PERSONALIZZA

CONTATTI

+39 055 27071
+39 02 30221
redazione@t24toscana.it
t24toscana.it
toscana24.ilssole24ore.com
Via Valfonda 9,
50123, Firenze

Link: <http://toscana24.ilsole24ore.com/art/oggi/2021-11-22/turismo-difficolta-flussi-extraue-165349.php?uid=ABKZnFn>

t24 ECONOMIA
DI UN
TERRITORIO

oggi

Il Sole **24 ORE**

HOME | SCENARI | ATTUALITÀ | NORME | OPINIONI | NUMERI

Q f t d ★ MY **t24**

sommario

OGGI

Gelli nuovo
direttore della
sanità toscana

OGGI

Riqualificazione
urbana. Ance
chiede meno
vincoli

OGGI

Terme
Montecatini, c'è
un'offerta per la
maggioranza

OGGI

Toscana, gli 11
distretti del cibo
a caccia dei
soldi ...

OGGI | 22 NOVEMBRE 2021 18:54



Turismo: «Difficoltà per flussi extraUe anche nel 2022»

Cambia format la 13esima edizione di **Bto** (non più acronimo di **Buy Tourism online** ma di **Be Travel onlife**), l'evento di Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze che sarà articolato in cinque giornate (24, 25, 26, 29 e 30 novembre) e in tre sedi (Salone de' Cinquecento in Palazzo Vecchio, Innovation Hub di piazza del Cestello e Camera di commercio di Firenze), e che presenterà i nuovi strumenti e le tendenze del turismo digitale.



All'inaugurazione (il 24 novembre in Palazzo Vecchio) sarà presente il ministro del Turismo, Massimo Garavaglia. Il settore, che in Toscana prima del Covid valeva circa 10 miliardi di euro (il 10% del Pil), nel 2020 e nel 2021 ha subito un forte ridimensionamento.

Nei primi otto mesi di quest'anno l'Irpet (Istituto regionale per la programmazione economica) ha stimato -44% di pernottamenti rispetto al 2019, numero che è destinato a migliorare un po' a fine anno. Ma la mancanza dei flussi americani e orientali, strategici per la Toscana e in particolare per le città d'arte, proseguirà ancora: «E' prevedibile che nel primo semestre 2022 si confermino le difficoltà di ripresa dei flussi stranieri - ha detto l'assessore regionale allo Sviluppo economico, Leonardo Marras -. E il 2022 sarà un anno-test anche per l'accoglienza dei turisti di prossimità perché, se riapriranno i voli internazionali, le destinazioni locali che nel 2021 hanno avuto un boom di presenze dovranno fare i conti con la concorrenza di altri».

Per questo occorre mettersi in moto. «Il mercato non aspetta, e noi vogliamo aiutare gli imprenditori a utilizzare tutti gli strumenti, senza dover sempre rincorrere le innovazioni», ha detto il presidente della Camera di commercio, Leonardo Bassilichi, evocando il metaverso, il mondo virtuale di esperienze in 3D che sta per nascere dall'evoluzione di Internet e social media.

«Le società che stanno guidando il mercato del turismo sono nate 10-15 anni fa come startup, in gran parte negli Stati Uniti - ha aggiunto Alessandro Sordi, amministratore delegato di Nana Bianca - quella che stiamo vivendo è una rivoluzione digitale e la Toscana e Firenze devono essere dentro questo cambiamento».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

t24 Il Sole **24 ORE**

Direttore responsabile
Simona Teresa Mildret Bandino

Società Editrice Toscana 24 srl

T24 ANTEPRIMA

Il servizio gratuito per
essere aggiornati ogni
settimana su tutte le
principali novità

ISCRIVITI



ARCHIVIO

SETTIMANA
MESE
PERSONALIZZA

CONTATTI

+39 055 27071
+39 02 30221
redazione@t24toscana.it
t24toscana.it
toscana24.ilsole24ore.com
Via Valfonda 9,
50123, Firenze



Home Cronaca Politica Sociale Sport Ambiente Winelovers Eventi e cultura Economia Sanità Tecnologia Cucina Viabilità Q



Home - Cronaca - TURISMO – Al via Bto2021, cinque giorni di eventi su innovazione e turismo post Covid

TURISMO – Al via Bto2021, cinque giorni di eventi su innovazione e turismo post Covid

(TN) Redazione · 23 Novembre 2021

43 4 minuti di lettura

Al via la Bto 2021.

Si ragiona sul futuro del turismo d'affari, di quello dei congressi e meeting e dei viaggi d'istruzione, con i numeri di una ricerca post pandemia che sarà presentata in anteprima il 24 novembre da Antonio Preiti dell'Università di Firenze, lo stesso giorno in cui protagonisti saranno anche i numeri di Google Trends e Google Destination Insights. Ma ci si soffermerà pure, ad esempio, sul turismo del vino e del cibo: anche in questo caso con l'anteprima il 29 novembre di una ricerca, realizzata dall'Istituto Ipsos, da cui emerge come la Toscana risulti al secondo posto, dopo la Sicilia e prima di Emilia Romagna, Puglia e Campania, tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica. E poi naturalmente, il 25 e 26 novembre, spazio alle nuove tecnologie prestate al turismo e agli ecosistemi digitali per promuoverlo e far conoscere i territori, analizzando gli strumenti usati dalle diverse regioni.

Il 24 novembre prende il via la tredicesima edizione di "Bto – Be travel on line", la manifestazione dedicata al travel 2.0, nata e radicata a Firenze e che da sempre volge il proprio sguardo sull'evoluzione del binomio turismo-innovazione e anticipa i trend prima che nuove mode si affermino, come è stato negli anni passati ad esempio per per fenomeno Airbnb o per i robot concierge. Un evento dunque da tenere sotto osservazione quello presentato, a due giorni dal taglio del nastro, oggi a Palazzo Strozzi Sacratì, sede della presidenza della Regione.

"Sarà l'occasione per focalizzare l'attenzione su quelle politiche del turismo che sono una espressione delle ripresa e che già vede la Toscana una delle mete più attrattive a livello europeo" spiega il presidente della Toscana, Eugenio Giani. "Il turismo – aggiunge – è il motore della nostra economia: non si può sottovalutare. Ogni angolo della Toscana risveglia una narrazione: contiamo 273 comuni che sono le 273 facce di uno stesso diamante e il digitale può aiutarci a scoprirle tutte, anche il piccolo borgo ancora sconosciuto".

L'obiettivo rimane quello di distribuire i flussi turistici in maniera intelligente. Certo, è stato detto stamani, non basta la narrazione: occorre poi, ad esempio, saper creare anche servizi adeguati, dalla logistica all'accoglienza. Ma la narrazione è importante, come programmare e prevedere i trend forse ancor di più. Cosa che alla Bto è sempre riuscito bene. E quel che già appare evidente – e incoraggiante – è che nel turismo post Covid, con

Condividi sui social



In evidenza



Coronavirus Toscana:
oggi 308 nuovi casi, età media 38 anni. Sette i decessi

22 Novembre 2021



Coronavirus Toscana:
521 nuovi casi, età media 40 anni, tre i decessi

21 Novembre 2021



Coronavirus Toscana:
518 nuovi casi, età media 43 anni. Tre decessi

19 Novembre 2021



Coronavirus Toscana:
341 nuovi casi, età media 41 anni. I decessi sono sei

18 Novembre 2021

Articoli recenti



viaggiatori sempre più sapiente e desiderosi di conoscere, gli ingredienti – è stato di nuovo sottolineato stamani – che hanno attratto turisti in Toscana rimangono forti e riemerge la vacanza come un momento di ‘stacco’ con tanta voglia di incontrare persone.

“Nei cinque giorni della Bto – aggiunge ancora Giani – avremo quanto di meglio dal punto di vista dell’analisi scientifica si possa in questo momento trovare e questo ci consentirà di indirizzare ancor meglio il turismo della Toscana del domani, per farne uno degli elementi di maggiore impulso e forza”.

“Tredici anni fa quando la Bto è partita – si sofferma l’assessore al turismo, Leonardo Marras – parlare di digitale era un esercizio quasi da pionieri: oggi costituisce un elemento essenziale e centrale di sviluppo e nel digitale il turismo si esprime al massimo. La presenza del ministro Garavaglia testimonia l’importanza non solo toscana della manifestazione, con le sue analisi da mettere a disposizione per il rilancio del Paese. La cinque giorni di incontri sarà infatti anche l’occasione per misurare le nostre azioni, per rendicontare quanto fatto e per programmare il futuro. Proviamo a capire cosa cambia dopo il Covid”.

L’appuntamento con la Bto sarà a Palazzo Vecchio il 24 novembre e presso Nana Bianca e Camera di commercio di Firenze il 25, 26, 29 e 30 novembre. Gli eventi potranno essere seguiti anche on line. La manifestazione è promossa da Regione e Camera di Commercio, mentre l’organizzazione è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione sistema Toscana.

A Firenze sono attesi alcuni fra i più importanti operatori del settore: in carne ed ossa oppure, come nella giornata di apertura di Palazzo Vecchio, come ologrammi in dimensione reale capaci di interagire sul palco del Salone dei Cinquecento. Una squarcio, anche in questo caso, di futuro, di tu turismo dove esperienze reali e virtuali si mescolano.

I lavori del 24 novembre, che eccezionalmente potranno essere seguiti on line (gratuitamente) sui canali Facebook e Youtube di Bto, si apriranno con gli interventi del ministro del turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Eugenio Giani, dell’assessore comunale al turismo Cecilia Del Re, del presidente della Camera di Commercio Leonardo Basilischi e del direttore scientifico Btpo2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica Francesco Tapinassi. A seguire dialogheranno sulle visioni del turismo di domani Valentina Superti della Direzione generale Crescita della Commissione europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Presenti, in forma di ologramma, anche Roberta Garibaldi, amministratrice delegata di Enit, l’ente nazionale per il turismo, Marco Gilardi di Operations Direction Italy & Usa NH hotel Group, Massimo Canducci, che di professione aiuta le imprese ad innovarsi, e Simone Puerto, fondatore di Travel Singularity. Nel pomeriggio saranno fornite alcune anticipazioni sugli argomenti delle quattro giornate successive.

