

LA DESTINAZIONE TURISTICA COME ALGORITMO

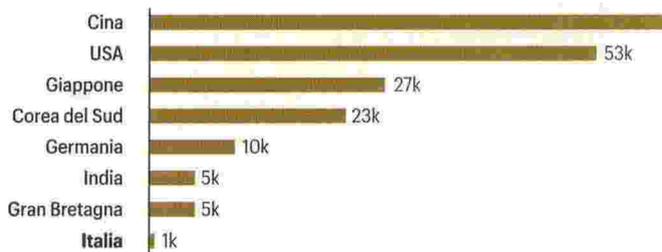
Il territorio italiano, una smart destination

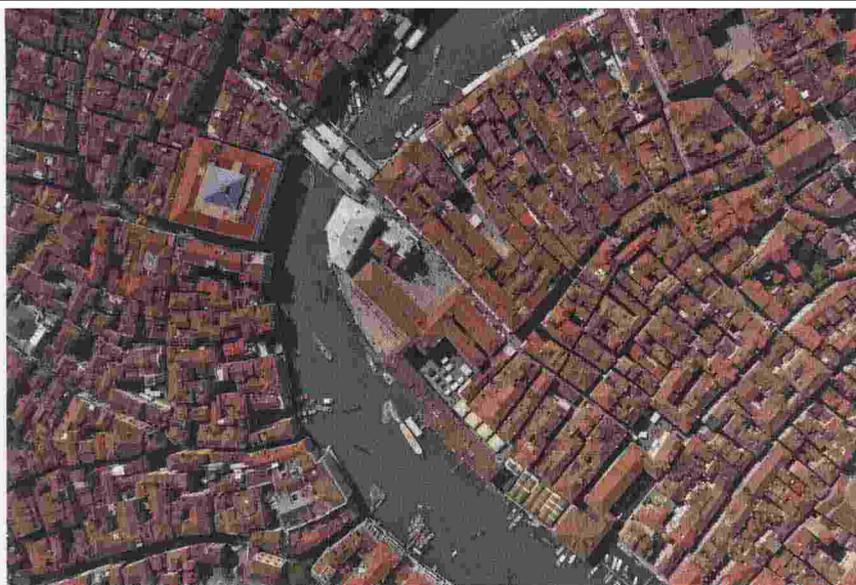
di Carlo Bagnoli, Maria Claudia Pignata e Gianluca Biotto

L'industria turistica italiana è un patrimonio di 'biodiversità', fatto per il 95% di micro e piccole imprese, dedite al 'fare' e poco inclini all'innovare ma, soprattutto, allo standardizzare e all'omologare, perché in gioco c'è la salvaguardia della propria identità locale. In questo contesto, l'inevitabile trasformazione dell'industria turistica in un business algoritmico accelererà la concentrazione della gestione dell'incoming nelle mani di poche piattaforme straniere (Booking, Expedia, Trivago, Airbnb) che oggi si limitano ad aggregare l'offerta, ma che si stanno già organizzando per raccogliere la quantità di dati necessaria ad alimentare sistemi di machine learning che permetteranno di offrire al cliente dei pacchetti turistici personalizzati e dinamici. Qual è, dunque, la soluzione per far crescere in questo contesto la competitività delle imprese turistiche italiane? La risposta è la creazione di un ecosistema digitale turistico che, grazie a processi di data confede-

ration tra i diversi operatori, riesca innanzitutto a raccogliere una quantità di dati almeno pari a quella che saranno in grado di raccogliere le piattaforme succitate. Questo per migliorare l'esperienza turistica e facilitare l'efficacia della gestione delle risorse verso la massimizzazione della soddisfazione dei consumatori, senza trascurare l'aspetto della sostenibilità nel lungo periodo. Alla fine, l'obiettivo è abilitare il paradigma della destinazione turistica come algoritmo, rendendo il territorio italiano una smart destination. L'ecosistema digitale turistico risulterà così strutturato: una 'super intelligenza algoritmica' distribuita, capace di generare nuovi contenuti specifici e ragionati ottenuti dalla aggregazione del patrimonio informativo messo a disposizione dai singoli operatori, accompagnata da servizi digitali (applicazioni) di altissimo contenuto e con livelli di user experience allo stato dell'arte della tecnologia, sia verso gli operatori che verso gli utenti-turisti

