REGIONE DEL VENETO

Rete innovativa regionale (RIR)

Smart destinations in the land of Venice

Missione 2026

Clusters and Industrial Networks

Creative Industries

RIR inserita in “Creative Industries”

101+ soggetti aderenti

Delibera Bur n.144 del 17/12/2019

In copertina: proponenti del progetto

Confcommercio Imprese per l'Italia Vittorio Veneto

Università Ca'Foscari Venezia Dipartimento di Management

Confartigianato Imprese Veneto

Confindustria Veneto

0 Cosa sta accadendo nel turismo

Il mercato del turismo (digitale) è destinato a essere rivoluzionato: a farla da padrone potrebbe essere Amazon anche grazie alla disruption tecnologica che porterà l'Intelligenza Artificiale

Mercato turismo digitale
a livello di prenotazioni in Europa:
2020: 300 miliardi €
2022: oltre 320 miliardi €

Quali ripercussioni avrà sul Turismo in Italia?

Expedia

Booking.com

amazon

amazon alexa

?

Mercato turismo digitale
Expedia + Booking:
48% nel 2013
69% nel 2017

Investimenti marketing digitale nel 2017:
Expedia: 4,1 mld $
Booking: 4,4 mld $

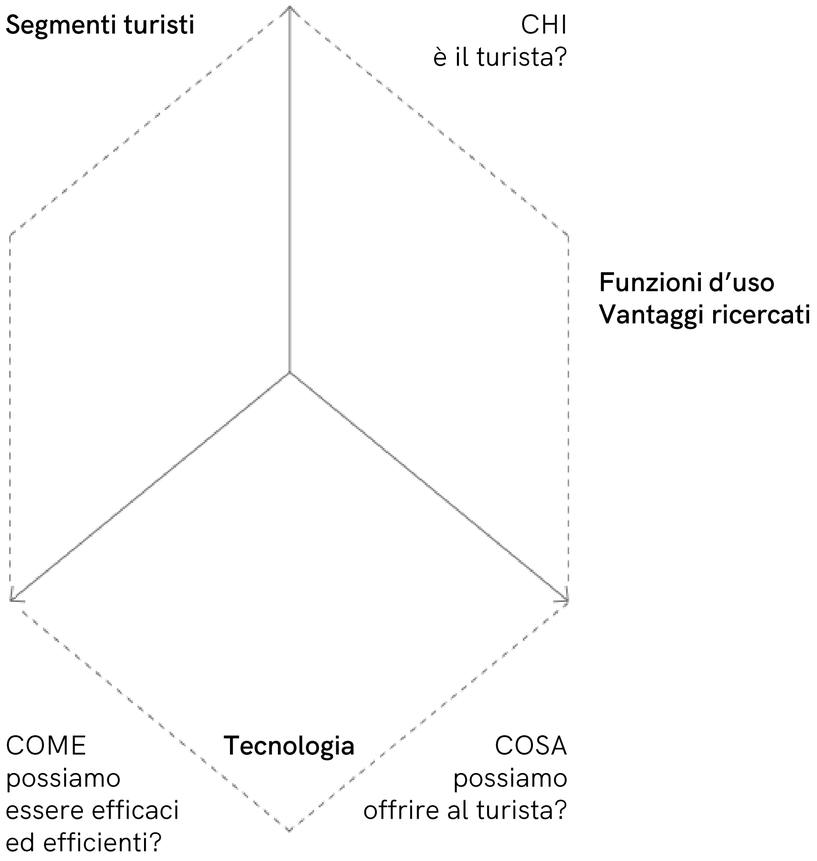
t > turismo

a z

Fonte: https://it.businessinsider.com/amazon-in-guerra-con-expedia-e-booking-per-conquistare-il-turismo-un-mercato-da-320-miliardi-di-euro/

1 Innovazione strategica nel turismo

L'obiettivo non è fare le cose meglio dei «competitors» (di ciò che è stato fatto finora), ma «cambiare le regole del gioco»

