

[Comunicazione alla stampa]

Intelligenza Artificiale e turismo: sintesi perfetta del futuro dei viaggi

Nel Travel Innovation Hub del Gruppo Bluvacanze si presenta Turismi.AI, una rete di aziende, enti di formazione e ambassador per condividere l'impegno nell'innovazione e nel digitale, di cui l'Intelligenza Artificiale è (solo) la frontiera più attuale

Milano, 28 Giugno 2024

Il Travel Innovation Hub del Gruppo Bluvacanze a Milano presenta "Turismi.AI", neonata Associazione per l'Intelligenza Artificiale nel turismo che si pone l'obiettivo di portare la *travel industry* nelle discussioni su digitalizzazione e innovazione, di cui l'AI è la frontiera più attuale. In realtà, l'industria dei viaggi organizzati, dell'ospitalità, del *destination management* e del business travel è un macrosettore economico trasformatosi ampiamente grazie al digitale: si pensi al lungo processo *paperless* della biglietteria aerea e ferroviaria, così come alle antesignane piattaforme di booking che il tour operating ha introdotto con le prime forme di dynamic packaging negli Anni Novanta. Eppure, il turismo con la sua distribuzione e nella sua produzione viene considerato marginalmente un comparto innovativo e latita nei tavoli istituzionali dedicati alla digitalizzazione.

Alessandra Priante, Presidente di ENIT, dichiara: «Questa iniziativa segna un importante passo avanti nell'uso dell'Intelligenza Artificiale nel turismo. Credo fermamente che la collaborazione tra imprese, aziende tecnologiche e istituzioni accademiche possa creare sinergie preziose e portare a innovazioni significative. Confido che Turismi.AI potrà offrire stimoli e progettualità utili al nostro settore, sia per migliorare l'esperienza dei viaggiatori sia per promuovere pratiche sostenibili».

I soci fondatori di Turismi.AI sono Edoardo Colombo, esperto di innovazione specializzato nella trasformazione digitale del turismo per la Pubblica Amministrazione e per le imprese; Antonio Barreca, direttore generale di Federturismo Confindustria; Mirko Lalli, fondatore di The Data Appeal Company.

Tra gli scopi, l'Associazione promuoverà la ricerca di soluzioni specificamente adattate alle esigenze del turismo, organizzerà workshop e seminari per formare i professionisti del settore sull'utilizzo dell'AI e svilupperà sistemi che contribuiscano alla sostenibilità del settore attraverso l'adozione di tecnologie AI. Durante il G7 Turismo di metà novembre a Firenze, presenterà un *position paper* a supporto delle iniziative previste in occasione del summit che avrà un focus proprio sull'AI.

«Turismi.ai nasce con l'obiettivo di promuovere l'integrazione dell'intelligenza artificiale nel settore turistico, il nostro approccio si basa sul modello del *cluster*, per favorire la collaborazione e la condivisione di competenze tra diverse realtà. Questo format permette di sviluppare sinergie efficaci e promuovere il cambiamento con un approccio multidisciplinare - spiega il Presidente di Turismi.AI, **Edoardo Colombo** -. Siamo entusiasti di aver già

[Comunicazione alla stampa]

ottenuto l'adesione di numerose realtà: dalle grandi imprese turistiche alle grandi e piccole aziende tecnologiche, fino al mondo accademico e agli enti associativi. Questa varietà di partecipanti arricchisce il nostro ecosistema e apre prospettive promettenti per il futuro del turismo intelligente e sostenibile. Un centro di competenze che mettiamo a disposizione del settore e delle istituzioni».

Nonostante l'intelligenza artificiale sia già molto presente nel turismo, questo settore cruciale per l'economia italiana è spesso assente dai tavoli dell'innovazione e purtroppo, rispetto ad altri Paesi, si parla anche poco di innovazione negli stessi gruppi di lavoro del Travel.

Di qui l'esigenza di costituire un network associativo che conduca l'industria dell'ospitalità, dell'esperienza e dell'innovazione a una collaborazione sinergica, partecipando al cambiamento, sviluppando partnership e idee. Come detto, è stata impostata un'apertura trasversale all'adesione che comprende il mondo accademico e della formazione professionale specializzata, istituzioni culturali, big tech e provider di tecnologie, di pagamenti digitali, Telcom e, naturalmente, stakeholder del turismo tra produzione e distribuzione organizzata.

A oggi, un centinaio di aziende ed enti compongono il sodalizio (l'elenco completo è sul sito web [Turismi.AI](https://www.turismi.ai)) insieme ad alcuni ambassador, personalità e manager che si qualificano per l'impegno nell'innovare il Travel in tutti i suoi comparti.

«L'industria del turismo ha bisogno di rilanciare costantemente, attraverso l'innovazione e la tecnologia, l'impegno verso l'efficienza, la produttività e una gestione *data driven* – argomenta il Vicepresidente di Turismi.AI, **Mirko Lalli** -. L'intelligenza artificiale, facendo leva sui dati, è un alleato fondamentale in questo processo. Offre soluzioni che non solo anticipano le tendenze del mercato, ma ottimizzano la produttività, elevando l'efficacia complessiva attraverso decisioni basate su dati concreti. Questo approccio proattivo mantiene la competitività del settore, migliora l'esperienza dei turisti e promuove anche uno sviluppo sostenibile, a partire dalla qualità della vita dei residenti».

