Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Toscana

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

L'11^ edizione di Bto torna alla Leopolda e punta sullo 'smartness'

notizia pubblicata **02 Novembre 2018** alle ore **11:40** nella categoria **borse e fiere**



Proseguono a ritmo serrato i lavori per BTO11, evento dedicato al connubio tra turismo e innovazione in programma il 20 e 21 marzo 2019 alla Stazione Leopolda di Firenze.

Per questa edizione BTO torna alle origini, nel luogo che ospitò la sua nascita e le primissime edizioni, e riparte indirizzando la sua offerta al mondo del travel online con una particolare attenzione al settore delle imprese, delle università e delle scuole di formazione a indirizzo turistico. É Francesco Tapinassi, il direttore del nuovo Advisory Boar, a svelare il tema di questa 11^ edizione: smartness.

Gli oltre 100 appuntamenti in programma, infatti, consentiranno una analisi del significato che lo 'smart tourism' ha per il settore e per il nostro paese.

"Essere smart nel turismo – ha detto Tapinassi – significa offrire servizi digitali innovativi in grado di migliorare l'esperienza dei viaggiatori, la gestione delle destinazioni, il management e il marketing delle imprese del settore. Aziende, enti e attori del turismo, globalmente, si stanno attrezzando per comprenderne le opportunità e trarre un nuovo vantaggio competitivo applicando una smart strategy, a partire dalla valorizzazione dei dati e delle informazioni che la rete è in grado di restituirci. La proposta di avere il tema di smartness come elemento di connessione dell'intero palinsesto di BTO11 nasce dall'applicabilità del termine a tutte le componenti dell'offerta e della domanda turistica e dalla crescente attenzione che la parola smart sta suscitando nel settore del travel".

"BTO negli anni – ha affermato Stefano Ciuoffo, assessore al Turismo della Regione Toscana – è riuscita

ad anticipare ciò che nel mondo del turismo è successo in termini di innovazione e tendenze, sia degli operatori che dei turisti stessi. Il consolidare questa capacità diventando luogo di interazione e dialogo per analizzare il settore è la forza di questa manifestazione che dal 2019 si ripresenterà con una nuova formula e un nuovo board. Focalizzarsi nell'edizione di quest'anno su 'Hospitality', 'Food and Wine Tourism', 'Destination' e 'Digital Strategies' in chiave smart darà un quadro d'insieme su quello che sarà la domanda per i prossimi anni e la capacità di risposta che bisognerà dare. Sono certo che il lavoro del nuovo direttore e del nuovo gruppo che lo affiancherà sarà proficuo e carico dell'esperienza del passato".