

Alla Leopolda si è conclusa l'edizione numero 14 di Be Travel Onlife: un tuffo nel metaverso e nelle nuove opportunità

# Turismo e innovazione, a Bto il futuro è ora

di **Gioietta Ciuffa**

FIRENZE

■ Concluso mercoledì a Firenze Bto - Be Travel Onlife, evento che esplora le tematiche legate a turismo e innovazione. Si è discusso di quanto di più nuovo la tecnologia offre con il trending topic del momento, il metaverso, che si è potuto sperimentare in questa XIV edizione alla Leopolda, stazione ottocentesca da cui stavolta si parte per un viaggio nel futuro. Oltre il phigital cui la pandemia ha abituato, Bto ha infatti reso possibile ai visitatori entrare nello spazio virtuale del metaverso e scrutarne le opportunità per un settore che evolve, come i turisti alle cui esigenze non si può più rispondere escludendo una digitalizzazione.

Non serve arrivare ad avere versioni virtuali di città (entro il 2026 molte la avranno) o proporre vacanze (visite o esperienze altrimenti impossibili come scalare una vetta) né si commetta l'errore di pensarle come qualcosa di là da venire: è più vicino di quanto si creda e porta implicazioni non solo nel travel. Spiega il direttore scientifico Bto, Francesco Tapinassi: "Con un programma costruito su bisogni di oggi, mostriamo applicazioni esistenti che nel futuro evolveranno. Sempre amiche dell'uomo, mai qualcosa di cui diffidare: l'anno scorso gli ologrammi, ora il metaverso, che allo stato attuale non può sostituire una visita o l'assaggio di un piatto ma può invogliare alla prenotazione, sup-

portando i 43.000 operatori turistici toscani. Purtroppo in Italia l'approccio all'innovazione è visto come qualcosa di fantascientifico".

Dimissioni di massa, sostenibilità, digitalizzazione e nomadismo digitale: questi i temi toccati che assumono sempre più importanza e contribuiscono a definire le scelte del turismo di breve e lunga durata (si pensi allo "smart working, long staying", sempre più diffuso non solo tra i giovani grazie al lavoro da remoto). Remote worker "da non catalogare come un target unico, avendo molte sfaccettature (imprenditori, solo travel, con famiglia al seguito, partite iva); certo è che cercano esperienze significative sentendosi parte della comunità che deve accoglierli con spazi abitativi, servizi tecnologici e umani", afferma Alberto Mattei, fondatore di Nomadi Digitali. E il digitale come prevedibile tanta parte ha nella scelta delle destinazioni e nelle prenotazioni, anche a tavola. Rispetto al 2019, secondo i dati raccolti da TheFork emersi durante la rassegna, da gennaio a ottobre 2022 l'Italia vede prenotazioni aumentate del 20%, la Spagna +24% mentre la Francia -4%, con Roma, Milano e Firenze che hanno registrato il più alto numero di prenotazioni al ristorante. L'enogastronomia come traino: secondo lo studio Ipsos, è motivo di scelta della meta (25%) e l'Italia ha la quarta posizione a livello mondiale come brand grazie a bellezza naturale, qualità della vita, affidabilità.

Bto ha previsto una serie di incontri per addetti ai lavori, molto seguiti quelli dedicati alla gestione del personale: hotel e ristoranti si impegnano solo nel customer relationship management e trascurano i dipendenti. "Scelta vincente è mettere le persone al primo posto: non il logo ma collaboratori o ospiti che con il sorriso raccontino un'esperienza che vale la pena essere vissuta, che sia vacanza o un rapporto di lavoro", spiega il consulente Marco Volpe. Rapporti umani quindi, una sostenibilità non solo green come normalmente intesa ma anche consapevolezza: "Sostenibilità è anche vivibilità della città - dichiara Alessia Bettini, vicesindaca e assessora al Turismo del comune di Firenze - Le nostre politiche vedono una delocalizzazione dei flussi verso musei minori, botteghe dell'artigianato, eventi culturali di alto livello per essere attrattivi anche in bassa stagione. Vogliamo intercettare quel tipo di visitatore consapevole che ricerca emozioni, investire in un turismo lento come, ad esempio, i cammini".

Lo spirito della Bto per Tapinassi è quindi "innovazione partendo dalle competenze, non dagli strumenti. Il metaverso quindi come evoluzione tecnologica, non rivoluzione, che apporterà un ulteriore modello narrativo. La strategia nel costruire Bto nasce dal supporto al sistema dell'offerta, attraverso le competenze: oggi è possibile questa tecnologia, da provare e comprendere nelle funzionalità".



07167



07167

07167

07167

**Bto** Durante l'evento sono state affrontate tante tematiche legate al digitale e non solo

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7167