Il 26 novembre l’assessore al turismo della Toscana, Leonardo Marras, parteciperà assieme ai direttori di Fondazione Sistema Toscana Francesco Palumbo e di Toscana Promozione turistica Francesco Tapinassi all’evento sulla “Smart Tuscany”, dove saranno illustrati i passi programmati per ridefinire la parte informativa di www.visittuscany.com, ma anche la struttura del futuro sistema regionale della destinazione e le novità dell’Osservatorio turistico di destinazione. A seguire un confronto tra gli ecosistemi digitali di Puglia, Trentino, Veneto e Toscana.

Il 25 novembre sarà invece la giornata dedicata all’innovazione e il 30 novembre all’ospitalità. Nel corso dei cinque giorni si susseguiranno centodieci eventi, quindici ore di ‘cassette degli attrezzi’ e 230 oratori.

#BTO



Articoli correlati



MUSICA – Ad Arezzo il Maestro Zubin Mehta e l’Orchestra del Maggio Fiorentino

23 Novembre 2021



Terme di Montecatini,
depositata proposta per
acquisizione quote di
maggioranza relativa

23 Novembre 2021



AREZZO – Il Valdichiana Village
accende il Natale

22 Novembre 2021



AREZZO – Roberto Paglicci
vince il titolo italiano Master di
karate

22 Novembre 2021

TURISMO – Torna BTO, tra
ologrammi, relatori virtuali e reali
per guardare al futuro dei viaggi
© 12 Novembre 2021

Toscana News © 2013-2021 | R. Trib. FI 5924 - 11/07/2013 | Dir. Resp. Francesco Acciai | REDAZIONE | PRIVACY E DISCLAIMER | CONTATTI |



8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



Home Cronaca Politica Sociale Sport Ambiente Winelovers **Eventi e cultura** Economia Sanità Tecnologia Cucina Viabilità Q



Home - Eventi e cultura - TURISMO – Torna BTO, tra ologrammi, relatori virtuali e reali per guardare al futuro dei viaggi

TURISMO – Torna BTO, tra ologrammi, relatori virtuali e reali per guardare al futuro dei viaggi

Dal 24 al 30 novembre Firenze capitale del Travel Onlife

(TN) Redazione • 12 Novembre 2021

🔥 42 📖 2 minuti di lettura

Sta per tornare a Firenze, in presenza e online, BTO, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa 13a edizione ha scelto un **payoff tutto nuovo** – “Be Travel Onlife” – che continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento, di cui si è discusso nell'ultima edizione e che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia.

BTO2021 si snoderà in 5 giornate tematiche – 24, 25, 26, 29 e 30 novembre – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i **più importati player del settore**, alcuni interverranno in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di **ologramma**. 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**.

Il tema che farà da filo rosso degli oltre 100 appuntamenti in programma è “New Frictionless World”, letteralmente “un nuovo mondo senza attrito”, che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di BTO2021, **Francesco Tapinassi**: “La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un “new frictionless world” nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi

WEB

Condividi sui social



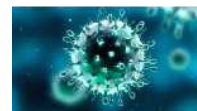
In evidenza



Coronavirus, i nuovi casi sono 418, età media 42 anni. Cinque decessi
🕒 10 Novembre 2021



Coronavirus Toscana: 234 casi positivi, 42 anni l'età media. I decessi sono tre
🕒 9 Novembre 2021



Coronavirus Toscana: sono 263 i nuovi positivi, età media 41 anni. I decessi sono tre
🕒 8 Novembre 2021



Coronavirus, 373 nuovi casi, 44 anni l'età media. Due i decessi
🕒 7 Novembre 2021

Articoli recenti



decenni, la diffusione del Covid-19".

LE GIORNATE TEMATICHE – Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze con due sessioni di lavoro: "Visione", con ospiti da tutto il mondo e "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro main topic (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso delle "round table" a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Digital Innovation, il 26 novembre è Destination, il 29 novembre è Food & Wine e il 30 novembre è Hospitality.

Maggiori informazioni www.bto.travel

#BTO

#fondazione sistema toscana



Facebook



Twitter



Articoli correlati



Nesos, il mito del vino marino nato dalle acque dell'isola d'Elba

14 Novembre 2019

AREZZO – La Chianina Ciclostorica ufficializza le date dell'ottava edizione

12 Novembre 2021



ALIMENTAZIONE – Probios, ecco le novità natalizie "free from" dell'azienda Toscana

12 Novembre 2021



Olio, Baragli (Fedagripesca Toscana): "A Firenze e Arezzo calo del 60%. Meglio sulla costa"

12 Novembre 2021



CULTURA – Festival Parole in Cammino, il Premio Visioni ad Alessandro d'Avenia

12 Novembre 2021

Link: <https://www.toscana-notizie.it/web/toscana-notizie/-/bto2021-cinque-giornate-dense-di-eventi-per-parlare-di-innovazione-e-turismo-post-covid%C2%A0>



ToscanaNotizie
Giunta Regionale Toscana - Agenzia di informazione

seguici su



Ricerca...



Argomenti ▾

Territori ▾

Giunta ▾

Tutte le notizie

Agenda

Prodotti e Servizi

Seguici su Telegram

Info utili

Turismo Agriturismo

di **Walter Fortini** • **Tutta la Toscana** 22 novembre 2021 | 16:20



Bto2021, cinque giornate dense di eventi per parlare di innovazione e turismo post Covid



Al via la **Bto 2021**. Si ragionerà sul futuro del turismo d'affari, di quello dei congressi e meeting e dei viaggi d'istruzione, con i numeri di una ricerca post pandemia che sarà presentata in anteprima il 24 novembre da Antonio Preiti dell'Università di Firenze, lo stesso giorno in cui protagonisti saranno anche i numeri di Google Trends e Google Destination Insights. Ma ci si soffermerà pure, ad esempio, sul turismo del vino e del cibo: anche in questo caso con

l'anteprima il 29 novembre di una ricerca, realizzata dall'istituto Ipsos, da cui emerge come la Toscana risulti al secondo posto, dopo la Sicilia e prima di Emilia Romagna, Puglia e Campania, tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica. E poi naturalmente, il 25 e 26 novembre, spazio alle nuove tecnologie prestate al turismo e agli ecosistemi digitali per promuoverlo e far conoscere i territori, analizzando gli strumenti usati dalle diverse regioni.

Il 24 novembre prende il via la tredicesima edizione di "Bto - **Be travel on line**", la manifestazione dedicata al travel 2.0, nata e radicata a Firenze e che da sempre volge il proprio sguardo sull'evoluzione del binomio turismo-innovazione e anticipa i trend prima che nuove mode si affermino, come è stato negli anni passati ad esempio per per fenomeno AirBnB o per i robot concierge. Un evento dunque da tenere sotto osservazione quello presentato, a due giorni dal taglio del nastro, oggi a Palazzo Strozzi Sacratì, sede della presidenza della Regione.

"Sarà l'occasione per focalizzare l'attenzione su quelle politiche del turismo che sono una espressione delle ripresa e che già vede la Toscana una delle mete più attrattive a livello europeo" spiega il presidente della Toscana, Eugenio Giani. "Il turismo - aggiunge - è il motore della nostra economia: non si può sottovalutare. Ogni angolo della Toscana risveglia una narrazione: contiamo 273 comuni che sono le 273 facce di uno stesso diamante e il digitale può aiutarci a scoprirle tutte, anche il piccolo borgo ancora sconosciuto".

L'obiettivo rimane quello di distribuire i flussi turistici in maniera intelligente. Certo, è stato detto stamani, non basta la narrazione: occorre poi, ad esempio, saper creare anche servizi adeguati, dalla logistica all'accoglienza. Ma la narrazione è importante, come programmare e prevedere i trend forse ancor di più. Cosa che alla Bto **è sempre** riuscito bene. E quel che già appare evidente - e incoraggiante - è che nel turismo post Covid, con viaggiatori sempre più sapiente e desiderosi di conoscere, gli ingredienti - è stato di nuovo sottolineato stamani - che hanno attratto turisti in Toscana rimangono forti e riemergerà la vacanza come un momento di 'stacco' con tanta voglia di incontrare persone.

"Nei cinque giorni della Bto - **aggiunge** ancora Giani - avremo quanto di meglio dal punto di vista dell'analisi scientifica si possa in questo momento trovare e questo ci consentirà di indirizzare ancor

Notizie collegate



22 novembre | 16:29

Verso il Natale, Giani: "Accendiamo prima le luminarie per ridurre il rischio assembramenti"

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

meglio il turismo della Toscana del domani, per farne uno degli elementi di maggiore impulso e forza”.

“Tredici anni fa quando la Bto è partita – si sofferma l’assessore al turismo, Leonardo Marras – parlare di digitale era un esercizio quasi da pionieri: oggi costituisce un elemento essenziale e centrale di sviluppo e nel digitale il turismo si esprime al massimo. La presenza del ministro Garavaglia testimonia l’importanza non solo toscana della manifestazione, con le sue analisi da mettere a disposizione per il rilancio del Paese. La cinque giorni di incontri sarà infatti anche l’occasione per misurare le nostre azioni, per rendicontare quanto fatto e per programmare il futuro. Proviamo a capire cosa cambia dopo il Covid”.



L’appuntamento con la Bto sarà a Palazzo Vecchio il 24 novembre e presso Nana Bianca e Camera di commercio di Firenze il 25, 26, 29 e 30 novembre. Gli eventi potranno essere seguiti anche on line. La manifestazione è promossa da Regione e Camera di Commercio, mentre l’organizzazione è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione sistema Toscana.

A Firenze sono attesi alcuni fra i più importanti operatori del settore: in carne ed ossa oppure, come nella giornata di apertura di Palazzo Vecchio, come ologrammi in dimensione reale capaci di interagire sul palco del Salone dei Cinquecento. Una squarcio, anche in questo caso, di futuro, di turismo dove esperienze reali e virtuali si mescolano.

I lavori del 24 novembre, che eccezionalmente potranno essere seguiti on line (gratuitamente) sui canali Facebook e Youtube di Bto, si apriranno con gli interventi del ministro del turismo Massimo Garavaglia, del presidente della Regione Eugenio Giani, dell’assessore comunale al turismo Cecilia Del Re, del presidente della Camera di Commercio Leonardo Bassilichi e del direttore scientifico Btpo2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica Francesco Tapinassi. A seguire dialogheranno sulle visioni del turismo di domani Valentina Superti della Direzione generale Crescita della Commissione europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Presenti, in forma di ologramma, anche Roberta Garibaldi, amministratrice delegata di Enit, l’ente nazionale per il turismo, Marco Gilardi di Operations Direction Italy & Usa NH hotel Group, Massimo Canducci, che di professione aiuta le imprese ad innovarsi, e Simone Puerto, fondatore di Travel Singularity.

