



AI e turismo: ci vuole equilibrio

DI GIANNI MARTINELLI

IN ALTO: LA CONFERENZA STAMPA
DI PRESENTAZIONE DI BTO 2024.

L'evento 2024 di BTO ha esplorato i rapidi e pervasivi sviluppi dell'Intelligenza Artificiale che sembrano amplificare le contrapposizioni tra digitale e umano.

BTO è l'appuntamento di riferimento in Italia su Turismo Digitale, Innovazione e Formazione nonché la principale occasione di networking tra operatori e aziende del settore. L'edizione di quest'anno si è tenuta alla Stazione Leopolda di Firenze il 27 e 28 novembre con il tema centrale 'BALANCE: AI Confluence in Travel', un titolo che riflette un dibattito cruciale per il settore turistico: trovare l'equilibrio tra Intelligenza Artificiale e il valore insostituibile dell'interazione umana.

La manifestazione di Regione Toscana e Camera di commercio di Firenze, organizzata da Fondazione Sistema Toscana, Toscana Promozione Turistica e PromoFirenze, giunta alla sua sedicesima edizione, si distingue come uno degli appuntamenti italiani più importanti per operatori del turismo e innovatori digitali, con un programma elaborato da un team di 99 esperti, sotto la direzione scientifica di Francesco Tapinassi.

La manifestazione, che nelle passate edizioni ha registrato una media di 350 speaker provenienti da 28 Paesi per oltre 100 eventi, 125 giornalisti accreditati e 42 partner tra università, partner scientifici e commerciali di settore, si conferma precursore dei fenomeni che si svilupperanno nel prossimo futuro.

Nel nuovo contesto delineato dai potenti software di Intelligenza Artificiale, AI generativa e da Chat GPT, stiamo vivendo una profonda rivoluzione dai forti risvolti organizzativi, economici, sociali ed etici, insieme a una polarizzazione del conflitto tra intelligenza artificiale e umana. BTO si pone come un viaggio che supera la contrapposizione tra i due elementi, avvicinandosi a una crescente integrazione dell'Intelligenza Artificiale con le capacità umane e creative e trovando un necessario equilibrio tra AI e valore umano.

Anche le statistiche uscite nell'ultimo periodo portano in questa direzione. Il mercato globale dell'Intelligenza Artificiale nel

settore turistico dovrebbe raggiungere i 5,2 miliardi di dollari entro il 2030, con una crescita media annua del 16,3% tra il 2023 e il 2030 (fonte: Grand View Research). L'integrazione dell'AI è diventata fondamentale per molte aziende turistiche: circa il 57% ha aumentato l'uso dell'AI dal 2022 al 2023, spinta soprattutto dalla necessità di migliorare l'efficienza operativa e rispondere a una clientela sempre più digitalizzata (Deloitte Insights, 2024). Allo stesso tempo, un'indagine di Phocuswright del 2024 ha rilevato che il 71% dei viaggiatori intervistati si aspetta di poter usufruire di servizi personalizzati, come suggerimenti di viaggio basati su preferenze precedenti. Anche l'adozione di chatbot e assistenti virtuali ha guadagnato terreno: il 33% delle aziende turistiche ha implementato assistenti AI per fornire supporto in tempo reale ai clienti (PhocusWire AI Survey, 2024). Si tratta di strumenti che, oltre a ridurre i tempi di attesa, consentono al personale umano di concentrarsi su situazioni più complesse, migliorando l'esperienza complessiva del cliente.

IL TEMA DI BTO: LA SFIDA DELL'EQUILIBRIO TRA AI E UMANITÀ
L'introduzione dell'AI nel turismo solleva la questione di come bilanciare automazione e interazione umana. Mentre l'AI può migliorare la qualità dell'assistenza, ridurre i costi e permettere una personalizzazione avanzata delle offerte, il rischio è di creare esperienze impersonali. Studi recenti indicano che l'adozione dell'AI nel settore potrebbe ridurre i costi operativi delle aziende fino al 30%, consentendo, al contempo, di riallocare le risorse umane in ruoli strategici o di interazione diretta con i clienti, preservando, così, il tocco umano (fonte: McKinsey & Company).

