



Il turismo visto con l'IA

ROMA – “Viaggiare è un poco morire” scriveva nell’ottocento Edmond Haraucourt: era un’espressione poetica, anche se di questi tempi certi viaggi verso Est un po’ di tensione la creano. Ma coraggio: anche sul viaggiare, sta entrando quasi di prepotenza l’IA, ovvero l’intelligenza artificiale. Gli esperti promettono meraviglie. Il confronto ci sarà a breve con il **BTO** - Be Travel Onlife alla Sta-

zione Leopolda di Firenze il 27 e 28 novembre. Il tema “BALANCE: AI Confluence in Travel” inquadrerà secondo gli organizzatori una riflessione che mette al centro un dibattito essenziale per il settore turistico: raggiungere l’equilibrio tra Intelligenza Artificiale e il valore inestimabile dell’interazione umana.

Promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze

Il turismo visto con l'IA

e organizzata da **Fondazione Sistema Toscana**, Toscana Promozione Turistica e PromoFirenze, la manifestazione, giunta alla sua sedicesima edizione, si conferma uno dei principali appuntamenti in Italia per gli operatori turistici e gli innovatori digitali. Il programma, curato da un nutrito numero di esperti sotto la direzione scientifica di **Francesco Tapinassi**, affronta da varie angolature i quattro temi principali: Destination, Digital Strategy, Food & Wine Tourism e Hospitality.

Per la due giorni attesi nel ca-

poluogo toscano i rappresentanti dei maggiori player del turismo da Booking.com a Google Travel, da Airbnb a The Data Appeal Company insieme al CONI, Mastercard, Almamiva e a realtà come Vinitaly e Slow Food, solo per citarne alcune. Ampia anche la rappresentanza delle catene alberghiere come Four Seasons, Starhotels, Marriott International, Voihotels. Non mancheranno poi ricerche esclusive come quelle di PhoCusWright, Wine Meridian e dell’Università Bocconi.

Oltre al filo rosso del rapporto tra AI e valore umano di cui si parla in questi giorni anche al G7 di Firenze, altri temi caldi di **BTO** saranno i cambiamenti climatici i cui riflessi verranno approfonditi, tra gli altri, dal climatologo Luca Mercalli; la robotica al servizio del turismo con Francisco Javier Martin Romo country manager di Keenon Robotics, e poi Michael J. Casey, uno dei principali esperti mondiali di blockchain, la sicurezza informatica con Davide Rota, ceo di Tiscali, il boom del turismo caseario di cui parlerà Roberta Garibaldi mentre il

conduttore tv Emilio Casalini, ci guiderà alla riscoperta del turismo slow incentrato su comunità locali e biodiversità e poi focus su dimensione e confronto internazionale per le destinazioni, da Visit Berlin a Turisme de Barcelona, da Budapest alle Asturie passando per Bordeaux, Amsterdam e Liverpool.

La sfida di **BTO** 2024 sarà quella di raccontare da varie angolature come l'AI possa valorizzare l'esperienza turistica mantenendo il tocco umano e l'autenticità culturale. Il ricco programma si articola in 4 topic: Digital Strategy, Destination, Food & Wine Tourism e Hospitality. In tempi di crescente valore del turismo anche crocieristico sull'economia della nostra area - secondo gli ultimi dati, il turismo delle crociere "pesa" sul PIL nazionale oltre il 12%, l'intero comparto turistico sfiora il 25% nelle proiezioni per l'anno prossimo - saper interpretare e valorizzare il ruolo dell'IA diventa fondamentale.