«Il futuro del turismo è strettamente legato alla nostra capacità di innovare e oggi l'innovazione più importante avviene attraverso l'implementazione di tecnologie che usano l'Intelligenza Artificiale generativa – incalza il Vicepresidente di Turismi.AI, **Antonio Barreca** -. Turismi.AI nasce con l'ambizione di diventare uno strumento utile per spingere ancora la trasformazione digitale del settore, promuovendo la ricerca, lo sviluppo e l'adozione di tecnologie avanzate che miglioreranno l'esperienza turistica e la competitività delle nostre destinazioni. In un'epoca in cui la personalizzazione e l'efficienza sono essenziali, l'intelligenza artificiale offre soluzioni per analizzare i dati, prevedere le tendenze e creare esperienze uniche per i viaggiatori. Stiamo costruendo un ecosistema in cui l'innovazione è al servizio della sostenibilità e della crescita del turismo, unendo istituzioni, aziende e università in una collaborazione virtuosa».

Di rilevanza strategica la partecipazione di imprese leader sia nell'innovazione sia nel mercato incoming e outgoing, come il Gruppo Bluvacanze, di proprietà di MSC Cruises, già dal 2018 impegnata in un articolato percorso di

[Comunicazione alla stampa]

trasformazione focalizzata sull'intercettare consumatori digitali e sviluppare nuovi ingaggi tra loro e i propri imprenditori agenti di viaggi che costituiscono "l'agenzia più grande d'Italia" con le insegne Bluvacanze e Vivere&Viaggiare.

«Abbiamo immediatamente voluto far parte di questo nuovo network di condivisione di esperienze sull'Intelligenza Artificiale perché siamo profondamente convinti che agenzie di viaggio, tour operator e travel management company trarranno benefici importanti dall'integrazione dell'AI nelle loro operazioni quotidiane - argomenta l'AD del Gruppo Bluvacanze, **Domenico Pellegrino** -. Le tendenze tecnologiche che impattano sull'industry del turismo convergono sulla personalizzazione dell'esperienza e sul miglioramento della relazione con il consumatore. Ci attendiamo che l'AI generativa ottimizzi questi processi in modo che i touchpoint fisici possano rispondere più rapidamente alle richieste principali e dedicare più attenzione al perfezionamento della proposta di viaggio. E siamo certi che più i professionisti saranno abili nel fare propria l'AI, più diventeranno indispensabili in futuro».

È convinzione del Gruppo Bluvacanze che l'AI porterà a una qualificazione del lavoro umano e dell'esperienza del viaggiatore, finanche interazioni più profonde e significative.

Contatti Stampa:

Paola Baldacci
Corporate Communication Manager
Ufficio Stampa Bluvacanze
Direzione Marketing Gruppo Bluvacanze
T. 02-881261 - mobile 335 7303450
paola.baldacci@bluvacanze.it
ufficiostampa@bluvacanze.it

Turismi.AI
Associazione Italiana per l'Intelligenza Artificiale nel Turismo
info@turismi.ai

Gruppo Bluvacanze

[Comunicazione alla stampa]

Di proprietà di MSC Cruises, il Gruppo opera industrialmente nel settore turistico con tre diverse *legal entities*: Bluvacanze dedicata alla distribuzione turistica, Going al Tour Operating e Cisalpina Tours al Business Travel ed al MICE (Meeting Incentive Congress Event). In particolare, Bluvacanze è di fatto la più grande agenzia di viaggi d'Italia con circa 300 punti vendita di proprietà, cui si aggiungono altre 600 agenzie indipendenti affiliate al suo polo distributivo Blunet. Il tour operator Going è specializzato nei viaggi personalizzati e su misura, con 40 destinazioni in programma, ma presenta 4 ulteriori divisioni operative, quali GOING4You che è una piattaforma digitale B2B per il dynamic packaging, Going Resort per le vacanze in strutture dedicate ed esclusive per il mercato italiano, Going4Cruises per le estensioni di soggiorno abbinata in pre/post alle crociere negli home port internazionali più importanti di MSC Cruises, Going2Italy per il nuovissimo programma incoming e la commercializzazione all'estero delle migliori esperienze turistiche in Italia a target luxury. Cisalpina Tours, infine, è la TMC del gruppo (travel management company) che organizza e gestisce i viaggi d'affari di 800 aziende clienti, sia nazionali che internazionali, per circa 2 milioni di transazioni all'anno. Oltre al business travel, Cisalpina è dedicata all'organizzazione e alla gestione di eventi aziendali, viaggi di incentivazione, programmi congressuali e possiede al suo interno un'agenzia di live communication che si chiama Out of the Blu. Il Gruppo ha sede a Milano e possiede altre 4 branch a Torino, Roma, Padova e Napoli. È presente con uffici a New York, in Turchia, a Cipro, in Brasile e ad Amburgo con un programma di ulteriori aperture in Europa (Madrid, Parigi, Londra, Ginevra) e in Sudafrica.