Il mercato globale dell'Intelligenza Artificiale nel settore turistico dovrebbe raggiungere i 5,2 miliardi di dollari entro il 2030.

L'AI non è solo questione di automazione: tecnologie come il riconoscimento vocale e i consigli personalizzati diventano strumenti per potenziare l'esperienza delle persone, aprendo nuove opportunità di esplorazione culturale e facilitando l'accesso a luoghi meno conosciuti. Questo tema è ben rappresentato nel programma del BTO 2024, che ha esplorato come il concetto di 'AI Confluence' possa valorizzare il turismo senza snaturare l'elemento umano, dimostrando che la fusione tra Intelligenza Artificiale e competenze umane può migliorare l'esperienza turistica, mantenendo l'autenticità dell'interazione umana. Ma vediamo come si è snodato il programma nei suoi quattro topic: Destination, Digital Strategy, Food & Wine Tourism e Hospitality.

DESTINATION: ESPLORARE IL FUTURO DEL TURISMO SOSTENIBILE E UMANO

Curata da Emma Taveri, ha presentato casi di successo e speaker di rilievo per riflettere sui trend emergenti, tra cui quello di concepire le destinazioni come laboratori di innovazione e co-creazione per un turismo più smart, sostenibile e inclusivo.



L'INTERVENTO DI ROBERTA MILANO, COORDINATRICE DEL TOPIC SUL TURISMO ENOGASTRONOMICO ALL'INTERNO DEL COMITATO SCIENTIFICO DI BTO.

DIGITAL STRATEGY: AI E NUOVE FRONTIERE DEL TURISMO

I coordinatori scientifici Giulia Eremita e Rodolfo Baggio hanno costruito un palinsesto articolato sulla ricerca del giusto equilibrio tra l'uso degli strumenti di Intelligenza Artificiale, generativa e no, e le tecnologie esistenti: l'obiettivo è completare, potenziare e alleggerire il lavoro, liberando tempo prezioso. Nella Digital Strategy di quest'anno queste opportunità si concretizzano in diversi applicativi, con la robotica che avanza, in particolare nella ristorazione di alta gamma e nel room service degli hotel.

FOOD & WINE TOURISM: ENOTURISMO E AI

Nella sezione sul turismo enogastronomico, curata da Roberta Milano, il dibattito verte su un tema di grande attualità: l'impatto del cambiamento climatico. È stato Luca Mercalli a introdurre la discussione, parlando di come il riscaldamento globale stia influenzando profondamente il settore. A fianco di questa riflessione, emerge un altro aspetto cruciale per l'enogastronomia: l'Intelligenza Artificiale. Divinea ha approfondito il ruolo dell'AI nell'enoturismo, mentre Federfranchising si è concentrato sull'uso di questa tecnologia nel franchising della ristorazione, evidenziando le potenzialità e le sfide legate all'automazione. A completare il tema AI generativa per il Food & Wine Tourism, un approfondimento sulle esperienze iperpersonalizzate in un contesto territoriale con l'esempio concreto e i dati di Pesaro 2024, Capitale italiana della Cultura.

HOSPITALITY: INNOVAZIONE E SFIDE DEL SETTORE

Sotto il coordinamento di Nicola Zoppi, il settore dell'Hospitality introduce nuove soluzioni e una cassetta degli attrezzi innovativa per l'integrazione dell'Intelligenza Artificiale. Le applicazioni di AI trovano ampio utilizzo soprattutto nel Revenue Management, con particolare attenzione al pricing dinamico. Un altro tema chiave è il crescente affidamento su startup specializzate nelle risposte automatizzate alle recensioni e nelle chatbot per il customer care, che stanno consolidando la loro affidabilità all'interno del settore. Non è mancata un'analisi delle barriere e delle sfide per l'adozione di queste tecnologie, tra cui la carenza di risorse umane qualificate.