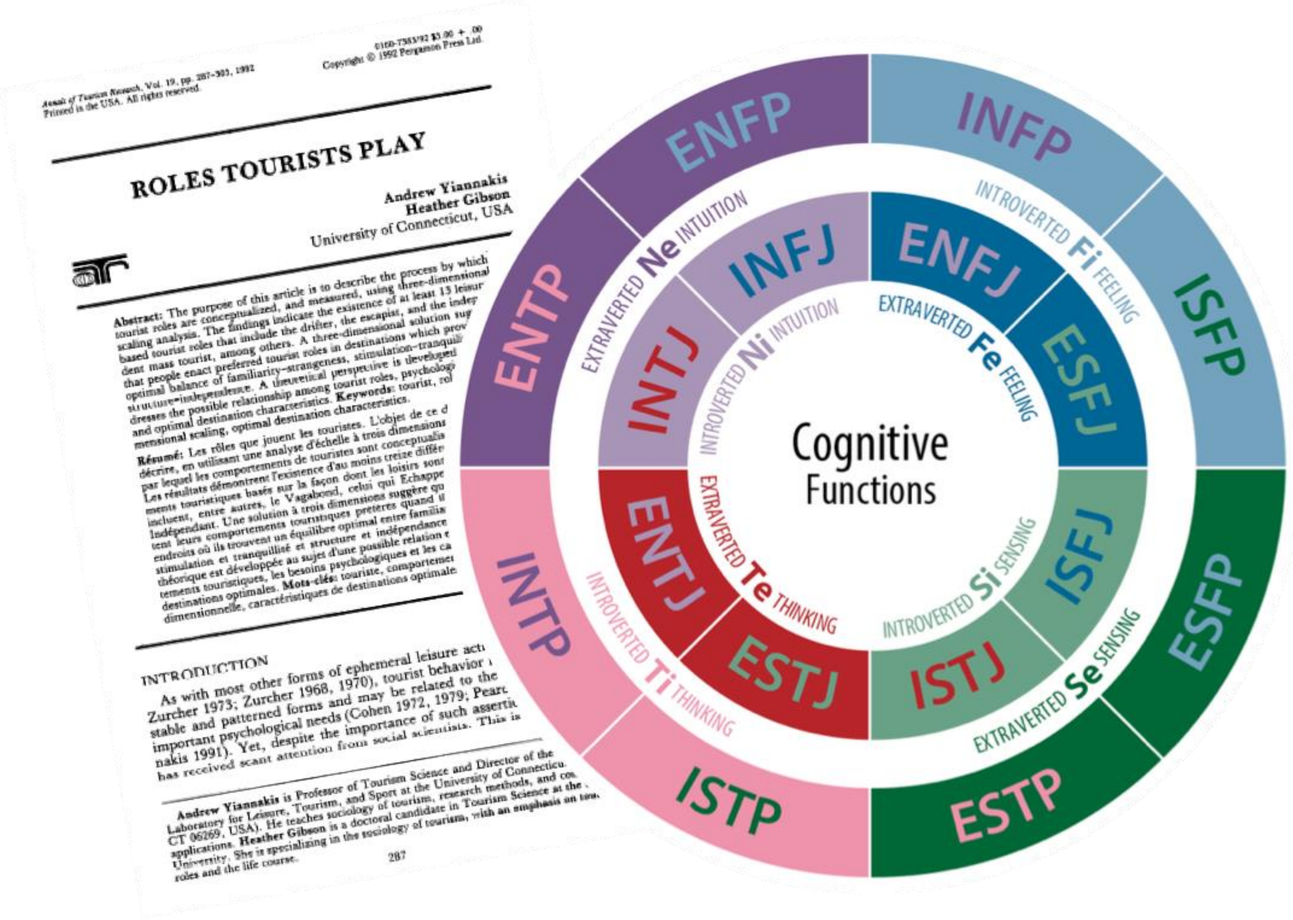


2 Chi è il turista?

Archetipi

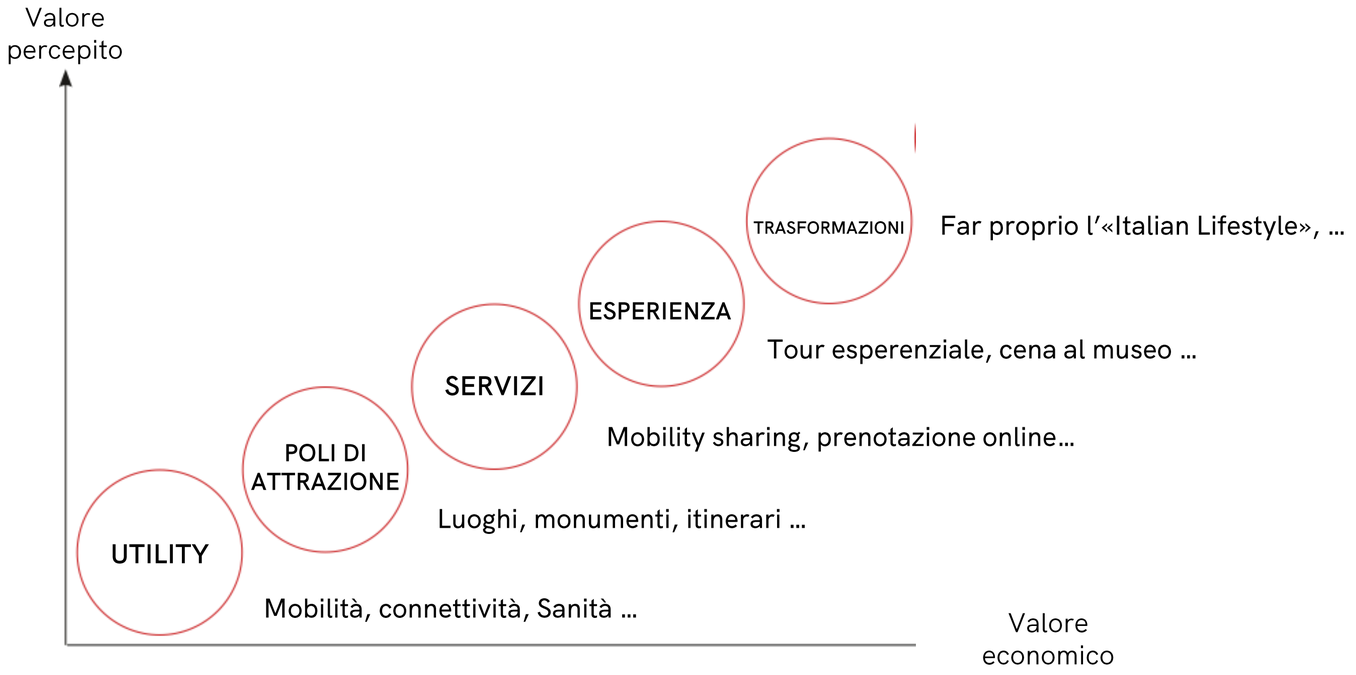
L’importanza di cogliere le motivazioni e i fabbisogni «profondi» del turista

L’opportunità di indagare l’inconscio collettivo del turista secondo il modello junghiano (psicotipi – miti – archetipi) e la classificazione di Yiannakis (i diversi ruoli – pattern motivazionali e comportamentali che il turista può ricoprire)



