

Presente e futuro del turismo enogastronomico a BTO 2023

scritto da Redazione Wine Meridian | 17 Novembre 2023



Un viaggio tra le evoluzioni del gusto e l'innovazione tecnologica sbarca il 22 e 23 novembre alla Stazione Leopolda di Firenze con il ritorno di [BTO – Be Travel Onlife](#). L'evento innovativo esplora l'impatto della tecnologia sul modo di viaggiare, con un focus crescente sul gusto come principale driver.

SAPIENS – Humans meet AI è il tema della 15/a edizione, con oltre 100 eventi tra approfondimenti, seminari, workshop, declinati nei 4 topic: Destination, Digital Strategy, Food&Wine Tourism e Hospitality. Per volontà del **direttore scientifico Francesco Tapinassi**, da cinque anni BTO ha inserito in programma una ricca sezione dedicata al turismo enogastronomico e curata da **Roberta Milano, Travel & Tourism marketing strategist**. Ricerche internazionali prevedono,

infatti, una **crescita media annua del 17,8% del turismo gastronomico** nei prossimi anni. Analogamente **si prevede che il turismo del vino crescerà del 13,1% (fonte Market Data Forecast)**. Lato domanda, il turista sempre più digitale sembra premiare le cantine che offrono servizi di prenotazione online: **+120% di fatturato generato da cantine con prenotazioni digitali** nei primi cinque mesi 2023 rispetto al 2022 (fonte WineAround). Specularmente, secondo la ricerca di Nomisma Wine Monitor, tra le **competenze più richieste nell'enoturismo** troviamo quelle relative alla comunicazione e al digitale con il **72%**.

In questo contesto ha fatto irruzione l'innovazione più dirompente degli ultimi anni: l'Intelligenza Artificiale e Chat GPT. Già oggi i chatbots basati su AI hanno gestito le richieste dei clienti il 50% più velocemente rispetto agli operatori umani; **l'intelligenza artificiale è stata in grado di rilevare il sentiment nelle recensioni di hotel e ristoranti con un tasso di precisione del 95%**; l'85% dei turisti ha provato e apprezzato le proposte di ristorazione consigliate dall'intelligenza artificiale.

*"L'Intelligenza Artificiale, e quella generativa in particolare, sono già il presente sia nel mondo del vino che in quello della ristorazione. Per questo motivo l'interesse degli operatori è altissimo. Altrettanto alta è la paura per la velocità dei cambiamenti e per gli effetti che avranno. A BT0 abbiamo previsto di rispondere a questo interesse con un programma molto ricco e anche con una nuovissima area di addestramento, **"Humans train AI"**, in cui i visitatori, dopo i panel teorici, possano esercitarsi e conoscere più a fondo le applicazioni già adesso a loro disposizione", ha sottolineato Roberta Milano.*

Un evento imperdibile anche per le

cantine

Il BT0 si rivolge a un pubblico desideroso di innovare e apprendere, impegnato a mantenere la propria competitività in un panorama in continua evoluzione. Secondo Roberta Milano, il significato dell'evento si concretizza come "il luogo dove conoscere il futuro del turismo prima che il futuro arrivi". L'evento offre una varietà di panel, dai più basilari, definiti "cassette degli attrezzi", a quelli più avanzati, per permettere a ognuno di seguire un percorso su misura tra quasi 100 eventi in 6 sale diverse, in base ai propri interessi e competenze.

L'enoturismo sta vivendo una crescita esplosiva, e le cantine rappresentano un'importante risorsa nell'offerta turistica italiana. Tuttavia, molte di loro si trovano di fronte a sfide legate all'accelerazione digitale: la bassa percentuale di prenotazioni online e la scarsa cultura dei dati ne limitano il potenziale. La partecipazione a BT0 è estremamente vantaggiosa per le cantine, offrendo stimoli, novità e buone pratiche da implementare immediatamente nel business, soprattutto per colmare le lacune nell'approccio digitale, sfruttare appieno i contatti dei visitatori e sviluppare una conoscenza più approfondita della propria clientela e dei mercati.

Enoturismo e Intelligenza Artificiale

L'Intelligenza Artificiale (IA) può svolgere un ruolo significativo nello sviluppo dell'enoturismo in Italia attraverso applicazioni innovative che riguardano sia la produzione, sia i turisti.

Secondo Roberta Milano, le 5 strategie più vantaggiose per le aziende sono queste:

1. **Personalizzazione dell'esperienza del visitatore:** l'IA può analizzare i dati dei visitatori, come le preferenze di gusto e le interazioni passate, per personalizzare l'offerta di esperienze enoturistiche. Ad esempio, un'applicazione basata su IA potrebbe consigliare degustazioni di vino specifiche o suggerire attività complementari basate sulle inclinazioni individuali dei visitatori.
2. **Raccomandazioni intelligenti che riguardano il territorio nel suo complesso:** l'IA può fornire raccomandazioni intelligenti su itinerari personalizzati, sugli abbinamenti cibo-vino, suggerendo ai visitatori piatti locali che si abbinino bene ai vini di una determinata cantina. Questo può migliorare l'esperienza gastronomica complessiva in una destinazione.
3. **Chatbot per la pianificazione del viaggio:** un assistente virtuale basato su chatbot può aiutare i turisti a pianificare il viaggio fornendo informazioni sulle cantine, suggerimenti su eventi locali, alloggi e altro.
4. **Analisi dei dati di mercato:** l'IA può analizzare i dati di mercato e le tendenze per identificare le preferenze dei consumatori, le modalità di acquisto e le opportunità di crescita per le singole aziende vinicole. Ciò consente agli operatori di adattare la loro strategia di marketing in base alle esigenze del mercato.
5. **Gestione dell'esperienza clienti e della reputazione:** i sistemi basati su IA possono monitorare e analizzare i feedback dei visitatori, recensioni online e interazioni sui social media per valutare l'esperienza complessiva dei turisti.

Per ulteriori informazioni e acquisto ticket: <https://www.bto.travel/>



Roberta Milano