BTO 2015: sullo stesso palco Booking, Expedia, TripAdvisor, Google, Trivago e Airbnb

Il 2 e 3 dicembre ritorna alla Fortezza da Basso di Firenze **BTO - Buy Tourism Online,** evento dedicato al mondo Travel & Innovation che, per la sua ottava edizione, sceglie un claim decisamente rock: **SYNCHRONICITY**, prendendo spunto dall'omonimo album dei Police del 1983.
Abbiamo intervistato il co-founder di Bto educational, **Robert Piattelli** che in video ci introduce alla prossima edizione del workshop dedicato al turismo online**: 144 eventi** che si terranno in 9 hall e 2 padiglioni della Fortezza da Basso: un palinsesto di appuntamenti ricchissimo che prevede 16 fasce orarie e 9 proposte differenti in contemporanea. Ci saranno 60 slot scientifici (tra keynotes, ricerche, interviste e dibattiti), oltre 20 sessioni di cassette degli attrezzi (basic e advanced) e 40 product presentation, a cura delle aziende del Club espositori.
Svelate anche alcune delle **aziende che si alterneranno sul palco principale** della manifestazione: tra i protagonisti ci saranno TripAdvisor, Google, Facebook, Trivago, il gruppo Lastminute, Airbnb, Booking, Expedia, Accor Hotels e Best Western.
Proprio **Best Western**, primo gruppo alberghiero in Italia, ha inoltre scelto Bto per la propria convention autunnale che, per l'occasione, sarà integrata nel programma dell'evento.
Il programma sarà suddiviso in 7 temi chiave, uno per ogni nota musicale e ciascuno contraddistinto da un diverso colore: si parte dai mondi del **Mobile** e della digital **Distribution**, per arrivare ad argomenti di estrema attualità come il fenomeno **Sharing** economy, l'analisi delle **Destinations** e la creatività nell'era dei **Social**; per concludere poi con lo spazio dedicato ai **Market Leaders** e a tutto ciò che è vera **Innovation**.
E' intanto disponibile il programma della main hall della manifestazione ai seguenti link:
Programma #BTO2015 - 2 dicembre
Programma #BTO2015 - 3 dicembre
L'edizione 2014 di Bto aveva totalizzato 8.000 visitatori nelle due giornate con 6.000 utenti unici collegati alle dirette web e 350 tra giornalisti e blogger accreditati.