3 Cosa possiamo offrire al turista?

Destinazione



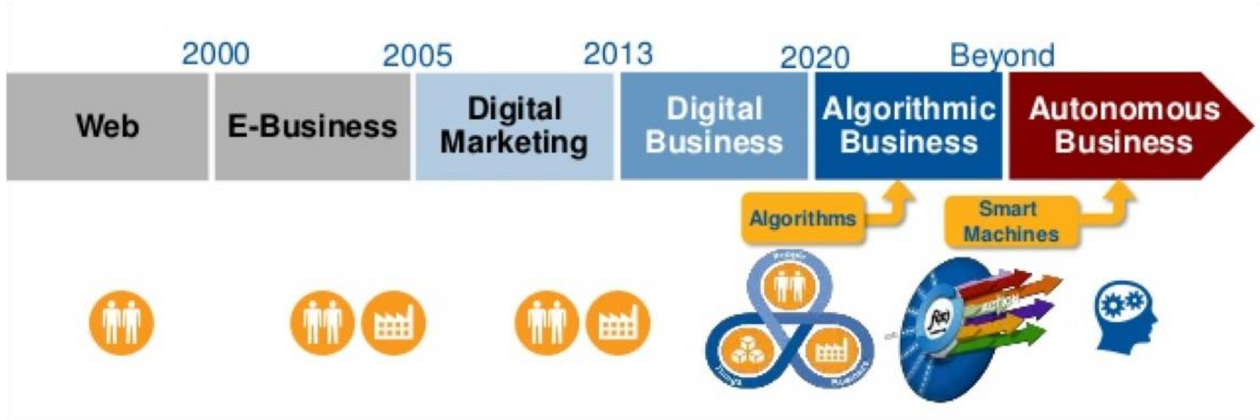
Fonte: adattamento da Pine e Gilmore, 1999

4

Come possiamo essere efficaci ed efficienti?

Evoluzione del digital business

L'intelligenza Artificiale provocherà disruption in molti settori, compreso il turismo



"Algorithms are where the real values lies"

Companies will be valued not just on their big data, but on the algorithms that turn that data into actions customers."

Fonte: The Arrival of Algorithmic Business – Gartner, 2015, https://www.gartner.com/smarterwithgartner/the-arrival-of-algorithmic-business/

5

AS IS

Il paradigma dominante

DESTINAZIONE COME PACCHETTO STATICO

È stato innovativo il “medium” ma non il concetto sottostante il “messaggio”

