



# Intelligenza artificiale: il futuro del settore ricettivo passa da qui

Numeri idee progetti per il futuro

*Post di Luca Rodella, CEO e co-founder Smartpricing –*

Se negli ultimi tre anni la domanda più frequente rivolta agli esperti del settore ricettivo è stata “quando torneremo alla normalità?”, il 2023 sembra aver fornito la risposta che tutti aspettavano. A poche settimane dalla chiusura dell’anno, infatti, i dati relativi a fatturato e ricavo medio per camera parlano di un aumento che colma e supera il gap con il 2019, segnando rispettivamente +7% e +44,5%.

Tuttavia, se questa ripresa economica testimonia la soluzione di molte delle sfide che avevano bloccato finora il settore alberghiero ed extralberghiero, è difficile parlare di “normalità”. Il 2023, piuttosto, ha delineato i contorni di un mercato in cui metriche, processi e regole del passato non valgono più, e dove è urgente trovare un nuovo equilibrio.

## Il nuovo assetto del settore ricettivo

Seppur rinvigorite dalla fiammata del *revenge travel*, che ha portato un significativo aumento degli arrivi, le strutture ricettive italiane oggi fanno i conti con un contesto economico difficile, capace di influenzare direttamente aspettative e abitudini di viaggio dei consumatori e di rendere la domanda turistica soggetta a cambiamenti repentini, sempre più difficili da prevedere. Capacità, questa, ampiamente dimostrata dal crollo del tasso di occupazione registrato nell’ultima stagione estiva, che ha colto alla sprovvista moltissimi albergatori.

Ma la capacità di fronteggiare un mercato tanto incerto e mutevole è ostacolata anche da un’altra criticità, ormai endemica nel settore turistico: la carenza di personale. Si stima che nell’UE manchi tra il 10% e il 20% della forza lavoro nel settore rispetto al 2019 e la mancanza di manodopera qualificata viene indicata dall’83% dei leader europei dell’ospitalità come uno dei maggiori ostacoli alla crescita, a pari merito con l’aumento dei costi e l’inflazione.



*(Brian Jackson – stock.adobe.com)*

Per quanto riguarda l’Italia, solo nell’ultima stagione turistica, l’Associazione Italiana delle Agenzie per il Lavoro (**ASSOSOMM**) ha stimato in oltre 30mila le figure professionali mancanti.

## Il ruolo decisivo dell’intelligenza artificiale

In uno scenario tanto complesso, diventa fondamentale dotarsi di strumenti capaci sia di aumentare l'efficienza operativa che la reattività ai cambiamenti e, in questo senso, l'intelligenza artificiale si va profilando come la nuova frontiera verso cui le aziende – in ogni settore – si stanno già muovendo. Secondo le stime più recenti, la dimensione del mercato dell'intelligenza artificiale in Europa registrerà un tasso di crescita annuo del 17.33% fino al 2030, mentre in Italia si prevede che passerà dai 400 milioni di euro del 2022 ai 700 milioni di euro nel 2025.

Anche l'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano rileva come le imprese italiane stiano già abbracciando questa nuova sfida tecnologica, con il 61% delle grandi imprese e il 15% delle PMI che hanno già avviato almeno un progetto basato su AI.

Se si stringe il campo d'indagine all'intelligenza artificiale applicata al settore turistico, l'ultimo Barometro Europeo realizzato da Booking.com e Statista rivela come il 28% degli albergatori italiani abbia intenzione di introdurre strumenti basati sull'intelligenza artificiale entro il 2024, allineandosi al 5% che li sta già utilizzando, prevalentemente nella forma di *chatbot* e algoritmi di *dynamic pricing*.

Se confermato, quest'ultimo dato potrebbe equivalere a quintuplicare gli utenti dell'AI nel settore ricettivo italiano in un periodo di tempo molto breve, ponendo le basi per un profondo divario tecnologico e competitivo rispetto a quanti non prevedono, per ora, di sfruttare le opportunità dell'intelligenza artificiale.

#### **I vantaggi dell'intelligenza artificiale nel settore ricettivo**

Il Parlamento Europeo prevede che l'adozione dell'intelligenza artificiale da parte delle aziende permetterà una crescita della produttività del lavoro compresa tra l'11% ed il 37% entro il 2035. Questo risultato è reso possibile dal livello e dalla qualità dell'automazione garantita dall'intelligenza artificiale, capace di offrire agli imprenditori alberghieri una serie di vantaggi che, solo fino a poco tempo fa, avrebbero richiesto un enorme dispiego di tempo e risorse.



(Adobestock)

Grazie all'AI, infatti, i processi operativi diventano più snelli e meno soggetti a errori, alleggerendo il carico di lavoro del personale e aumentando l'efficienza, mentre l'analisi predittiva – basata sul monitoraggio in tempo reale dei fattori interni ed esterni alla struttura ricettiva – consente agli albergatori di applicare facilmente e anche senza avere familiarità con il *Revenue management*, una strategia tariffaria dinamica, ovvero l'unica capace di garantire la massima redditività in ogni situazione di mercato. Infine, l'intelligenza artificiale offre una risposta anche alle nuove esigenze degli ospiti, sempre più interessati a vivere esperienze altamente personalizzate e fluide in ogni loro aspetto.

#### **Riscrivere le regole di un settore in pieno cambiamento**

Ecco perché, piuttosto che restare in attesa di un improbabile ritorno alla “normalità”, gli imprenditori alberghieri ed extralberghieri sono chiamati, in prima persona, a riscrivere le regole di un settore che è cambiato, sta cambiando e continuerà a cambiare. E ad accogliere l’intelligenza artificiale come l’unico strumento in grado di accompagnare questo cambiamento.