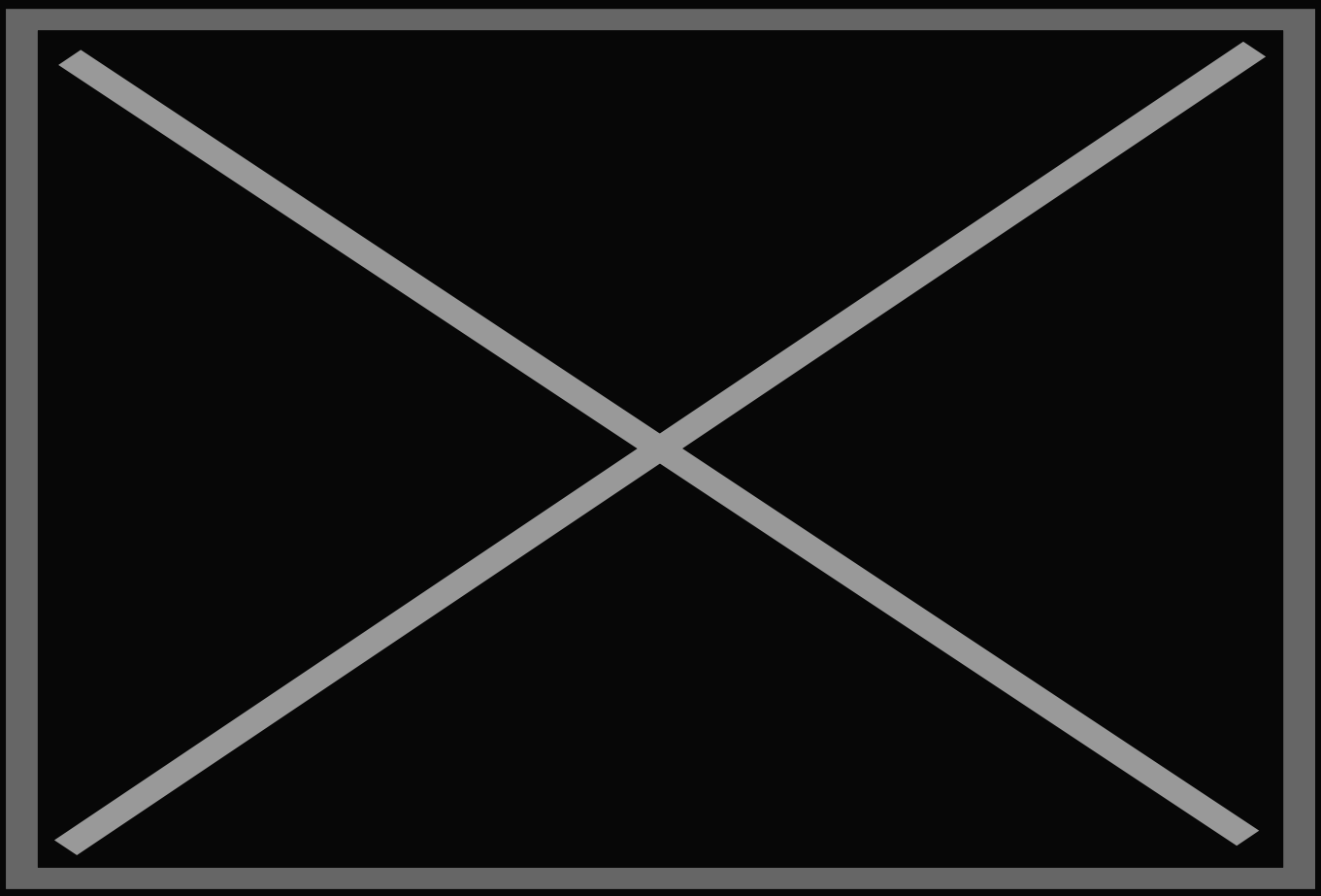
Chiude in positivo la decima edizione di BTO, l'ultima per Giancarlo Carniani