Nel pomeriggio saranno fornite alcune anticipazioni sugli argomenti delle quattro giornate successive.

Il 26 novembre l’assessore al turismo della Toscana, Leonardo Marras, parteciperà assieme ai direttori di Fondazione Sistema Toscana Francesco Palumbo e di Toscana Promozione turistica Francesco Tapinassi all’evento sulla “Smart Tuscany”, dove saranno illustrati i passi programmati per ridefinire la parte informativa di www.visittuscany.com, ma anche la struttura del futuro sistema regionale della destinazione e le novità dell’Osservatorio turistico di destinazione. A seguire un confronto tra gli ecosistemi digitali di Puglia, Trentino, Veneto e Toscana.

Il 25 novembre sarà invece la giornata dedicata all’innovazione e il 30 novembre all’ospitalità. Nel corso dei cinque giorni si susseguiranno centodieci eventi, quindici ore di ‘cassette degli attrezzi’ e 230 oratori.

Per approfondire:

Il programma della Bto2021, www.bto.travel

Il comunicato con i dettagli del programma <https://www.bto.travel/press/comunicati-stampa/>

Condividi





Regione Toscana



Per migliorare l'esperienza di navigazione delle pagine e di fruizione dei servizi online, questo sito utilizza cookie tecnici e analitici. Per informazioni sui cookie dei siti di Regione Toscana e su come eventualmente disabilitarli, leggi la "[privacy policy](#)". Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque altro link nella pagina acconsenti all'uso dei cookie.

Maggiori dettagli

OK

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



ToscanaNotizie

Giunta Regionale Toscana - Agenzia di informazione

seguici su



Ricerca...



Argomenti ▾

Territori ▾

Giunta ▾

Tutte le notizie

Agenda

Prodotti e Servizi

Seguici su Telegram

Info utili

Turismo Agriturismo

di **Walter Fortini** 19 novembre 2021 | 15:04



Bto2021, conferenza stampa il 22 novembre alle ore 13

Torna l'evento specializzato nelle interconnessioni tra turismo, innovazione e tecnologie



Centodieci eventi, quindici ore di cassette degli attrezzi e 230 oratori, per parlare di innovazione legata al turismo, di turismo smart e digitale e delle nuove tecnologie che stanno rivoluzionando abitudini e richieste. La Bto2021, Be travel onlife, evento di riferimento in Italia sul tema, scaldia i motori: l'appuntamento con la tredicesima edizione è per il 24, 25, 26, 29 e 30 novembre in tre sedi diverse di Firenze, a Palazzo Vecchio, Nana Bianca e Camera di Commercio.

L'evento sarà illustrato nel corso di una conferenza stampa in programma lunedì 22 novembre alle ore 13 nella sala Pegaso di Palazzo Strozzi Saccati in piazza del Duomo 10 a Firenze, sede della presidenza della giunta regionale toscana.

Interverranno l'assessore al turismo Leonardo Marras, il presidente della Camera di Commercio di Firenze Leonardo Bassilichi, il presidente di PromoFirenze Massimo Manetti, il direttore di Fondazione Sistema Toscana Francesco Palumbo, l'amministratore delegato di Nana Bianca Alessandro Sordi e il direttore di Toscana Promozione Turistica e direttore scientifico di Bto2021 Francesco Tapinassi.

BTO – Be Travel Onlife è un marchio di proprietà di Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze.

L'organizzazione dell'evento è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Firenze e Fondazione Sistema Toscana.

Condividi

bto2021

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE





ToscanaNotizie

Giunta Regionale Toscana - Agenzia di informazione

seguici su



Ricerca...



Argomenti ▾

Territori ▾

Giunta ▾

Tutte le notizie

Agenda

Prodotti e Servizi

Seguici su Telegram

Info utili

Turismo Agriturismo

di **Walter Fortini** • **Tutta la Toscana** 26 novembre 2021 | 16:44



Turismo, nuovi servizi web a disposizione di visitatori ed operatori

Il progetto è stato presentato nel corso della Bto2021 in corso di svolgimento a Firenze



Tutti in rete, ancor più che adesso: tecnologia e spirito di squadra. “Per rendere sempre migliore l’esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi” rimarca l’assessore al turismo, Leonardo Marras. Tutti in rete dunque per offrire più velocemente informazioni ai potenziali turisti o a chi in Toscana abita ed è in cerca di esperienza da vivere. Tutti in rete per meglio promuoversi e magari anche per misurare, quasi in tempo reale (e più velocemente comunque di quanto si possa fare oggi), i flussi dei visitatori e gli effetti delle azioni di promozione, per definire nuove strategie o confrontarsi sulle iniziative messe in atto e scambiarsi buone idee.

La Toscana si appresta a ridefinire il proprio ecosistema digitale turistico: ovvero la piattaforma che dispensa informazioni per programmare un viaggio, dal sito ufficiale www.visittuscany.com ai database, in rete anche loro, in grado di alimentare altri luoghi del web fino alle applicazioni, per inserire dati e contenuti, rivolte agli operatori, ma anche ai Comuni e, tra le novità del nuovo progetto, anche agli uffici di informazione ed accoglienza turistica sparsi per tutte la regione. Una piccola rivoluzione, nell’era dell’iperconnessione, per offrire migliori servizi ai potenziali visitatori e per ragionare in tempo reale sull’evoluzione e la risposta da parte del mercato turistico.

Se n’è parlato nella terza giornata della Bto2021, che da tredici anni da Firenze volge lo sguardo all’innovazione, in tutte le sue varie forme, applicata al turismo e che sa anticipare trend prima ancora che nuove mode si affermino. Un evento promosso da Regione e Camera di commercio.

“Per rendere sempre migliore l’esperienza di chi sceglie la Toscana come meta dei propri viaggi è indispensabile potenziare costantemente i propri strumenti, a partire da quelli digitali – spiega l’assessore Marras – in modo da offrire interfacce semplici ed efficaci, proposte mirate, spazi in cui operatori e amministrazioni possono interagire integrando l’uno le attività dell’altro”.

La progettazione della nuova architettura sarà ultimata entro marzo 2022, quando si inizieranno anche a formare gli operatori. Il primo rilascio della nuova piattaforma è previsto per novembre del prossimo anno, con il collaudo da ultimare entro febbraio 2023.

Nel corso della terza giornata del Bto, che ha visto nel pomeriggio il confronto pure, quanto ad ecosistemi digitali, con Puglia, Trentino Alto Adige e Veneto, sono state riepilogate pure le azioni di promozione in atto e quelle che ci saranno.

Per il 2022 è stata ad esempio programmata la promozione di 55 prodotti turistici prioritari, che coinvolgono 1663 operatori. Ma il piano 2022, costantemente aggiornato e misurato on line, conta un parco ancora più ampio, addirittura di 334 progetti, che interessano 581 'attrattori', ovvero spunti ed occasioni per spostarsi e visitare un luogo, e 108 centri storici dei ventotto ambiti in cui si suddivide la regione. La campagna di promozione è partita a maggio scorso con tre focus: Firenze, il mare e il ritorno ai borghi e ai sapori autentici: mercati di riferimento Italia, Francia, Germania, Olanda e Svizzera. E' proseguita quindi a giugno - ancora mare e vacanze nella natura: Italia, Francia, Germania, Regno Unito e Svizzera - mentre ad ottobre la promozione ha interessato più da vicino le città d'arte e il turismo termale, con un occhio attento di nuovo ai turisti italiani, francesi, tedeschi e del Regno Unito.

"La costruzione delle politiche sul turismo non può che passare dalla condivisione delle scelte con i territori - afferma l'assessore Marras - Per questo, la costruzione del nuovo ecosistema digitale della toscana è un obiettivo molto importante e che stiamo per raggiungere: mettiamo a sistema il lavoro degli ultimi anni e guardiamo al futuro, tutti insieme".

"Costruire un ecosistema digitale - sottolinea Francesco Tapinassi, direttore scientifico Bto 2021 e direttore di Toscana Promozione Turistica - significa facilitare la collaborazione tra i soggetti della governance pubblica e privata, una vera sfida di competitività per tutta l'offerta regionale".

"La Toscana ha messo in atto una decisa spinta verso la promozione digitale e la digitalizzazione dell'ecosistema delle policy di settore - continua il direttore di Fondazione Sistema Toscana, Francesco Palumbo. La Fondazione, che assieme a Toscana Promozione Turistica e PromoFirenze si occupa dell'organizzazione della Bto, gestisce il sito ufficiale della destinazione Toscana www.visittuscany.com. "I risultati lusinghieri di questa accelerazione sul fronte delle digitalizzazione - prosegue Palumbo - sono stati fotografati dalla ricerca Demoskopika, che vede la Toscana al secondo posto nella classifica sulla reputazione turistica delle Regioni italiane".

Condividi

bto2021



Regione Toscana



Per migliorare l'esperienza di navigazione delle pagine e di fruizione dei servizi online, questo sito utilizza cookie tecnici e analitici. Per informazioni sui cookie dei siti di Regione Toscana e su come eventualmente disabilitarli, leggi la "[privacy policy](#)". Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque altro link nella pagina acconsenti all'uso dei cookie.

Maggiori dettagli

OK

Link: <https://www.toscanatv.it/blog/al-via-bto-2021-tra-innovazione-e-turismo/>

[NEWSLETTER](#)
[TELEGIORNALI](#)
[DIGITALE TERRESTRE](#)

Login

TOSCANA TV

Q

[News](#) |
 [2021-11-21 FIRENZE – RENZI CHIUDE LEOPOLDA, PENSO ANDREMO AL VOTO NEL 2022 ...](#)
[PREV](#)
[NEXT](#)

[2021-11-21 TOSCANA – BOOM DI PRENOTAZIONI PER VACCINARSI ...](#)

[2021-11-21 VERSILIA – L'IDENTIKIT DEL TURISTA IN VERSILIA NEL 2021 ...](#)

[2021-11-21 MONTALCINO – TURISMO, TRA GIUGNO E SETTEMBRE +60% DI PRESENZE ...](#)

[2021-11-21 LIVORNO – PORTO TURISTICO, SIGLATO ACCORDO TRA AUTHORITY E BARCHE ...](#)

[2021-11-21 MONTEFELTRO – UFFIZI A MONTEFELTRO, SUCCESSO GARANTITO ...](#)

[2021-11-21 LUCCA – LUCCA VISIONI , LA RASSEGNA DI TEATRO CONTEMPORANEO ...](#)

[2021-11-21 PRATO – PRATO FESTIVAL 2021 ...](#)

[2021-11-21 GROSSETO – VIRGO FIDELIS, DONAZIONE SANGUE CARABINIERI ...](#)

[2021-11-20 FIRENZE – SPERANZE E ASPETTATIVE DEL PUBBLICO DELLA LEOPOLDA ...](#)

[2021-11-20 FIRENZE – LEOPOLDA 11. DANTI, VERSO COSTRUZIONE GRANDE CENTRO ...](#)

[2021-11-20 FIRENZE – LEOPOLDA , NARDELLA, QUIRINALE, EVITARE DIVISIONI ...](#)

[Ora in Onda: PROPOSTE COMMERCIALI](#)

[Successivo: 17:15 - TELENOVELA PASION MORENA](#)

[HOME](#)
[CHI SIAMO](#)
[PROGRAMMI](#)
[NOTIZIE](#)
[GUIDA TV](#)
[CONTATTI](#)



Torna a Firenze il BTO2021. 5 giorni tra i big players del turismo e ologrammi per ridefinire il turismo post covid. Si aprirà il 24 novembre a Palazzo Vecchio. Prevista la partecipazione anche del ministro turismo Massima Garavaglia.

