



L'intelligenza artificiale e la rivoluzione epocale nel turismo

L'intelligenza artificiale applicata alla tecnologia può cambiare il modo di viaggiare, dalle prenotazioni alla scelta di itinerari e servizi. Per questo, la startup Smartpricing ha studiato per gli albergatori un software ad hoc, che consente di risparmiare fino a 500 ore di lavoro per un +30% di fatturato. L'intelligenza artificiale applicata alla tecnologia potrebbe disegnare a breve un nuovo tipo di turismo e definire il futuro dell'ospitalità: dalla scelta della destinazione a quella degli itinerari, dalle prenotazioni all'accesso ai servizi. Un'ottimizzazione dell'esperienza vacanze che non va a vantaggio solo di chi deve viaggiare, ma anche degli albergatori e dei gestori di strutture ricettive, che potrebbero risparmiare un cospicuo monte ore di lavoro e incrementare il fatturato affidandosi all'IA per monitorare in tempo reale il mercato, anticipando i bisogni dell'utenza e elaborando strategie pronte all'uso.

In una congiuntura in cui si registra carenza di personale (sono oltre 30mila le figure qualificate che mancano al settore turistico secondo Assosomm) e un ricorso ancora parziale ai vantaggi offerti dalla tecnologia, l'AI costituisce oggi una soluzione efficace e in rapida ascesa. Secondo una recente ricerca di InsightAce Analytic, la dimensione del mercato dell'intelligenza artificiale globale nel settore del turismo e dell'ospitalità è destinata ad aumentare esponenzialmente nei prossimi dieci anni, con un tasso di crescita annuale dell'11,26% a partire dal 2023 e fino al 2030.

Anche in Italia l'IA sta avendo un impatto oltre le previsioni. L'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano ha rilevato infatti come il 61% delle grandi imprese italiane ha già avviato almeno un progetto basato su soluzioni di intelligenza artificiale e, di queste, il 42% ne ha più di uno operativo. Tra le piccole e medie imprese, invece, il 15% ha almeno un progetto avviato (nel 2021 era il 6%).

La crescita esponenziale dell'intelligenza artificiale nel turismo

Le percezioni e le prospettive raccolte dai professionisti del settore turistico contenute nell'ultimo sondaggio Tourism Confidence Index di Unwto mostrano come il 67% degli operatori preveda per il 2024 risultati in miglioramento rispetto allo scorso anno. In tale ottica, ci si attende che i turisti cerchino sempre più il buon rapporto qualità-prezzo durante i propri soggiorni.

L'utilizzo dell'intelligenza artificiale nel settore turistico è in forte crescita

Per questo, il 28% degli albergatori italiani ha manifestato l'intenzione di introdurre strumenti basati sull'intelligenza artificiale entro fine anno, allineandosi al 5% che li sta già utilizzando, prevalentemente nella forma di chatbot e algoritmi di prezzi dinamici. Tradotto, entro il 2024 si potrebbe quintuplicare l'utilizzo dell'IA nel settore ricettivo italiano, ponendo le basi per un profondo divario tecnologico e competitivo rispetto a quanti non prevedono, per ora, di sfruttare le opportunità dell'intelligenza artificiale. Ecco perché gli imprenditori alberghieri sono chiamati, in prima persona, a riscrivere le regole di un settore che è cambiato, sta cambiando e continuerà a cambiare.

Come funziona il nuovo software intelligente di Smartpricing

Per colmare questo divario prevedere l'andamento della domanda e giocare sul fattore tempo nel settore del turismo interviene Smartpricing, software di revenue management per hotel, b&b e case vacanze nato come startup nel 2020, che permette agli albergatori di generare delle strategie di prezzo e monitorare in tempo reale i propri competitor con pochi click, arrivando a incrementare i fatturati mediamente del 30% con un risparmio fino a 500 ore di lavoro. Così facendo possono aumentare il proprio fatturato e catturare

l'interesse di potenziali viaggiatori con un pricing flessibile in linea con il mercato.

LEGGI ANCHE

[Guide turistiche scritte dall'intelligenza artificiale: nuovo orizzonte o vicolo cieco?](#)

[Ristorante 3.0: l'intelligenza artificiale muterà \(anche\) il mondo Horeca](#)

[L'intelligenza artificiale al servizio di cuochi e pasticceri? I pro e i contro](#)

La piattaforma, gratuita, grazie a un algoritmo che sfrutta intelligenza artificiale e machine learning, permette ai gestori di adottare pricing flessibili in linea con il mercato , trovando sempre il prezzo giusto al momento giusto per attrarre il turista. Consente inoltre di avere il pieno controllo della propria attività strategica e fornisce in tempo reale una strategia "ready to use": dal posizionamento sul mercato all'andamento dei prezzi di vendita, fino al risparmio di costi e tempi di gestione, tutto in un unico strumento.

Smartpricing ad oggi ha gestito più di 2 milioni di prenotazioni per le 3mila strutture e albergatori che si sono affidati alla sua tecnologia , aiutandoli a scoprire il valore della propria struttura e supportandoli nell'aumentare il numero di prenotazioni e il tasso di occupazione delle loro camere.

Rodella (Smartpricing): «L'IA sarà fondamentale per espandere le competenze dei professionisti del turismo»

Per utilizzare questo strumento, non è necessaria nessuna integrazione o collegamento con il gestionale della struttura. Ogni albergatore può vedere come si posiziona la sua struttura sul mercato , visualizzando in automatico l'analisi e la creazione di strategie di prezzo, risparmiando tempo prezioso che potrà dedicare a migliorare l'efficienza operativa e il servizio al cliente.

[Video Cliccabile](#)

[Scopri Sicilia DOC](#)

[Scopri Sicilia DOC](#)

[Scopri Sicilia DOC](#)

«Più la tecnologia si aggiunge in un hotel, più umana diventa l'esperienza di gestione, in quanto si libera il personale da tutti quei compiti ripetitivi, lunghi e noiosi, posizionando la struttura dove può fare la differenza - spiega Luca Rodella , co-founder di Smartpricing. La volontà è quella di spingere questa tecnologia il più lontano possibile Abbiamo visto come oramai rientri nei progetti di tante grandi aziende, non solo del settore ricettivo. È fondamentale quindi approcciarsi al futuro con curiosità ed intraprendenza, in quanto l'IA sarà fondamentale per espandere le competenze dei professionisti del settore, ad essere in grado di offrire un servizio migliore e creare un vantaggio competitivo in un settore in continua evoluzione».

Eugenio Bancaro, Luca Rodella e Tommaso Centonze di Smartpricing

Dopo aver chiuso un round da 13 milioni di euro il 2024 vedrà per Smartpricing il potenziamento dell'algoritmo e della sua piattaforma e l'impegno nell'aumentare il bacino di utenza in tutto il mondo , oltre 17 i paesi in cui è presente. L'ambizione futura è diventare leader internazionale nel revenue management per strutture ricettive di piccole e medie dimensioni, consolidando la sua posizione nel verticale software e fintech a 360 gradi per il settore alberghiero.

© Riproduzione riservata STAMPA