BTO 2023, il futuro del viaggio è “artificiale” ma i viaggiatori confidano ancora sui consigli degli amici

scritto da Redazione Wine Meridian | 22 Novembre 2023



I veri influencer? Sono gli amici: prima di partire il viaggiatore italiano consulta le persone che conosce piuttosto che le recensioni online. I suggerimenti di amici e parenti influiscono per il 44% nelle scelte, seguiti a grande distanza da agenzie di viaggio (19%), magazine e guide (16%), uffici turistici (14%) e annunci in radio e tv (11%). I dati emergono durante la prima giornata di **BTO – Be Travel Onlife**, manifestazione su turismo e innovazione giunta alla 15/a edizione che si è aperta oggi alla Stazione Leopolda di

Firenze, alla presenza delle istituzioni e degli organizzatori. Il programma prosegue domani, giovedì 23 novembre.

Ad aprire l'iniziativa l'intervento del **Ministro del Turismo Daniela Santanchè.** *"L'intelligenza artificiale sta rivoluzionando anche il settore turistico, aprendo a nuove opportunità e sfide* – ha spiegato il ministro – *Si tratta di uno strumento che consente alle aziende di raccogliere e analizzare grandi quantità di dati in tempo reale, fornendo la possibilità di comprendere meglio i bisogni e le preferenze dei viaggiatori, offrendo di conseguenza esperienze di viaggio personalizzate e altamente targettizzate. Al contempo l'IA potrebbe portare ad una maggiore automazione di attività come la gestione delle prenotazioni e l'assistenza clienti. Questo richiederà competenze diverse per il personale del settore turistico, per questo abbiamo stanziato un apposito fondo iniziale da 21 milioni per la formazione all'interno delle carriere nel turismo. Ciò implica la necessità di ulteriori e mirati investimenti in infrastrutture tecnologiche e formazione del personale tramite i quali si possa migliorare l'efficienza e la qualità dei servizi offerti dall'industria turistica italiana. Dobbiamo infine sviluppare un sistema normativo che promuova l'uso responsabile dell'IA, per proteggere i dati e la privacy degli utenti*".

"*L'intelligenza artificiale non sarà una nemica dell'uomo* – ha dichiarato il **Direttore di BTO 2023, Francesco Tapinassi** – *ma potrà migliorare l'esperienza lavorativa in ogni settore e anche di viaggio. La responsabilità di come si evolverà è nostra: siamo noi a insegnare all'intelligenza artificiale. Quello che è importante è essere consapevoli degli strumenti di IA attualmente a disposizione. È quello che cerchiamo di fare con BTO e 280 relatori all'interno di una dimensione narrativa che è di conoscenza di un futuro possibile, ma sempre ben collegato ai bisogni attuali dell'offerta turistica*".

In apertura anche l'intervista esclusiva con **Mariana Oleskiv, Direttrice dell'Ente del Turismo dell'Ucraina** "*L'Ucraina sta pagando un prezzo troppo alto per la promozione del brand, ma ci stiamo preparando per il momento in cui potranno ripartire i flussi turistici internazionali* – ha spiegato Oleskiv – *Il Ministero delle infrastrutture sta già lavorando per il ritorno nel Paese delle compagnie aeree e stiamo studiando rotte alternative che consentano alle persone di atterrare in Romania o Polonia, per poi arrivare in Ucraina più facilmente. Vogliamo far ripartire l'operatività dei nostri aeroporti, ma ci vorrà tempo, per lo scalo di Leopoli serviranno almeno sei mesi prima che venga considerato sicuro e possa riprendere i voli. Il nostro Paese è stupendo, ricco di luoghi bellissimi, per questo vorremmo rilanciarlo in chiave turistica prendendo parte anche a manifestazioni di settore come questa, lavorando parallelamente sulle infrastrutture*".