TAGS

Firenze

Loading...

f

t

G+

← Previous Post



Scritto da Rachele Campi

my way

TOSCANA

PREVISIONI DI TRAFFICO E INFO VIABILITÀ SULLE AUTOSTRADE TOSCANE

Scopri di più

[autostrade per l'Italia](#)

VIDEO PER GIORNO

Novembre: 2021

L	M	M	G	V	S	D
						1

NEWSLETTER

Rimani sempre in contatto con noi

Email

☐
 Iscrivendomi accetto le regole della privacy

INFORMAZIONI

TRANSLATE



Touring Club Italiano

CHI SIAMO ▾

COSA FACCIAMO ▾

PER LE AZIENDE

CONTATTI

Viaggi ▾

Servizi e vantaggi ▾

Community ▾



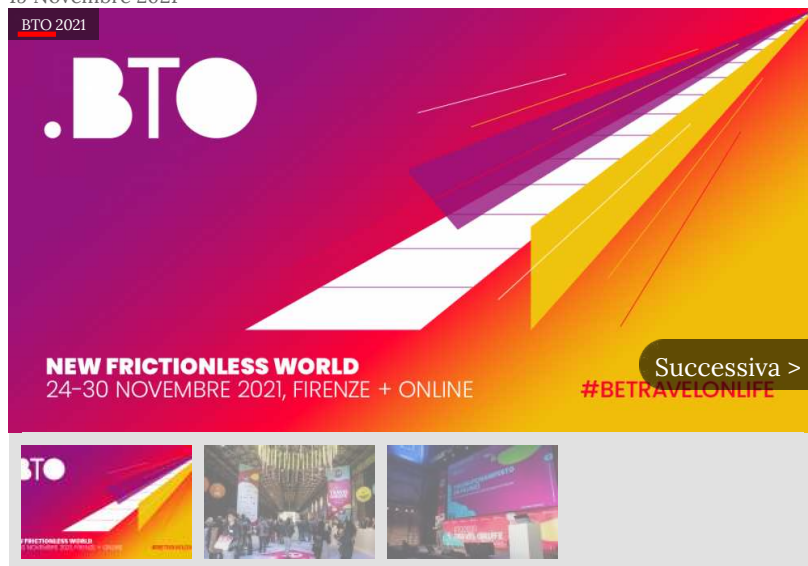
◀ NOTIZIE DI VIAGGIO ◀ TURISMO, TECNOLOGIA E INNOVAZIONE: TORNA A FIRENZE LA BTO

Dal 24 al 30 novembre oltre 100 appuntamenti, con un format ibrido online e in presenza

Turismo, tecnologia e innovazione: torna a Firenze la BTO

19 Novembre 2021

BTO 2021



Torna a **Firenze**, in presenza e online, BTO, l'evento leader in Italia sulle **connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia** che per questa 13a edizione ha scelto un payoff tutto nuovo - "Be Travel Onlife" - che continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento, di cui si è discusso nell'ultima edizione e che **diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia**.

BTO2021 si snoderà in 5 giornate tematiche, **24, 25, 26, 29 e 30 novembre**: a Firenze saranno fisicamente presenti alcuni tra i più importanti attori del settore, altri intervengono in collegamento e altri ancora si paleseranno davanti agli ospiti in forma di **ologramma**. Il tema che farà da filo rosso agli oltre 100 appuntamenti in programma è "New Frictionless World", letteralmente "un nuovo mondo senza attrito", che è anche un augurio per il futuro, come spiega il direttore scientifico di BTO2021, Francesco Tapinassi: "La **semplificazione delle esperienze digitali** è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di **touch point fluidi, senza attriti e complessità**, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni,

Località: **Firenze**



Acquista le nostre guide e carte

Isola d'Elba e Arcipelago toscano
1:35.000
Carta&Guida turistica



Toscana
Routard Italia



Firenze - Florence 1:10 000
Centrocittà pocket



Eventi



Pisa: "Meraviglie d'Italia"



Complesso della Certosa Ferrara: il Complesso della Certosa e la Chiesa di San Cristoforo



Mantova: "Dante e gli Arazzi di Raffaello" nel Palazzo Ducale



fabbrica di automobili BUGATTI Campogalliano (Mo): visita alla fabbrica di automobili Bugatti

strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un “new frictionless world” nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19”.

Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze con due sessioni di lavoro: “**Visione**”, con ospiti da tutto il mondo e “**Focus**”, in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei **quattro temi principali (digital innovation, destination, food & wine, hospitality)** attraverso delle tavole rotonde a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio:

- il 25 novembre è **Digital Innovation**;
- il 26 novembre è **Destination**;
- il 29 novembre è **Food & Wine**;
- il 30 novembre è **Hospitality**.



LA PARTECIPAZIONE TOURING

Il **26 novembre**, dalle 9 alle 9.50, nella Sala streaming - Nana Bianca, **Massimiliano Vavassori** (Direttore Relazioni istituzionali e Centro Studi del Touring Club Italiano) interverrà all'incontro “**La formazione delle comunità locali come elemento chiave per lo sviluppo sostenibile delle destinazioni**”. Con lui Enrica Lemmi (Direttrice Accademia del Turismo - Fondazione Campus di Lucca), Susanna Mensitieri (coordinatrice Master Turismo e Territorio - Luiss) e Michele Sambaldi (Managing Director Pellicano Hotels).

Si parlerà di **modelli di competitività della destinazione turistica** e di **narrazione digitale dell'autenticità esperienziale del turismo**. Come si legge nella presentazione dell'incontro, “...partendo da un caso concreto nato durante il Covid, “Ischia is more”, appare evidente come per cambiare modelli e posizionamento non è sufficiente lavorare sui prodotti, sulla integrazione di servizi, sulla valorizzazione delle risorse del territorio, ma occorre invece avviare la **riqualificazione degli operatori** attraverso **percorsi di aggiornamento e di formazione** che consentano loro di seguire il cambiamento del mercato”.

INFORMAZIONI

Il programma e maggiori informazioni su www.bto.travel. **BTO** – Be Travel Onlife è un evento di Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze; l'organizzazione è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e [Fondazione Sistema Toscana](#).

Leggi altre news





La magia di Crans-Montana a dicembre: un festival da fiaba, esperienze originali e attività per tutta la famiglia

Atmosfera e divertimento garantiti nella località del Vallese. Le novità del festival Bella Lui

[Scopri di più](#)



I Soci Tci chiamati all'Assemblea Straordinaria 2021

[Scopri tutti le istruzioni per votare](#)



L'Italia ha bisogno di un sistema di deposito cauzionale per gli imballaggi monouso per bevande

Il Touring insieme ad altre 14 organizzazioni no profit per ridurre la dispersione delle plastiche nell'ambiente

[Leggi la notizia](#)



I templi più antichi del mondo sono in Anatolia. Reportage da Göbekli Tepe e Karahan Tepe

Alla scoperta delle straordinarie strutture megalitiche intorno a Şanlıurfa, in Turchia, risalenti a quasi 12mila anni fa

[Leggi l'articolo](#)



Civic Places: ecco la prima mappa italiana dei luoghi dell'impegno civico

Conclusa la prima campagna nazionale promossa da Fondazione Italia Sociale insieme a SEC Newgate, Touring Club Italiano e SkyTG24

[Passione Italia - Scopri di più](#)



Perché scegliere Valletta e Malta per un weekend invernale

Dieci motivi per programmare una vacanza nell'arcipelago a due passi dall'Italia

[Scopri di più](#)



Va' Sentiero, capitolo 34. L'evento conclusivo della spedizione, a Messina

Il Touring racconta il viaggio di sette ragazzi (e di molti altri amici) lungo il sentiero più lungo del mondo

[Passione Italia - Scopri di più](#)



A Genova riapre la chiesa di Santo Stefano, grazie all'iniziativa Aperti per Voi

Nel centro storico, torna visitabile uno degli esempi più originali dell'architettura romanica cittadina

[Passione Italia - Scopri di più](#)



A Collodi si celebra Pinocchio con una grande mostra collettiva

Nel borgo toscano Bandiera Arancione Tci, l'evento che conclude le celebrazioni dai 140 anni dalla prima apparizione del burattino

[Passione Italia - Scopri di più](#)



I vincitori del Premio Chatwin 2021, con le immagini dei reportage vincitori

"Un cielo pieno di diyas" di Antonella Gramone vincitore per la narrativa; "Hammam" di Agnes Montanari per la fotografia

[Scopri di più](#)

Giornale di interesse professionale per il turismo



TREvolution FLESSIBILITÀ
VENIAMO INCONTRO ALLE VOSTRE ESIGENZE
PERCHÉ VOI POSSIATE VENIRE INCONTRO ALLE
ESIGENZE DI CHI VIAGGIA



Home Chi siamo Newsletter Reportage Eventi&Webinar Eventi Virtuali Tove Lavoro Pubblicità

In Evidenza Trasporti Tour Operator Alberghi Enti, istituzioni e territorio Mercato e tecnologie Estero Incoming Tutte le ultime notizie

Bto 2021, le sfide digitali vanno in onda a Firenze dal 24 novembre

0 22 novembre 2021 15:28



Mancano ormai poche ore al via ufficiale della 13a edizione di **Bto** – Be Travel Onlife in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze. Tra i protagonisti della giornata

inaugurale che potrà essere seguita eccezionalmente anche online sui canali Facebook e Youtube di **Bto**, ci saranno anche gli ologrammi. La manifestazione dedicata al Travel 2.0, nata e radicata a Firenze, volge da sempre il suo sguardo sull'evoluzione del binomio tra turismo e innovazione, e anticipa i trend ancora prima che le nuove mode si affermino. Come accadde anni fa per la diffusione del fenomeno Airbnb, passando dai robot umanoidi con funzioni di concierge fino ai chip sottopelle in grado di aprire la porta della camera in hotel. Bto2021 si snoderà in altre 4 giornate tematiche – 25, 26, 29 e 30 novembre – un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importanti player del settore. **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.