Analogico

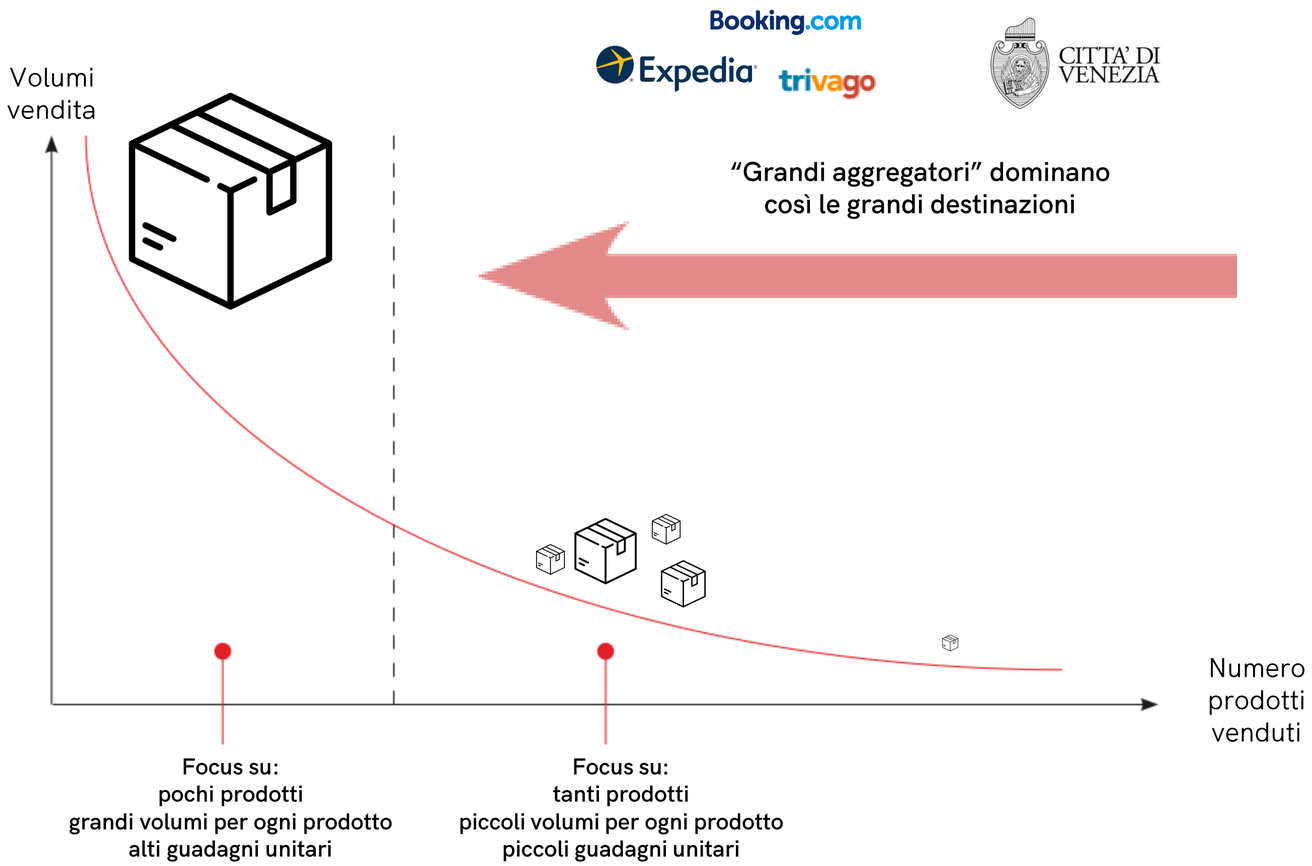
Digitale

Pacchetto turistico

AS IS
La coda lunga “LIMITATA”

“Vince chi offre il maggior numero di pacchetti.” I pacchetti sono ancora creati e aggiornati manualmente.

Proliferare di pacchetti statici e pre-confezionati



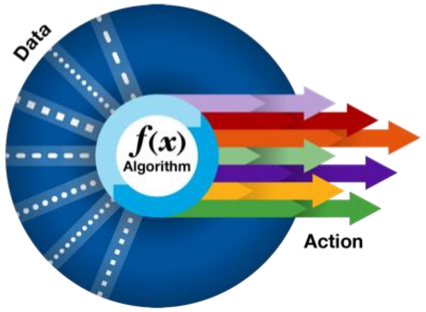
Fonte: Chris Anderson, The Long Tail: Why The Future Of Business Is Selling Less Of More, 2006