Circa 100 gli eventi in programma, tra seminari, approfondimenti ed esperienze dedicate a professionisti, curiosi e addetti ai lavori. Tra queste nell'**area training** è possibile sperimentare alcune tra le più innovative tecnologie che fondono intelligenza artificiale generativa con il mondo del travel e dell'enogastronomia: con **Meta Mirror**, applicazione di artificial intelligence di Carraro Lab, semplicemente passando davanti a uno schermo i visitatori sono inghiottiti in un universo parallelo e possono vedersi in contesti differenti, visitando virtualmente destinazioni e strutture ricettive. Sempre dalla tecnologia di Carraro Lab insieme a Edoardo Colomboarriva il Boccaccio in versione influencer: **AI Decameron** è una rigenerazione del grande poeta richiamato in vita per raccontare la Toscana con la voce campionata del direttore di BTO, Francesco Tapinassi. Degustazioni dal nuovo mondo poi con **Hypertaste,** la "lingua artificiale" di IBM Research, in grado di identificare vini, terroir, annate e descrittori gustativi con una precisione che sfiora il 100%, presentato per la prima volta in un evento pubblico in Italia.

IL VIAGGIATORE ITALIANO E I SOCIAL. Secondo quanto emerge dalla ricerca PhoCusWright presentata dal suo analista per l'Italia, Giancarlo Carniani, **i social media non vengono sfruttati per la pianificazione dei viaggi,** ma influenzano la scelta della destinazione: è soprattutto Instagram, il social network delle immagini per antonomasia, che ha il potere di far sognare (e far partire) gli under 34. Per questa fascia di popolazione Instagram si dimostra uno strumento potente anche nella pianificazione di attività da fare in viaggio. Gli under 34 sono anche i più pronti ad abbracciare strumenti di intelligenza artificiale per strutturare i propri spostamenti futuri. Secondo la ricerca ignorare l'intelligenza artificiale generativa non è più possibile: entro 4-5 anni l'impatto dell'AI sarà sempre più preponderante grazie ad analisi predittive, tecnologie di VR e di mediazione linguistica, entro 7-10 anni sarà fondamentale per creare offerte personalizzate e connessioni di nuova generazione, ma avrà una grande influenza anche attraverso la robotica e il quantum computing.

LA CINA È DI NUOVO VICINA. All'interno della mattinata, si è svolto un incontro con Stefano Generali, managing director di Intarget Cina e Francesco Boggio Ferraris di ICCF: i turisti cinesi prima del 2020 erano il principale gruppo di viaggiatori internazionali, con 150 milioni di turisti; si stima, secondo il China Outbound Tourism Research Institute, che **raggiungeranno i 180 milioni nel 2024**, con un corrispondente **aumento dei voli aerei fino al 75% del traffico prepandemico**, secondo il Civil Aviation Administration of China. Nel corso dell'ultimo triennio sono emersi nuovi stili di viaggio, monitorati da Intarget, che con la sede di Shanghai offre un approccio diretto sulle nuove tendenze cinesi: a questi dovranno corrispondere nuove modalità di accoglienza, per intercettare i bisogni dei turisti cinesi e non rischiare di perdere il primato italiano come meta estera dalla Cina.

ENOTURISMO E WINE WEDDING. Particolarmente dinamico il settore dell’enoturismo: secondo i dati presentati oggi in BTO da Nomisma gli eventi organizzati in tema vino sono passati dal 9% degli anni ’93-2003 al 77% degli ultimi 5 anni, nello stesso periodo le degustazioni didattiche sono passate dal 9% al 70% delle esperienze offerte sul territorio, i corsi di cucina legati al vino sono cresciuti dal 4% al 36%. Crescono anche i **wine wedding**, passati da un 2% al 34%. E le cantine si attrezzano per essere più attrattive proponendo sempre più pranzi e degustazioni con prodotti tipici (dall’11% al 72%), degustazioni in aree attrezzate e incontri con il vignaiolo.