L'Opening Day del 24 novembre si aprirà con gli interventi del ministro del turismo Massimo Garavaglia, del presidente della regione Toscana Eugenio Giani insieme all'assessore comunale al turismo Cecilia Del Re, al presidente della Camera di commercio di Firenze Leonardo Bassilichi e al direttore scientifico di Bto2021 Francesco Tapinassi, per poi entrare nel vivo con la sessione "Visione", che vedrà sul palco ospiti nazionali e internazionali tra cui Valentina Superti DG Grow – Commissione Europea, Maud Bailly di Accor e Jane Sun di Trip.com Group. Nel pomeriggio al via la sessione "Focus", in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro topic delle giornate successive (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso tavole rotonde a cui parteciperanno speaker in presenza, collegati via web ma non solo.

Gli ologrammi di Roberta Garibaldi ad di Enit, Marco Gilardi operations direction Italy & Usa NH Hotel Group, Massimo Canducci chief innovation officer engineering e Simone Puerto founder Travel Singularity faranno la loro apparizione sul palco del Salone di Cinquecento, in dimensione reale, interagendo con i moderatori. È l'azienda pisana Alkedo Produzioni a curare la parte tecnica di quella che loro stessi definiscono Holopresenza, e cioè un sistema che utilizza l'illusione ottica dell'ologramma integrandola in un contesto reale senza l'utilizzo di supporti visivi come occhiali o visori. Il sistema dell'Holopresenza può essere utilizzato in numerosi ambiti, tra cui il turismo business che con le sue migliaia di congressi e meeting ogni anno, rappresenta l'1% del PIL nazionale (dato 2019).

E il tema del turismo d'affari sarà al centro della ricerca di Sociometrica dal titolo "Il futuro del turismo business in Italia" che verrà presentata in anteprima a **Bto** il 24/11 da Antonio Preiti, professore all'Università di Firenze. Lo studio, che vedrà anche una presentazione più estesa il 30/11, ha preso in esame 2500 aziende in tutta Italia sull'impatto del Covid su viaggi d'affari, meeting, congressi e viaggi di istruzione. I dati saranno protagonisti anche nell'atteso panel in programma sempre il 24 e dedicato a Google Trends e Google Destination Insights in cui interverranno Furio Gianforme Industry Head Travel, Apps & Education Google e Giovanni Benassi Analytical Lead per il Travel Google. La ricerca di Ipsos "Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia", verrà illustrata in anteprima il 29 novembre durante la giornata con focus sul Food and wine. E la Toscana ne uscirà da protagonista risultando al secondo posto tra le regioni italiane in grado di raccontare meglio la propria eccellenza enogastronomica, dopo la Sicilia e prima di Emilia-Romagna, Puglia e Campania.

TRAVEL COMUNICA



ULTIME NEWS

- Bto 2021, le sfide digitali vanno in onda a Firenze dal 24 novembre**
- Volotea: al via il restauro della Gysotheca Canova, grazie al contest #Volotea4Veneto**
- A Travel Hashtag alla scoperta del turismo che verrà**
- Lab Travel, partnership con Catch Fishing Heroes per chi ama la pesca**
- Turismo organizzato: i corridoi non bastano. Altra cig fino a marzo**
- Belmond apre la stagione 2021/22 dei suoi resort caraibici**
- Isola di Pasqua: appuntamento a febbraio 2022 per la riapertura al turismo**

INSTAGRAM



Riflettori puntati ancora sulla Toscana il 26/11 in occasione del panel "Smart Tuscany" in cui verranno illustrati gli step per la ridefinizione della nuova architettura dell'informazione di visittuscany.com, la struttura del futuro Destination Management System regionale e le novità dell'Osservatorio turistico di destinazione. Parteciperanno l'assessore al Turismo della Regione Toscana Leonardo Marras, i direttori di FST [Francesco Palumbo](#) e TPT [Francesco Tapinassi](#). A seguire, sempre il 26, un confronto tra Regioni italiane sarà il focus dell'incontro "Gli ecosistemi digitali a servizio delle destinazioni. Le funzioni, i modelli e gli applicativi in uso nelle regioni italiane" a cui parteciperanno Bianca Bronzino Head of Digital systems, PugliaPromozione / WeAreinPuglia, Sabrina Pesarini – Head of CRM & Digital Marketing, Trentino Marketing / VisitTrentino, Stefan Marchioro – Progetti territoriali e governance del turismo, Regione del Veneto e Costanza Giovannini – Head of Communications, [Fondazione Sistema Toscana](#) / Visit Tuscany.

Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno le altre quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Digital Strategy & Innovation, sezione curata da Giulia Eremita e Rodolfo Baggio, il 26 novembre è Destination che vede la regia di Emma Taveri; il 29 novembre è Food & Wine, topic a cura di Roberta Milano; il 30 novembre è Hospitality giornata coordinata da Lara Fantoni.

Articoli che potrebbero interessarti:

[Clicca per lasciare un commento e visualizzare gli altri commenti](#)

IL GIORNALE

- Archivio giornali
- Abbonati
- Pubblicità
- Ricevi la Newsletter

PRODOTTI SPECIALI

- Speciali
- Portrait
- Reportage
- Novità editoriali

SERVIZI

- Eventi Online & Webinar
- Eventi e Travel Open Day
- Annunci di lavoro

CATEGORIE

- In evidenza
- Trasporti
- Tour Operator
- Alberghi
- Enti, istituzioni e territorio
- Mercato e tecnologie
- Estero
- Incoming

Titolare del marchio e della testata Travel Quotidiano: Network & Communication Srl. – P.I. 07049461002. All rights reserved. [Informativa privacy](#) - [Cookie Privacy Policy](#) - [Informativa Privacy Eventi](#)

Giornale di interesse professionale per il turismo

Quotidiano Travel
www.travelquotidiano.com
30 November 2021

noleggiare
Happy rent!



Home Chi siamo Newsletter Reportage Eventi&Webinar Eventi Virtuali Tove Lavoro Pubblicità

parole da cercare

Cerca

In Evidenza Trasporti Tour Operator Alberghi Enti, istituzioni e territorio Mercato e tecnologie Estero Incoming Tutte le ultime notizie

Bto: Google conferma il successo del nostro turismo enogastronomico

0 30 novembre 2021 11:00



E' boom per il turismo enogastronomico in Italia nell'anno segnato dalla pandemia e dal ritorno a viaggi slow e di prossimità: i dati emergono dalla ricerca Ipsos e dalle tendenze di ricerca presentate da Google nel corso di **Bto - Be Travel Onlife**.

Secondo le analisi di Google Destination Insights nel

prossimo futuro il turismo di prossimità rappresenterà una chiave a livello globale. Nell'organizzazione di una vacanza la **sostenibilità** è considerata un valore molto importante dall'**83% dei viaggiatori** e il **61%** di essi afferma che la pandemia li ha resi maggiormente sensibili a questo valore. La sostenibilità è tenuta in grande considerazione da chi pratica turismo enogastronomico. L'Italia sventa tra le mete gourmand nelle tendenze di ricerca su Google e registra un interesse in crescita: **tra gennaio e ottobre 2021** la ricerca di **tour enogastronomico** segna un **+39%**, mentre quella relativa alle cantine mostra un altro **+30%** (fonte Google Trends nel vertical: Travel).

In linea generale l'Italia è il paese più desiderato dal punto di vista turistico, secondo il 40% del campione intervistato da Ipsos (+3% rispetto al 2016). Tra gli aspetti più rilevanti del nostro Paese al primo posto troviamo la **qualità della vita**, seguita dall'**ottimismo** e dalla **creatività** e capacità di inventiva che contraddistinguono il popolo italiano. L'offerta enogastronomica, la moda e l'arte sono considerati i principali ambasciatori della nostra cultura all'estero: l'Italia è **prima tra le mete più golose nel mondo** (49% degli intervistati), seguita a distanza da Francia (22%) e Giappone (16%).



«Arte ed enogastronomia – dichiara **Massimiliano Tonelli**, direttore di **Artribune** oggi ospite di **Bto** – sono importanti strumenti per elevare la qualità del turismo, la sfida del prossimo futuro. Si tratta di due mondi che hanno dinamiche molto simili e ci permettono di andare in questa direzione. Oggi la cosa più importante per mettere a sistema questa

sinergia è dotarsi di strumenti in grado di misurare i risultati e implementare le politiche migliori».

In tema di eventi food e ricadute sul territorio un esempio è quello di Taste, evento dedicato alle eccellenze enogastronomiche d'Italia targato Pitti Immagine, pronto a tornare a primavera 2022 dopo 2 anni di stop causa Covid. «Dal 2006 ad oggi – dichiara **Lapo Cianchi**, Vice Direttore Generale e Direttore Comunicazione e Eventi **Pitti Immagine** – la manifestazione è cresciuta moltissimo, sia nel numero degli espositori, passati da 100 a oltre 400, che nella risposta della città, in termini di attenzione ed eventi correlati, ma moltissimo anche nel pubblico, soprattutto tra gli operatori di settore. Si tratta di un pubblico specializzato, molto motivato e attento, importante per una città come Firenze».

I prodotti tipici sono anche tra i primi ambasciatori del territorio nel mondo, come dimostra l'operato di **PromoFirenze** in fiere di settore organizzate per la Regione Toscana con Camera di Commercio e **Fondazione Sistema Toscana**, quali ad

TRAVEL COMUNICA



ULTIME NEWS

- Anche l'Australia rimanda la riapertura di due settimane
- O'Leary: «Non cancelleremo nessun volo a causa della nuova variante»
- Ambrogio e Giovanni Folonari Tenute: passione, tradizioni e innovazione, dal vino fino all'accoglienza e la ristorazione
- Il turismo perde 2 mila miliardi di dollari anche nel 2021
- La Croazia alza il sipario sull'inverno con la campagna "Croatia – Winter Wonderland"
- Sudafrica: l'industria turistica sconta già perdite milionarie a causa della variante Omicron
- Bto: Google conferma il successo del nostro turismo enogastronomico

INSTAGRAM



esempio [BuyWine](#) e [BuyFood](#). «I prodotti sono portatori di cultura – dichiara **Luca Piscitello**, PromoFirenze – messaggeri in grado di veicolare il nostro patrimonio e attrarre turismo. Anche in chiave di tour virtuali, in tempi di pandemia».