TO BE
Cambio di paradigma

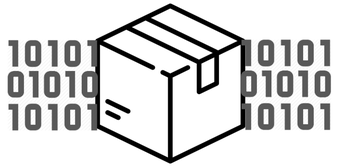
Algoritmi e
tecnologie digitali

Pacchetti dinamici
personalizzati

DESTINAZIONE COME ALGORITMO



Aggiornamento in tempo reale

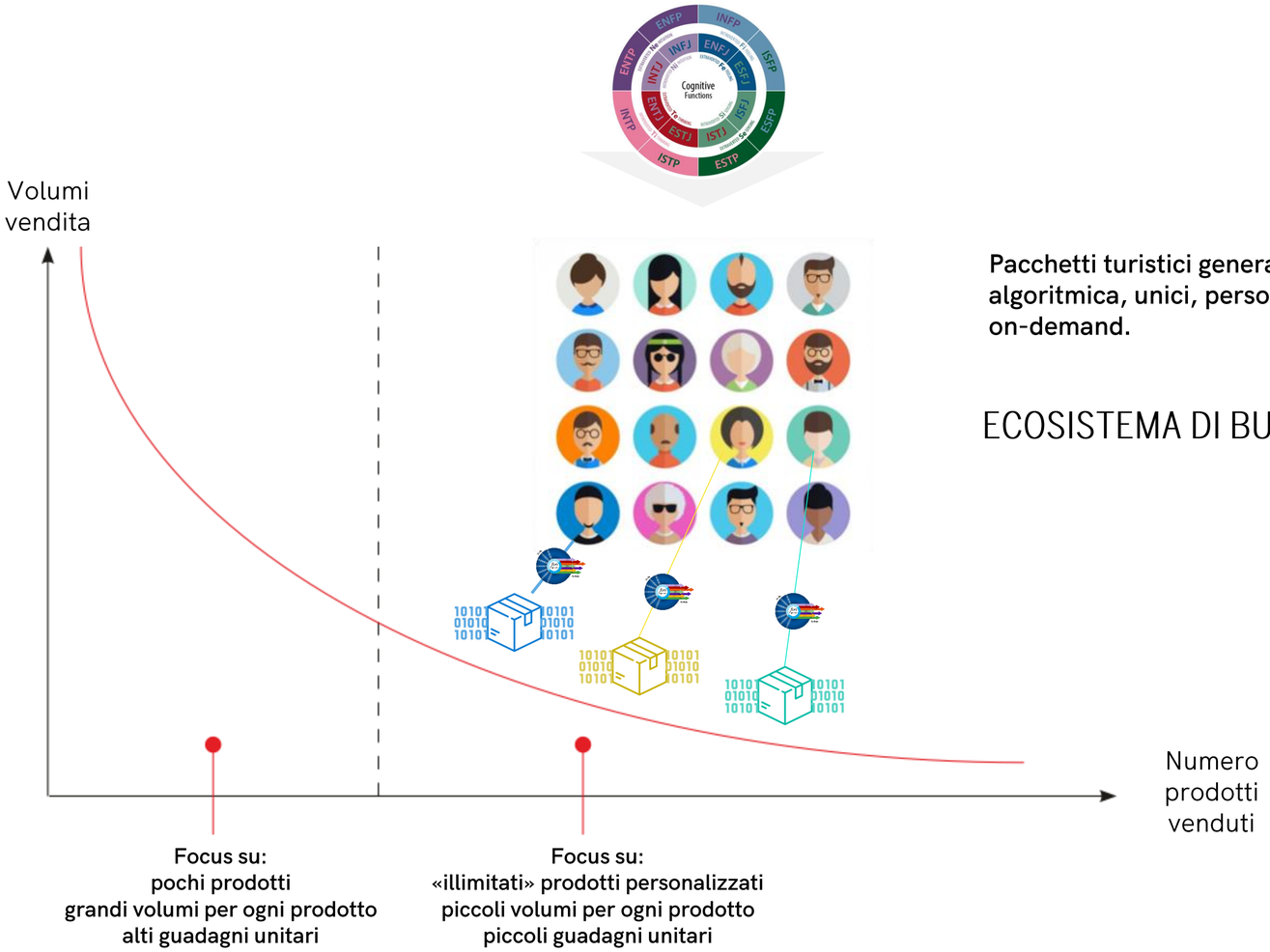


Pacchetto
turistico

8

TO BE

La coda lunga “ILLIMITATA”

