**CITTADINI TEMPORANEI: CRESCE IL POPOLO DEI NOMADI DIGITALI
SOSTENIBILITA’ E BUONA TAVOLA I NUOVI DRIVER DEL TURISMO**

**DATI E TREND PRESENTATI A FIRENZE NELLA SECONDA GIORNATA DI BTO**

*Si chiude a Firenze la 14/esima edizione di BTO – Be Travel Onlife, manifestazione di riferimento
per travel e innovation, tra i primi eventi fruibili in doppia modalità: in presenza e nel Metaverso
Tra i trend di viaggio: l’importanza delle ricerche online e dell’esperienza food&wine per la scelta della meta
Il fenomeno Great Resignation segna il settore: mancano competenze e candidati*

*Firenze, 30 novembre 2022 –* Con 35 milioni di cittadini e un reddito pro capite medio di 1800 dollari al mese, se fosse uno stato quello dei **nomadi digitali** sarebbe il **41/esimo al mondo e il 38/esimo più ricco**. Le stime arrivano dall’Associazione Italiana Nomadi Digitali – ETS, presieduta da Alberto Mattei, durante la seconda e ultima giornata di **BTO – Be Travel Onlife**, la manifestazione di riferimento per travel e innovation che si chiude oggi a Firenze. L’evento è promosso da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze, mentre l’organizzazione è a cura di Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana. La 14/esima edizione è uno dei primi eventi fruibili in doppia modalità live e nel Metaverso, in linea con il tema chiave di quest’anno: **Meta-tourism**.

Un mercato in crescita e molto appetibile, quello dei **nomadi digitali**, che sta contribuendo a cambiare l’approccio dei player del turismo nel mondo. Insieme ad altri elementi quali la ricerca di **viaggi sostenibili**, l’esperienza enogastronomicae l’importanza sempre più preponderante del web nella definizione della meta. Secondo una ricerca presentata in esclusiva alla 14/esima edizione di BTO da **Ipsos,** l’enogastronomia cresce tra le motivazioni che guidano la scelta della meta (25%) ed è una prerogativa soprattutto per chi opta per una vacanza in Italia. Il nostro Paese mantiene la quarta posizione a livello mondiale come brand, risultato di un mix tra bellezza naturale, qualità della vita, ma anche affidabilità. Anche l’export si conferma come elemento che genera attrazione turistica. Sempre secondo Ipsos la scelta della meta turistica passa sempre più spesso dalle ricerche online, tra siti istituzionali (36%), blog e forum di viaggi (33%), social (13%). **Il 52% degli italiani dichiara di prenotare le proprie vacanze online**.

Rispetto al 2019, secondo i dati raccolti da **TheFork**, l’Italia mostra segnali di forte ripresa, con un aumento delle prenotazioni del 20% da gennaio a ottobre 2022. La Spagna è allineata all’Italia con una crescita del +24% mentre la Francia segna un -4% nello stesso periodo. Nel 2022 Roma e Milano hanno registrato il più alto numero di prenotazioni al ristorante in Italia, seguite nell’ordine da Firenze, Torino e Napoli. La cucina italiana è nella top five tra le scelte dei food lovers italiani, francesi, spagnoli e inglesi.

Il fenomeno **Great Resignation** segna anche il comparto del turismo. Come emerso dalla presentazione di Monica Lasaponara, Escape Coach, nel corso del panel “Il tempo contro-verso”, **l'85% delle persone nel mondo non è soddisfatto del proprio lavoro.** La percentuale italiana è del 94%: nel nostro Paese per tre lavoratori su quattro il lavoro significa ansia e stress. Tra i settori più colpiti c’è proprio quello del turismo: si cerca un miglior equilibrio tra vita privata e professionale. Lo studio di **Intesa Sanpaolo** conferma il dato: il turismo è il settore in cui si fa più fatica a trovare professionisti, in particolare in cucina. Non ci sono abbastanza cuochi, camerieri e impiegati in altre professioni similari, un vuoto causato da una inadeguata preparazione e dalla mancanza effettiva di candidati.

Successo per la **META BTO** realizzata da Carraro LAB, una sperimentazione inedita della sinergia phygital tra eventi fisici e virtuali, grazie alla quale i partecipanti della manifestazione hanno avuto la possibilità di visitare BTO virtualmente nel Metaverso, sotto forma di avatar, accedendovi da Pc, Smartphone e Visori VR attraverso un Qrcode/link che verrà fornito dopo le presentazioni. La sperimentazione della META BTO è una case history emblematica delle applicazioni del Metaverso al turismo MICE.

Il programma di BTO nasce dal lavoro corale dell’Advisory Board composto da professionisti provenienti da tutta Italia, coordinati dal direttore scientifico, **Francesco Tapinassi**. Hanno contribuito in particolare alla costruzione del programma i responsabili dei quattro topic: **Nicola Zoppi per la sezione Hospitality, Roberta Milano per Food & Wine, Emma Taveri per Destination, Giulia Eremita con Rodolfo Baggio per Digital Strategy & Innovation.**

[www.bto.travel](http://www.bto.travel)

Main Sponsor BTO2022: Intesa Sanpaolo e WineAround.

Media Partner BTO2022: Turismo&Attualità, Trend, Guida Viaggi, Travel Quotidiano, L’Agenzia di Viaggi, Quality Travel, Travel World, Italian Absolutely, intoscana.it

*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.*

Contatti ufficio Stampa

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

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

Con Chiarello Puliti & Partners - Francesca Puliti – francesca@puliti.net – 392 9475467