Positivi i numeri della 10a edizione di **BTO**, manifestazione leader del travel online, che si è conclusa ieri a Firenze con oltre 10.000 presenze nei due giorni, come nel 2016, e +20% ticket venduti.
50 gli espositori e oltre 160 eventi ospitati con 250 speaker e 400 tra giornalisti e blogger accreditati.
Grande successo per il nuovo format della **Gong Hall**: un palco allestito come un ring su cui si sono alternati speaker ogni 15 minuti, intervallati dal tipico gong che scandisce i ritmi di un incontro di boxe.
L'ultimo round dei due giorni è toccato al direttore scientifico di BTO, **Giancarlo Carniani**, che ha annunciato che per lui quella appena conclusa sarà l'ultima edizione di BTO in questa veste.
L'intenzione, spiega, è quella di dedicarsi al suo secondo sogno dopo Bto: aprire una scuola di formazione alberghiera tutta italiana, una vera "Accademia del turismo e dell'hotellerie, che sia realizzata sul modello delle grandi accademie europee (Losanna) od americane (Cornell)", come ha precisato successivamente su Facebook..
https://www.facebook.com/carniani/posts/10214194187510740
Per BTO la decima edizione rappresenta quindi **la fine di un ciclo e l'inizio di un nuovo format**, più dedicato all'ispirazione e meno alla formazione.
"In questi 10 anni - ha spiegato Carniani - ho visto molti albergatori preoccuparsi delle regole. Cosa di cui c'è certamente bisogno, ma quello che ho imparato è che le regole non possono fermare l'innovazione. Un nuovo fenomeno può essere fermato solo da un altro fenomeno. Per questo mi auguro che il prossimo direttore scientifico di BTO sappia fare tesoro dell'esperienza che abbiamo sviluppato nel corso di 10 edizioni".
“Dopo 10 edizioni consecutive BTO è un progetto ormai ben strutturato. In questa fase, l’ingresso di partner privati può fornire nuovi stimoli di miglioramento e di crescita. Lavoriamo già da domani per preparare, sempre qui a Firenze, una BTO nuova, con una formula innovativa, capace di anticipare trend e contenuti sempre aggiornati in materia di ricerca scientifica e innovazione tecnologica applicati al travel. La Toscana conferma così ancora una volta il suo ruolo di leadership nell’intercettare i temi e gli scenari futuri del turismo digitale. Siamo condannati all’innovazione”, ha dichiarato **Stefano Ciuoffo**, assessore regionale al Turismo della Regione Toscana.



Nella prima giornata della manifestazione era stato Paolo Pepper, il primo robot umanoide concierge d'Italia, a inaugurare BTO2017, sul palco con il direttore scientifico Giancarlo Carniani. La manifestazione ha tracciato il percorso del futuro del travel 2.0 e ha raccontato le novità tecnologiche per il viaggiatore con ricerche, panel e incontri mettendo in contatto il turista, il mondo industry e i grandi colossi del mercato “virtuale”. Dalla performance del “robot receptionist” ai gusti dei turisti cinesi, dall’intelligenza artificiale all’internet security, dal focus sull’Asia all'identikit del viaggiatore passando dai trend dei mercati emergenti, alla realtà aumentata applicata al travel fino alle nuove sfide del turismo made in Tuscany, BTO ha proposto un ricco programma di incontri a cui hanno partecipato, fra gli altri, i rappresentanti di: Google, Facebook, Airbnb, Booking.com, Expedia, TripAdvisor, Trivago, Accor, Best Western, Una Hotels, Choice Hotels, GoEuro, Travel Appeal, The Student Hotel, Costa Crociere, Tui Group e KLM.

Tra i dati diffusi lo studio di **PhoCusWright®**, ente di ricerca sul turismo tra i più autorevoli al mondo: 1,33 trilioni di euro è il valore di mercato globale del “travel 2.0” (il turismo in rete) in cui Europa e Italia sono tra le protagoniste. Tra le ricerche anche quella della società AirDna sul mercato di Airbnb: in Italia nel 2017 è cresciuto del 22% rispetto all'anno precedente in cui il primo mercato per Airbnb in Europa rimane la Francia e in Italia le prime tre regioni sono Toscana, Sicilia e Lazio. A proposito della Toscana “il 63,2% delle strutture turistiche toscane – secondo l’indagine realizzata da Toscana Promozione Turistica - è soddisfatto dell'andamento turistico del 2017, con punte massime

nell'extralberghiero (65,9%) e tra gli agriturismi (65%)”.