# Bto2020: tutto esaurito alla Leopolda per il turismo del futuro

Si è chiusa alla Stazione Leopolda di Firenze la 12° edizione di **Bto2020**, la manifestazione svoltasi nel capoluogo toscano il 12 e 13 febbraio sotto la direzione scientifica di **Francesco Tapinassi**. Quattro i percorsi tematici su cui si è snodato il programma: **Hospitality**, **Destination**, **Digital strategy & Innovation**, **Food & Wine**. I 90 eventi in cartellone, le 17 cassette degli attrezzi e i 180 speaker provenienti da 11 paesi sono stati i driver che hanno portato al sold out delle 6 hall e tra gli stand degli espositori.

il programma della manifestazione - costruito col supporto dei responsabili di area: **Roberta Milano**, **Giulia Eremita**, **Emma Taveri**, **Rodolfo Baggio**, **Robi Veltroni** - si è occupato di approfondire il "dopo" Thomas Cook; del cibo ambasciatore per il turismo italiano; del rapporto tra l'uomo e le macchine, da Adriano Olivetti ad oggi. Il panel Smart China con i tre giganti high tech Huawei, Ctrip e WeChat, è stato tra i più seguiti nella prima giornata, confermando l'attenzione della Toscana per il mercato cinese e le più innovative tecnologie e strumenti di comunicazione digitale diffusi in Cina.

Riflettori puntati poi sul tema del **riconoscimento facciale nel turismo**, dagli hotel agli aeroporti fino ai pagamenti. Una tecnologia sempre più diffusa perché facile e veloce che nasconde però rischi enormi per la privacy.

Solo un terzo delle aziende turistiche italiane è pronta per l'e-commerce. Lo hanno spiegato Antonio Romeo di **Unioncamere Italiana** e Riccardo di Virgilio del Punto Impresa digitale della **Camera di Commercio di Firenz**e nel loro seminario dove hanno illustrato i dati della maturità digitale delle imprese turistiche, rilevati attraverso la piattaforma on line dei Pid (un servizio delle Camere di Commercio italiane che aiuta le imprese ad entrare nel mondo della tecnologia 4.0).

Si è parlato poi di intelligenza artificiale, rapporto uomo-macchina, big data e innovazioni digitali, come blockchain e microchip sottopelle, per rendere più fluidi i processi di pagamento, di check-in e registrazioni e gli spostamenti in generale.

Immancabile un'ampia sezione dedicata al **Food & Wine** nella quale sono state presentate numerose ricerche sui trend del momento: l'48% degli italiani fotografa il cibo quando mangia fuori casa (ricerca Opentable); gli italiani preferiscono lo smartphone al desktop per prenotare il ristorante online, per il 90% contro il 70% del resto del mondo (fonte The Fork). L'Online Food Delivery è in grandissima

crescita, Just Eat copre il 64% della popolazione in Italia con 12.000 ristoranti. Eppure la parte online vale ancora solo il 18% del mercato. Il cibo più ordinato in Italia, dopo pizza e hamburger, è il giapponese.