Articoli che potrebbero interessarti:

[Clicca per lasciare un commento e visualizzare gli altri commenti](#)

IL GIORNALE

- Archivio giornali
- Abbonati
- Pubblicità
- Ricevi la Newsletter

PRODOTTI SPECIALI

- Speciali
- Portrait
- Reportage
- Novità editoriali

SERVIZI

- Eventi Online & Webinar
- Eventi e Travel Open Day
- Annunci di lavoro

CATEGORIE

- In evidenza
- Trasporti
- Tour Operator
- Alberghi
- Enti, istituzioni e territorio
- Mercato e tecnologie
- Estero
- Incoming

Titolare del marchio e della testata Travel Quotidiano: Network & Communication Srl. – P.I. 07049461002. All rights reserved. [Informativa privacy](#) - [Cookie Privacy Policy](#) - [Informativa Privacy Eventi](#)

Giornale di interesse professionale per il turismo

Quotidiano Travel
www.travelquotidiano.com
12 November 2021



Malta
Gozo & Comino

MALTA CON
KING HOLIDAYS



Home Chi siamo Newsletter Reportage Eventi&Webinar Eventi Virtuali Tove Lavoro Pubblicità parole da cercare Cerca

In Evidenza Trasporti Tour Operator Alberghi Enti, istituzioni e territorio Mercato e tecnologie Estero Incoming Tutte le ultime notizie

BTO: il turismo riparte da Firenze tra nuove tendenze e turismo digitale

12 novembre 2021 09:31

Manca poco all'avvio della BTO- Be Travel onlife, evento che unisce turismo e tecnologia dal 24 al 30 novembre in presenza e on line per la sua 13/a edizione. 100 appuntamenti, 5 giornate tematiche un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importanti player del settore mentre altri interverranno in collegamento o si presenteranno davanti agli ospiti in forma di ologramma.



La manifestazione promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana prevede un fitto programma, che è stato presentato a Roma. Il taglio del nastro partirà dal cuore di Firenze, a Palazzo Vecchio, da mercoledì 24 novembre. Sarà una giornata che farà da cappello ai circa 100 appuntamenti che si alterneranno tra Nana Bianca e Camera di Commercio e che seguiranno quattro temi principali: strategie digitali, destinazione, ospitalità e food con la presenza anche di speaker di rilievo che non hanno mai presenziato eventi in Italia.

Un'edizione che è un auspicio, per un "new frictionless world", un mondo senza attriti, che semplifichi i contatti e renda estremamente semplice l'uso degli strumenti digitali e delle piattaforme come spiega il direttore scientifico di BTO2021, Francesco Tapinassi: "Era necessario fare il punto sulle strategie e tendenze dopo la pandemia, contribuendo a dare vita ad un contesto internazionale. Non sarà solo una conferenza ma uno stimolo per le aziende a guardare avanti e vedere il futuro e possiamo cominciare a pensare come il reale e virtuale si possano mescolare. New frictionless non è uno slogan, ma un pensiero: significa rendere facili le cose complicate. Tante le novità quest'anno: sono passati 22 mesi dalla scorsa edizione, un'era geologica per ciò che è successo nel mezzo. Il programma è molto vasto, con eventi in presenza e non. Abbiamo ridotto del 70% il costo di ingresso e offriamo la possibilità di scegliere i temi e le giornate più interessanti per andare incontro a un settore che ha sofferto. Non vogliamo maestri ma solo chi racconta la propria esperienza sulla competitività e propone strategie per confrontarsi".

Turismo digitale e uso delle piattaforme al centro del dibattito che vede proprio Firenze, città turistica per eccellenza, come modello da cui ripartire. "Il primo strumento utile per tornare a viaggiare è il digitale – spiega Francesco Palumbo, direttore di Fondazione Sistema Toscana – La Toscana è l'unica regione italiana dotata di una piattaforma digitale in grado di indirizzare i flussi turistici. Siamo protagonisti nel confronto con i big player del turismo". E i segnali di ripresa per il settore ci sono, soprattutto nelle città d'arte come Firenze che più hanno sofferto. "Firenze ha subito un calo verticale del turismo a causa della pandemia, ma il 2021 è in ripresa – Giuseppe Salvini, Segretario Generale Camera di Commercio – Siamo passati da 16 mln di pernotti del 2019, a 3,3 mln nel 2020, ci attendiamo 6/7 milioni nel 2021, dato fortemente influenzato dall'andamento della pandemia. Le nostre stime si attestano a un +60% di presenze straniere rispetto al 2020 annus orrobilis per la chiusura d'anno per Firenze. Forte l'impegno della Regione Toscana, in prima linea per rilanciare il turismo e le nuove tendenze "Noi proviamo a declinare ciò che siamo- ha spiegato l'assessore regionale al Turismo, Leonardo Marras, nel corso

TRAVEL COMUNICA

Italiabsolutely
Travel Talk, News & Experiences
È online!
Basta un click!
www.italiabsolutely.com
Info@italiabsolutely.com | tel 0499017577

ULTIME NEWS

- Emirates porta al Dubai Airshow l'A380 con la nuova cabina di Premium Economy
- Crociere, nuove tendenze ed esigenze al vaglio delle compagnie di fronte ad una geografia che muta
- Stati Uniti: il turismo potrebbe superare i livelli pre-crisi già nel 2022
- WeRoad: bisogna abolire il divieto di viaggiare per gli italiani
- Il Gorgonia Beach Resort di Marsa Alam pronto ad accogliere nuovamente gli ospiti italiani
- Ita Airways: il programma di fidelizzazione 'Volare' tocca quota 129.000 iscritti
- Blu vacanze avvia lo sviluppo del CRM con Salesforce

INSTAGRAM



della presentazione – con l’obiettivo di avvicinare la promessa pubblica della promozione all’esperienza concreta fatta grazie agli operatori. La prospettiva è rendere ancora più forte il partenariato tra pubblico e privato per consolidare quella che alcuni chiamano industria turistica, ma che per esserlo ha bisogno di una grande consapevolezza della rete”.

Tra i temi, ampio spazio dedicato al food, basti pensare che la presenza di esperienze legate all’enogastronomia risulta importante per il 71% delle persone quando scelgono la meta di viaggio. Si indagherà inoltre sulle nuove esigenze dalla distribuzione OTA, sull’uso dei social nel turismo e ci sarà uno spaccato dedicato alla formazione nel settore Hospitality.

Articoli che potrebbero interessarti:

[Clicca per lasciare un commento e visualizzare gli altri commenti](#)

IL GIORNALE

- Archivio giornali
- Abbonati
- Pubblicità
- Ricevi la Newsletter

PRODOTTI SPECIALI

- Speciali
- Portrait
- Reportage
- Novità editoriali

SERVIZI

- Eventi Online & Webinar
- Eventi e Travel Open Day
- Annunci di lavoro

CATEGORIE

- In evidenza
- Trasporti
- Tour Operator
- Alberghi
- Enti, istituzioni e territorio
- Mercato e tecnologie
- Estero
- Incoming

Titolare del marchio e della testata Travel Quotidiano: Network & Communication Srl. – P.I. 07049461002. All rights reserved. [Informativa privacy](#) - [Cookie Privacy Policy](#) - [Informativa Privacy Eventi](#)

Giornale di interesse professionale per il turismo



noleggiare
Happy rent



Home Chi siamo Newsletter Reportage Eventi&Webinar Eventi Virtuali Tove Lavoro Pubblicità **Cerca**

In Evidenza Trasporti Tour Operator Alberghi Enti, istituzioni e territorio Mercato e tecnologie Estero Incoming **Tutte le ultime notizie**

Giuseppe Salvini, Camera di commercio di Firenze: "Dopo Bto, bilancio straordinario"

0 7 dicembre 2021 10:45



Giuseppe Salvini

Giuseppe Salvini, segretario generale della Camera di Commercio di Firenze, traccia il bilancio dei cinque giorni di **BTO** 2021 e racconta le altre iniziative in serbo per il rilancio di Firenze e della Toscana sulla mappa del turismo internazionale.

«Il bilancio è straordinariamente positivo grazie agli stakeholder del turismo non solo nazionale ma anche internazionali, grandi testimonial che in queste giornate sono stati ospiti della camera di

commercio, di Nana Bianca, di Palazzo Vecchio, Firenze è ritornata al centro dell'attenzione per quanto riguarda il turismo internazionale».

È stato fatto «un passo importante: aver rimesso al centro una città straordinariamente turistica come Firenze di questa riflessione e confronto sul turismo del futuro».

E il turismo del futuro sembra sorridere, con numeri in crescita e importanti prospettive di ripartenza. «Noi abbiamo chiuso il 2020 con un calo verticale di quasi l'80% di turisti, il 2021 dovrebbe chiudersi con il +61 per cento e un incremento per quanto riguarda il turismo domestico dell'11 per cento. Quindi il turismo è in ripartenza, anche se, ovviamente, non siamo ancora ai livelli del 2019».

An error occurred.

Prova a guardare il video su www.youtube.com oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.

TRAVEL COMUNICA

An error occurred.

Prova a guardare il video su www.youtube.com oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.

In provincia di **Perugia**, fra i verdissimi boschi della **Valnerina**, domina **Torre del Nera Albergo diffuso & Spa**.

Ritrova la lentezza del tempo e il respiro degli spazi aperti.

[Visita Torredelnera.it](https://www.torredelnera.it)

ULTIME NEWS



Natale e rinascimento a Cortona: prima 'nevicata' prevista per il 19 dicembre



Il Portogallo multa le compagnie aeree che non verificano i test Covid dei passeggeri



Genova, Feste di Fine Anno tra mostre, festival, regate e spettacoli



Aica: le nuove regole sui convegni gettano in allarme il settore ricettivo



Latam vince il Best airline in South American e l'Apex



Stazioni sciistiche francesi: è obbligatorio avere il pass sanitario



Gli Usa pensano di revocare il divieto ai passeggeri dei Paesi africani

INSTAGRAM



E parlando di turismo e di **Bto** non si può certamente dimenticare la dimensione digitale. «L'online sarà la parola d'ordine del turismo del futuro – spiega il segretario generale -. Moltiplicatori di turismo saranno anche le grandi eccellenze enogastronomiche, non solo arte, cultura, paesaggio».