I NUMERI DELLA RICERCA/4





(app, webapp, portali per assistere l'utente al meglio durante tutto il customer journey). A tal fine, sarà necessario partire dalla progettazione dei connettori digitali (Api) che consentano la creazione di una iPasS (Integration platform as a service) e, quindi, la condivisione, elaborazione e fruizione di dati, informazioni, conoscenze, tecnologie e servizi digitali tra tutti gli attori dell'ecosistema: alberghi e ristoranti, agenzie di viaggi e di trasporto, provider tecnologici, ecc. All'interno dell'ecosistema digitale turistico, ogni attore avrà un suo ruolo, una sua funzione, un suo significato finalizzato all'entità globale in cui sarà inserito, intesa come sistema aperto e interconnesso, fondato su regole e linguaggi comuni

per garantire condizioni di piena interoperabilità tra gli operatori. Non saranno, infatti, tanto i singoli progressi tecnologici a generare cambiamenti 'intelligenti' quanto l'interconnessione, la sincronizzazione e l'uso concertato di diverse tecnologie. In questo senso, un ruolo particolarmente critico lo avranno, tuttavia, le startup che, più delle imprese consolidate o, comunque, assieme a queste, potranno sfruttare l'iPasS per generare nuovi servizi e business model digital first. A Venezia si è creato il contesto ideale per supportare e valorizzare il contributo che le startup algoritmiche possono portare al settore a livello nazionale, trainando l'innovazione e la sostenibilità. Questo milieu è VeniSIA, l'accele-

ratore dell'Università **Ca' Foscari** focalizzato sulla sostenibilità. Nato a giugno 2021, VeniSIA ha lanciato un primo programma di accelerazione assieme a Eni, Enel e Snam sui temi del cambiamento climatico e dell'economia circolare, raccogliendo 1.513 candidature da 28 Paesi e partecipando all'inaugurazione del Padiglione Italia a Expo 2020 Dubai.

La sfida nel 2022 è lanciare un secondo programma di accelerazione assieme a Smartland, una rete di imprese innovative nel settore turistico e culturale, sui temi del turismo sostenibile e delle produzioni culturali. L'obiettivo è accelerare startup digital first che permettano anche di coinvolgere gli operatori italiani nell'utilizzo degli

algoritmi come driver di innovazione, nello sviluppo di nuove cornici di significato per anticipare il futuro in un presente sempre più compresso, nel rafforzamento del collegamento tra identità-tradizione e innovazione-trasformazione quale elemento caratterizzante della propria identità, dei propri progetti e dei propri prodotti. VeniSIA non vuole lasciare al caso né tanto meno a 'dominatori' stranieri potenzialmente ostili la sopravvivenza del nostro tessuto imprenditoriale turistico e, attraverso un approccio multidisciplinare che collega l'università alle imprese, sviluppa tutti i processi innovativi connessi al nuovo programma di accelerazione per ottenere un ecosistema digitale e di business. Se vale il principio che il futuro si realizza costruendolo dalle fondamenta, l'acceleratore sul turismo algoritmico rappresenta per il turismo quel motore di trasformazione tanto invocato per il nostro Paese dal momento che le startup continueranno a nascere e trainare nuova innovazione.

*Carlo Bagnoli è Professore di Innovazione Strategica, Università Ca' Foscari Venezia; Maria Claudia Pignata è Managing Director VeniSIA; Gianluca Biotto è Project Manager SMARTLAND - Smart Destinations in the Land of Venice, Mission 2026