

# I veri influencer sono gli amici E al Bto la guida è Boccaccio

**Turismo** La ministra Santanchè: «21 milioni per formare addetti»

**Firenze** 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 2023, manifestazione su turismo e innovazione che si è aperta ieri alla Stazione Leopolda, alla presenza delle istituzioni e degli organizzatori. Il programma prosegue oggi. 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 a 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». «L'intelligenza artificiale non sarà una nemica dell'uomo - ha dichiarato il direttore di Bto 2023, Francesco Tapinassi - ma potrà migliora-

re 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 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». 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 Colombo arriva il Boccaccio in versione influencer: Al Decameron è una rigenerazione del grande poeta richiamato in vita per raccontare la Toscana con la voce campionata del direttore 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 taglio del nastro della kermesse del turismo

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7167



Superficie 20 %