Il food e il wine, per Salvini, non sono solo segmenti di offerta che possono intercettare l'interesse del turismo internazionale, ma sono veri e propri

«moltiplicatori di presenza turistica» se è vero che «il 71 per cento dei turisti stranieri che sceglie la Toscana e Firenze lo fa anche per la grande attrattiva delle nostre eccellenze gastronomiche».

Sul fronte delle iniziative per il prossimo futuro, Salvini svela che saranno proprio questi i temi su cui la Camera di Commercio di Firenze sta focalizzando gli impegni. «La camera di commercio di Firenze è molto attiva su questi filoni – spiega -. Un mese fa abbiamo organizzato il BuyFood, un salone online e in presenza dedicato alle grandi eccellenze dop e igr. Proseguiremo a febbraio con il BuyWine e con le anteprime del vino».

Claudiana Di Cesare



Articoli che potrebbero interessarti:

[Clicca per lasciare un commento e visualizzare gli altri commenti](#)

IL GIORNALE

- Archivio giornali
- Abbonati
- Pubblicità
- Ricevi la Newsletter

PRODOTTI SPECIALI

- Speciali
- Portrait
- Reportage
- Novità editoriali

SERVIZI

- Eventi Online & Webinar
- Eventi e Travel Open Day
- Annunci di lavoro

CATEGORIE

- In evidenza
- Trasporti
- Tour Operator
- Alberghi
- Enti, istituzioni e territorio
- Mercato e tecnologie
- Estero
- Incoming

Titolare del marchio e della testata Travel Quotidiano: Network & Communication Srl. – P.I. 07049461002. All rights reserved. [Informativa privacy](#) - [Cookie Privacy Policy](#) - [Informativa Privacy Eventi](#)

TTGITALIA.COM

Bto: Cina laboratorio d'innovazione per il turismo | TTG Italia

Bto: Cina laboratorio d'innovazione per il turismo

Tweet

Pechino, Chengdu e Shanghai sono oggi fra i più grandi laboratori d'innovazione per il turismo. Lo afferma Ashley Galina Dudarenok, founder della compagnia di marketing digitale ChoZan e ospite del Buy Tourism Online di Firenze.

Articoli di approfondimento

di Alberto Caspani Pubblicità

“La Nuova Normalità ha già messo in luce quattro risorse fondamentali - osserva - dal momento che il cloud travel, attraverso le trasmissioni dal vivo, promuove il viaggio anche a distanza. L'incertezza creata dalla pandemia sta inoltre spingendo a dotarsi di servizi sempre più flessibili per prenotazioni e acquisti online, così come di dispositivi fissi per la lettura di dati digitali associati non solo alla salute del visitatore, ma anche alle sue esigenze, mentre lo shopping tenderà a evolversi in esperienza immersiva grazie alla creazione di grandi hub, come l'Hainan Duty Free Island”.

La realtà aumentata

I supporti visivi che amplificano la fruizione dei luoghi col ricorso alla realtà aumentata possono poi integrare le funzioni di controllo della temperatura di chi abbiamo attorno, segnalando per tempo la necessità di distanziamento o isolamento. Le tecnologie frictionless degli aeroporti sono adottate ora dalle strutture ricettive, attraverso catene di smart hotel quali Alibaba's Flyzoo, o dagli hotspot scenici. Proprio perché queste innovazioni puntano ad azzerare i rischi di contagio, i cinesi torneranno verosimilmente a viaggiare nel resto del mondo dal 2023, in gruppi più piccoli, privilegiando i self-drive tour ed esperienze di nicchia come il glamping, a patto che siano dotati di health code e passaporti vaccinali.

Alberto Caspani

TTGITALIA.COM

Bto: così la tecnologia può aiutare il turismo enogastronomico | TTG Italia

Bto: così la tecnologia può aiutare il turismo enogastronomico

Leggi anche: [bto](#)

Il turismo enogastronomico può rivelare interi mondi nel bicchiere. Con l'arrivo delle tecnologie di edutainment nelle cantine storiche e nelle winery di tendenza, anche le degustazioni italiane diventano immersive.

Articoli di approfondimento

di Alberto Caspani Pubblicità

“Dopo gli esempi internazionali di The Alchemist a Copenhagen o Arigato Travel Food Tours in Giappone - spiega Roberta Garibaldi, amministratore delegato di Enit (nella foto) e ospite al [Buy Tourism Online](#) di Firenze - abbiamo dato forte impulso a uno sviluppo data driven e app friendly del nostro settore di mercato, affinché l'uso di dispositivi digitali consenta di espandere i percorsi del gusto, mettendo a disposizione informazioni specialistiche durante i tour, possibilità di acquisto di prodotti in tempo reale, suggerimenti per fruire delle visite evitando affollamenti”.

Gli effetti terapeutici della natura

Il desiderio di esperienze rigenerative ha così rafforzato nell'offerta enogastronomica l'interesse per il rural bathing, sensibilizzando sugli effetti terapeutici della natura, ma anche su una più attenta integrazione uomo-ambiente. “Il 77% dei turisti enogastronomici - aggiunge Garibaldi - ricerca tour che garantiscano aiuto alle comunità locali, come i progetti di food truck inclusivo di Altre Terre in Emilia Romagna a sostegno di fornitori in difficoltà, o itinerari dell'olio che mettono in contatto con cooperative dove lavorano donne vittime di violenza. Stiamo inoltre lavorando alla creazione di hub enogastronomici sul modello del World of Wine di Porto”.

Alberto Caspani



Turismoitalianews
In viaggio nei cinque continenti
Il quotidiano online dedicato al turismo



HOME CHI SIAMO REDAZIONE IL PIACERE DI MANGIARE TOUR OPERATOR LE RICETTE DI CASA SPINETO CONTATTI

Ultim'ora: [APPUNTAMENTI | Tutto pronto a Firenze per la Bto Week: dal 24 al 30 novembre Toscana capitale del travel onlife](#)

APPUNTAMENTI | TUTTO PRONTO A FIRENZE PER LA BTO WEEK: DAL 24 AL 30 NOVEMBRE TOSCANA CAPITALE DEL TRAVEL ONLIFE

Categoria: Le News Pubblicato: 13 Novembre 2021

Stampa



Cento appuntamenti, 5 giornate tematiche, format ibrido online e in presenza per la 13a edizione che avrà per tema "New Frictionless World". Oltre 200 speaker in presenza, in collegamento e in forma di ologramma nelle sedi dell'evento: Palazzo Vecchio, Nana Bianca, Camera di Commercio. Tra i player più attesi: AccorHotels, Best Western, Ctrip, Booking.com, The Student Hotel, TikTok.

(TurismoItaliaNews) Sta per tornare a Firenze, in presenza e online, Bto, l'evento leader in Italia sulle connessioni tra turismo, innovazione e tecnologia che per questa 13a edizione ha scelto un payoff tutto nuovo - "Be Travel Onlife" - che continua le riflessioni sul concetto di Onlife, della capacità di adattamento, di cui si è discusso nell'ultima edizione e che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia. Bto2021 si snoderà in 5 giornate tematiche - 24, 25, 26, 29 e 30 novembre - un viaggio tra innovazione e ospitalità che porterà a Firenze alcuni tra i più importati player del settore, alcuni interverranno in collegamento e altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma. 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](#).



WEB

CATEGORIE

- Notizie
- Luoghi
- Da non perdere
- Da scoprire
- Collezionismo
- Le ultimissime
- Focus
- Le ricette di Casa Spineto
- Tour operator



ASIATICA
Viaggio di Emozioni

**VIAGGIO DA SOGNO,
PREZZI DA FAVOLA**

**VIAGGIO SU MISURA
IN VIETNAM**

5404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



Il tema che farà da filo rosso degli oltre 100 appuntamenti in programma è “New Frictionless World”, letteralmente “un nuovo mondo senza attrito”, che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di Bto2021, Francesco Tapinassi: “La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di touch point fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un “new frictionless world” nel turismo, partendo dalla fine della più grande friction degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19”.

Le giornate tematiche - Il taglio del nastro è in programma il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze con due sessioni di lavoro: “Visione”, con ospiti da tutto il mondo e “Focus”, in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro main topic (digital innovation, destination, food & wine, hospitality) attraverso delle “round table” a cui parteciperanno alcuni dei relatori che si ritroveranno poi nei giorni successivi. Le sedi di Nana Bianca e della Camera di Commercio di Firenze ospiteranno poi le quattro giornate tematiche, da seguire anche online. Nel dettaglio, il 25 novembre è Digital Innovation, il 26 novembre è Destination, il 29 novembre è Food & Wine e il 30 novembre è Hospitality.

Per saperne di più



Avanti

STAY CONNECTED

TWITTER
7950 Followers

INSTAGRAM
0 Follower

YOUTUBE
-1 Subscriber

YOUTUBE CHANNEL



In Marocco, appena possibile!

[Guarda il video.](#)



Gli Spiriti Arcani di Città di Castello, Bosa, Castelrotto, Squillace e Bobbio

[Guarda il video.](#)



Santander, affacciata sulla baia della Cantabria ecco la città della qualità urbana

[Guarda il video.](#)



NOVITÀ IN LIBRERIA



Link: <https://viaggi.corriere.it/eventi/bto-2021-viaggi-innovazione-tecnologia/>



DOVE WINTER

IDEE VIAGGI

GUIDE VIAGGI

DOVE TV

SPECIALI

METEO

DOVE CARD

OFFERTE DOVE CLUB

Cerca in Dove



Home > Eventi > BTO2021: torna a Firenze l'evento dedicato al viaggio e all'innovazione



EVENTI

BTO2021: torna a Firenze l'evento dedicato al viaggio e all'innovazione

Redazione DOVE 23 Novembre 2021

Ci sarà anche **DOVE** tra i protagonisti di BTO2021, l'evento di Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze che parla di viaggi, innovazione e tecnologia. Cinque giorni per riflettere sul futuro del turismo e anticipare i trend di settore



Cinque giorni per parlare di viaggi, innovazione e tecnologia. **BTO 2021 – Be Travel Onlife** torna a **Firenze**, dal **24 al 30 novembre**, con un nuovo format ibrido, in presenza e in streaming. 100 appuntamenti, 200 relatori, diverse sedi – Palazzo Vecchio, Nana Bianca, Camera di Commercio – e un filo conduttore: riflettere sul futuro dei viaggi, sull'evoluzione del binomio turismo-innovazione e sui trend di settore.

