BTO 2025: Digital Strategy tra AI, visual content e il futuro del branding turistico

scritto da Redazione Wine Meridian | 24 Ottobre 2025



All'11 e 12 novembre BTO 2025 porta a Firenze il tema Digital Strategy: dall'AI applicata al lavoro turistico alla rivoluzione del visual content, fino al ripensamento del branding nell'era degli agenti intelligenti. Wine Meridian presenterà una survey sull'enoturismo e Generazione Z.

L'11 e 12 novembre alla Stazione Leopolda di Firenze, BTO torna con un'edizione che pone al centro il tema "Cross-Travel": la contaminazione tra culture, linguaggi e tecnologie che sta ridisegnando il settore turistico. All'interno di questo scenario, il topic Digital Strategy si distingue per un approccio che va oltre la mera innovazione tecnologica, esplorando invece come la rete diventi cultura, relazione e

fiducia.

Il lavoro ripensato: quando l’AI incontra l’umanità

Uno degli appuntamenti più attesi è il panel **“Non è più (solo) un lavoro: AI, Humans e nuove regole”** (11 novembre, ore 16-16:50, Hall #2). Il turismo si trova di fronte a una sfida esistenziale: la carenza di personale non è solo una questione numerica, ma riflette un cambiamento più profondo nel modo in cui concepiamo il lavoro stesso.

Moderato dal professor Rodolfo Baggio, l’incontro vedrà protagonisti due nomi di calibro internazionale: Rishad Tobaccowala, autore di “Rethinking Work” ed ex Chief Strategist di Publicis Groupe, e Jacques Bulchand-Gidumal, Presidente di IFITT e docente all’Università di Las Palmas. Il tema centrale sarà come attrarre e trattenere talenti in un settore che necessita di un cambio di paradigma culturale, umano e tecnologico.

Visual AI: la rivoluzione dei contenuti emozionali

La seconda giornata riserva un approfondimento tecnico fondamentale con **“Visual AI: Video Strategy & Image Tools per il Turismo”** (12 novembre, ore 16-16:50, Hall #6). L’intelligenza artificiale generativa sta aprendo scenari inediti per la creazione di contenuti visivi veloci, personalizzati ed emozionali.

Il panel esplorerà gli strumenti più recenti per immagini (ChatGPT con generazione visiva, Imagen 4, Ideogram, Midjourney, Flux, Nano Banana di Google) e video (Veo3, Kling, Invideo AI, Heygen), offrendo una panoramica operativa sulle differenze e gli scenari d’uso concreti per il settore turistico.

Branding nell’era degli agenti intelligenti

Forse il tema più provocatorio dell’intera sezione è racchiuso nel titolo **“(No) Branding: come restare rilevanti nel turismo quando la AI rimescola tutto”** (11 novembre, ore 11-11:50, Hall #4). Quando la ricerca è guidata da AI e gli agenti intelligenti ridefiniscono i percorsi di scoperta e decisione, ha ancora senso parlare di branding tradizionale?

Catherine Warrilow, brand strategist britannica specializzata in travel ed esperienze, dialogherà con Elena Farinelli, esperta italiana di SEO e marketing digitale turistico, per rispondere a una domanda cruciale: in un mondo dove i touchpoint si confondono e la fedeltà al brand è sempre più fragile, come si fa a farsi trovare e scegliere?

Wine Meridian e la sfida della Generazione Z

Anche Wine Meridian sarà presente a BTO 2025, nella seconda giornata di martedì 12 novembre, con un intervento dedicato al turismo enogastronomico. Il focus sarà su una delle sfide più strategiche per il settore: attrarre la Generazione Z nel mondo dell’enoturismo.

Durante il panel verrà presentata una survey inedita condotta proprio su questo target, con dati e insight operativi pensati per cantine e destinazioni che vogliono innovare la loro offerta di accoglienza e superare vecchi paradigmi comunicativi.

Un ecosistema che amplifica l’umano

La Digital Strategy di BTO 2025 si distingue per una visione chiara: la tecnologia non sostituisce l’uomo, ma ne amplifica intelligenza, empatia e creatività. In un settore come il

turismo, dove l’esperienza umana resta al centro, questa prospettiva diventa essenziale per costruire un futuro sostenibile e autentico.

Come partecipare

I biglietti per BTO 2025 sono acquistabili online. Oltre alla partecipazione in presenza, l’accesso include quattro mesi di visione esclusiva dei video degli eventi.

Punti chiave

1. **Panel “AI, Humans e nuove regole”** con Rishad Tobaccowala e Jacques Bulchand-Gidumal affronta la carenza di personale turistico.
2. **Visual AI per il turismo:** strumenti come ChatGPT, Midjourney, Veo3 e Heygen per contenuti emozionali innovativi.
3. **Branding nell’era AI:** Catherine Warrilow e Elena Farinelli discutono come restare rilevanti con ricerca AI-driven.
4. **Wine Meridian presenta survey inedita** su Generazione Z ed enoturismo il 12 novembre a BTO.
5. **Tecnologia che amplifica l’umano:** la Digital Strategy di BTO pone creatività ed empatia al centro dell’innovazione.