

A Bto per scoprire la smartness del turismo

L'undicesima edizione di Buy Tourism Online a marzo 2019

di Paola Baldacci

Con diecimila visitatori e l'incremento del 20% dei paganti, Bto è per la Regione Toscana e la Camera di commercio fiorentina un evento sul quale investire e tenersi stretto. Riconosciuto come l'appuntamento che per primo si è rivolto all'industria del turismo - un po' sbilanciata sull'hospitality - per aprirne gli occhi sull'innovazione, **Buy Tourism Online** ha saltato l'edizione 2018 per andare a collocarsi nella primavera 2019 e tornare alla stazione Leopolda di Firenze, dopo gli anni alla Fortezza da Basso. Cambio di direzione e apertura dell'advisory board a un ampio gruppo di lavoro sono alcune caratteristiche della nuova organizzazione, affidata a **Francesco Tapinassi, dirigente del Mibact**. Il tema sul quale saranno declinate le conferenze di massimo 50 minuti l'una è la "smartness", traducibile in "intelligenza brillante", cioè capace di evolvere al passo della trasformazione digitale. In un senso che non riguarda solo i turisti, ma la cittadinanza stessa. "Essere smart nel turismo si-

gnifica offrire servizi digitali innovativi in grado di migliorare l'esperienza dei viaggiatori, la gestione delle destinazioni, il management e il marketing delle imprese - osserva Tapinassi -. Aziende ed enti del settore si stanno attrezzando per trarre un nuovo vantaggio applicando strategie smart, a partire dalla valorizzazione dei dati e le informazioni che la rete ci restituisce". Alcuni inviti internazionali alle destinazioni con casi di smartness sono già in cantiere, tra Lione e Helsinki ad esempio, mentre una importante azienda cinese che sta acquistando società di software gestionali europee ha già accettato di venire a raccontarsi. "La proposta del tema di smartness come elemento di connessione dell'intero palinsesto di Bto nasce dal fatto che è applicabile a tutte le componenti della filiera e della domanda turistica", sottolinea Tapinassi.

Alla Leopolda

L'evento sul turismo digitale o online, che per primo e nella maniera più esaustiva, unendo capacità di visione e formazione, nonché incontro

fra pubblico e privato, ha saputo trattare gli argomenti della trasformazione digitale, e dei processi aziendali ad essa connessi, riparte da una sede rappresentativa della mission: fare scuola. "Meno location espositiva e più luogo di pensiero", dice il direttore, parlando del ritorno nel luogo dove la kermesse è nata dodici anni fa. Chiamati a collaborare alla realizzazione sono 45 professionisti che esprimono le audience di Bto. Ci sono docenti universitari, esperti di digital marketing, di hospitality, influencer, manager e giornalisti. Si misureranno in proposte che quattro responsabili dei rispettivi asset tematici sceglieranno, costruendoli insieme. I "master" sono Giulia Eremita, ex responsabile di Trivago Italia e oggi curatrice di progetti di turismo digitale, Rodolfo Baggio, docente e coordinatore dell'area Sistemi informativi in Bocconi, Roberta Milano, ex direttore marketing e comunicazione digitale di Enit e docente alla Cattolica di Milano, infine Robi Veltroni, direttore d'hotel, editor

di Officina Turistica, appassionato di distribuzione alberghiera. I 4 ambienti sui quali verranno sviluppati 100 titoli sono l'hospitality, il food and wine tourism, destination e digital. Su tutti, a tenere le fila, Robert Piattelli, co-founder di Bto Educational, l'anima "education" dell'evento di fondazione Sistema Toscana (la Regione) e della Cciaa. I due enti proprietari del marchio e del progetto, sul quale si stima un investimento di mezzo milione di euro, hanno vissuto una fase di dibattito sulla cessione, per poi convincersi dell'importanza di mantenere a Firenze un think tank fino a oggi capace di attrarre competenze e conoscenza. "Bto non è in vendita, abbiamo ritrovato la progettualità", ha detto **Claudio Bianchi, vicepresidente della Camera di commercio di Firenze**. Per **Stefano Ciuoffo, assessore toscano al Turismo**, "Bto è sempre riuscita ad anticipare tendenze e innovazione, perciò consolidare questa capacità diventando luogo di interazione e dialogo per analizzare il settore deve rimanere la sua forza".



Francesco Tapinassi, Stefano Ciuoffo, Claudio Bianchi

vueling
AIRLINES

NUOVA TARIFFA TIMEFLEX
PER CHI CONSIDERA IL PROPRIO TEMPO PIÙ IMPORTANTE DI QUALSIASI ALTRA COSA A UN PREZZO DECISAMENTE ACCESSIBILE.

- Chiedi il tuo tempo preferito.
- Stai a Bto al momento giusto (non solo nella tua città).
- Stai tranquillo: il prezzo è quello che ti serve.
- Il tuo tempo è il tuo tempo.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.