DOVE tra i protagonisti di BTO2021

Per questo motivo non poteva mancare anche **DOVE**, non sono un **mensile**, ma un sistema multimediale, che racconta il viaggio in modi sempre nuovi. Lo dimostra il recente **DOVE Winter**, uscito in edicola con *Corriere della Sera* e **online**, che porta alla scoperta dei nuovi trend del viaggiare e delle destinazioni più desiderate per l'inverno 2021-22. Il

WEB

Vuoi rimanere sempre aggiornato sul mondo dei viaggi?



Registrati alla Newsletter di Dove!

Ogni settimana riceverai i migliori contenuti per te!

racconto continua tutti i giorni sul **sito** – canale viaggi di [corriere.it](https://www.corriere.it/viaggi) -, sui **social** ([Instagram](https://www.instagram.com/corriereviaggi) e [Facebook](https://www.facebook.com/corriereviaggi)) e con i **podcast geolocalizzati**.

L'appuntamento con **DOVE** al **BTO** è fissato per il **26 novembre**, dalle 9 alle 9.50 presso la **Main Hall** di **Nana Bianca**. Il direttore **Simona Tedesco** si confronterà con **Luca Romozzi**, Senior Director di Sojern, azienda specializzata in digital marketing per l'industria del turismo, **Bruno Pellegrini**, founder di Loquis, prima piattaforma dove ascoltare e pubblicare podcast geolocalizzati, e **Manuel Gabriele**, direttore di Visit Brescia, sull'efficacia dei media di viaggio digitali nella comunicazione innovativa delle destinazioni turistiche.



Un momento di confronto durante BTO2020

SCOPRI ANCHE: [DOVE Winter: le tendenze di viaggio per questo inverno in streaming](#)

Il tema di BTO2021

In questa tredicesima edizione, **BTO** continua le riflessioni sul concetto di **Onlife**, della **capacità di adattamento**, che diventa ancora più attuale in tempi di post pandemia, attraverso cinque giornate tematiche che vedranno protagonisti alcuni tra i più importati player del settore, alcuni in collegamento, altri in presenza, altri si paleseranno davanti agli ospiti in forma di ologramma.

Il tema che lega quest'anno gli oltre 100 appuntamenti in programma è **New Frictionless World**, letteralmente "un nuovo mondo senza attrito", che è anche un augurio per il futuro come spiega il direttore scientifico di BTO2021, **Francesco Tapinassi**: "La semplificazione delle esperienze digitali è il segreto del successo delle principali piattaforme online ed è estremamente interessante che il modello organizzativo incentrato sulla costruzione di *touch point* fluidi, senza attriti e complessità, possa diventare un esempio anche nella generazione di destinazioni, strutture ed esperienze turistiche perfette per il viaggiatore contemporaneo. Un augurio quindi quello di un "*new frictionless world*" nel turismo, partendo dalla fine della più grande *friction* degli ultimi decenni, la diffusione del Covid-19".

SCOPRI ANCHE: [Speciale DOVE Winter: l'essenza del "nuovo viaggiare" nell'inverno 2021-22](#)

Il programma di BTO2021

Si inizia il 24 novembre nel Salone dei Cinquecento di **Palazzo Vecchio**, a
WEB

Guide



AMERICA
Costa Rica



ITALIA
Trieste: cosa vedere e cosa fare

Firenze con due sessioni di lavoro: **“Visione”** e **“Focus”**, in cui i verranno fornite alcune anticipazioni dei quattro temi principali dell’evento: **Digital Innovation** di cui si parlerà nel dettaglio negli interventi del 25 novembre, **Destination** in programma il 26 novembre, **Food & Wine** il 29 novembre, **Hospitality** tematica che sarà affrontata il 30 novembre.



Vuoi rimanere sempre aggiornato sul mondo dei viaggi?

Registrati alla Newsletter di Dove!

Ogni settimana riceverai i migliori contenuti per te!

Il programma completo di BTO202, evento promosso da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze, è online su www.bto.travel

LEGGI ANCHE



Speciale DOVE Winter: l'essenza del “nuovo viaggiare” nell’inverno 2021-22



Natale 2021: le migliori mostre e i musei interattivi in Italia. Per godersi le feste restando a casa

Ti è piaciuto questo contenuto?
Condividilo con chi vuoi!



EVENTI
Rendez-vous du Carnet de Voyage: l'arte del diario di viaggio in mostra a Clermont-Ferrand



EVENTI
Un assistente di volo rivela il significato di quei “suoni” in volo. E quando ci dobbiamo preoccupare



EVENTI
DOVEWinter 2021-22: l'essenza del “nuovo viaggiare” in edicola con il Corriere. E in streaming su corriere.it



Link: <https://videonord.it/2021/11/30/boom-del-turismo-enogastronomico-in-italia/>

VIDEONORD

LA TUA TELEVISIONE

[Chi Siamo](#) [Dove siamo](#) [Palinsesto](#) [Privacy Policy](#)

Boom del turismo enogastronomico in Italia

30 Novembre 2021 By: [admin](#)



Boom per il turismo enogastronomico in Italia nel 2021. Tra gennaio e ottobre, il Belpaese è primo tra le mete più golose nel mondo, seguito da Francia e Giappone. È quanto emerge da una ricerca Ipsos e dalle tendenze presentate da Google nel corso di [BTO – Be Travel.Onlife](#).

mgg/sat/red

Category: [Italpress](#) Tagged: [Italpress](#) [news](#) [notizie](#)

Scuola, al via in Veneto il progetto "Talenti al lavoro"
Carabinieri ed Enel più vicini per la tutela del Paese

**VIDEO
NORD**

DTT LCN 72

Cerca ... [Cerca](#)



Ultime Notizie Italpress

In Calabria conclusa la vaccinazione al lavoratori regionali
Consiglio regionale approva riforma sanità lombarda
B20 Italy, progetti per far ripartire l'economia
Per export distretti Italiani crescita sostenuta
Covid, 12.764 nuovi casi e 89 decessi in 24 ore
Covid, 12.764 nuovi casi e 89 decessi in 24 ore
Bosch Italia sostiene la onlus Pane Quotidiano per il Natale
Tg Sport – 30/11/2021
Festa della Toscana, Mazzeo "Non essere mai indifferenti"
Tg Economia – 30/11/2021

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Link: https://winenews.it/it/italia-batte-francia-e-giappone-conquistando-il-primo-posto-tra-le-mete-gourmand-nel-mondo_457284/



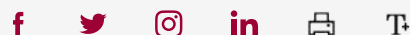
NON SOLO VINO
SONDAGGI

HOME > NON SOLO VINO

Italia “batte” Francia e Giappone conquistando il primo posto tra le mete gourmand nel mondo

Enogastronomia, qualità della vita, ottimismo e creatività fanno dell'Italia il Paese più desiderato dai turisti mondiali per Ipsos e Google

FIRENZE, 30 NOVEMBRE 2021, ORE 16:00



Italia prima tra le mete gourmand (ph: La Loggia, Firenze)

La qualità della vita, l'ottimismo, la creatività che contraddistinguono da sempre il popolo italiano, portano il Belpaese ad essere la meta più desiderata al mondo dal punto di vista turistico e nell'anno segnato ancora dalla pandemia, i viaggi slow e di prossimità, vino e cibo di qualità, fanno esplodere il turismo enogastronomico registrando un +39%. Sono dati che emergono dalla ricerca Ipsos e dalle tendenze di ricerca di Google, presentate nei giorni scorsi a “Bto-Be Travel Onlife”, evento sul turismo e l'innovazione a Firenze.

L'Italia è prima tra le mete più golose nel mondo (49% degli intervistati), seguita a distanza da Francia (22%) e Giappone (16%) ma è anche il Paese più desiderato dal punto di vista turistico, secondo il 40% del campione intervistato da Ipsos per l'indagine “Turismo eno-gastronomico: il rilancio sostenibile dell'Italia”. Tra gli aspetti più rilevanti del nostro Paese al primo posto troviamo la qualità della vita, seguita dall'ottimismo e dalla creatività e capacità di inventiva che contraddistinguono il

8404 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

popolo italiano. L'offerta enogastronomica, la moda e l'arte sono considerati i principali ambasciatori della nostra cultura all'estero. Inoltre, sempre più spesso l'offerta enogastronomica di qualità guida i turisti nella scelta delle mete da visitare.

Una degustazione in cantina, un tour in un caseificio o qualche giorno in agriturismo per assaggiare i prodotti tipici del territorio sono in grado di conquistare un po' tutti.

Per ben tre italiani su quattro la presenza combinata di questi elementi è ormai diventata determinante.

Sempre secondo l'indagine Ipsos, la Sicilia guida la classifica delle Regioni che meglio sanno raccontare la propria eccellenza nel campo del food & wine, seguita da Toscana, Emilia Romagna, Puglia e Campania.

Anche secondo "Google Destination Insights" nel prossimo futuro il turismo di prossimità rappresenterà una chiave a livello globale. Nell'organizzazione di una vacanza la sostenibilità è considerata un valore molto importante dall'83% dei viaggiatori e il 61% di essi afferma che la pandemia li ha resi maggiormente sensibili a questo valore. La sostenibilità, è emerso nell'evento promosso da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze, e organizzato da Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana, è tenuta in grande considerazione anche da chi pratica turismo enogastronomico. L'Italia svetta tra le mete gourmand nelle tendenze di ricerca su Google e registra un interesse in crescita: tra gennaio e ottobre 2021 la ricerca di tour enogastronomico segna un +39% mentre quella relativa alle cantine mostra un altro +30%.

Copyright © 2000/2021

TAG: **GOOGLE, IPSOS, TURISMO, TURISMO ENOGASTRONOMICO**

ALTRI ARTICOLI

NON SOLO VINO

"Dal Campo alla Tavola": con il progetto di Cia/Agricoltori Italiani, le aziende diventano digital

30 Novembre 2021



NON SOLO VINO

A Don Luigi Ciotti il "Premio Economia del Futuro" del "Polo del Gusto" (Illy) e Forbes Italia

30 Novembre 2021



NON SOLO VINO

Il nuovo consumatore? L'"etichetta", che vuole tutta la verità, nient'altro che la verità, sul cibo

30 Novembre 2021



NON SOLO VINO