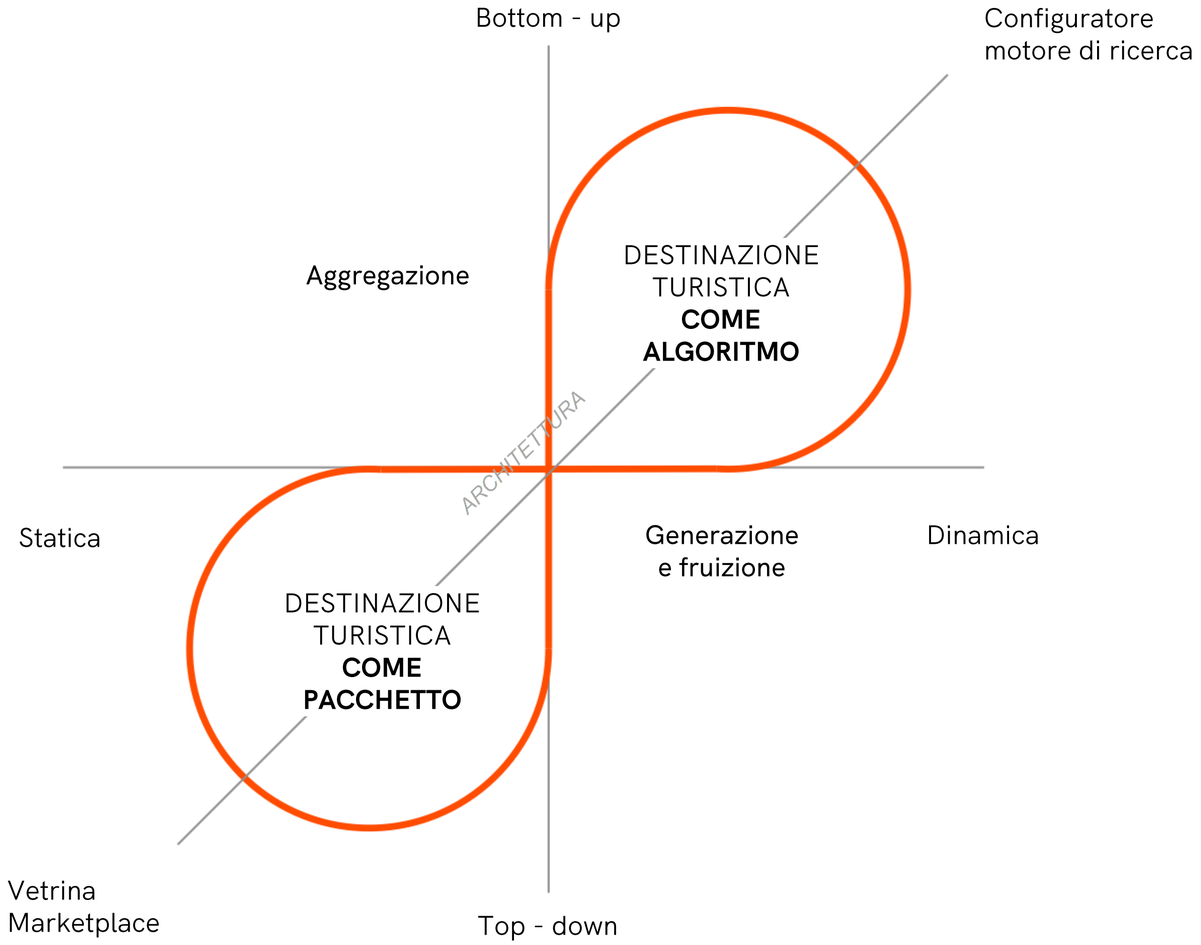


Pacchetti turistici generati per via algoritmica, unici, personalizzati e on-demand.

ECOSISTEMA DI BUSINESS

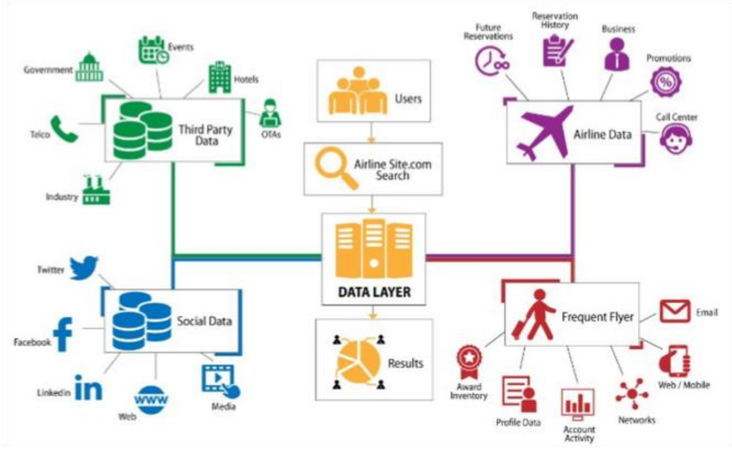
Fonte: Chris Anderson, The Long Tail: Why The Future Of Business Is Selling Less Of More, 2006

9 Cambio di paradigma

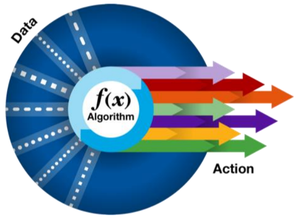


Gli algoritmi hanno bisogno di dati

Dobbiamo mappare e avere accesso alle fonti di dati e modellare il “dominio di conoscenza” del turismo.



ECOSISTEMA DIGITALE



11 Step incrementale

VISIONE DESTINAZIONE COME PACCHETTO

LA DESTINAZIONE
«È» IL RISULTATO DELLA
CONFIGURAZIONE
DI UN PACCHETTO TURISTICO

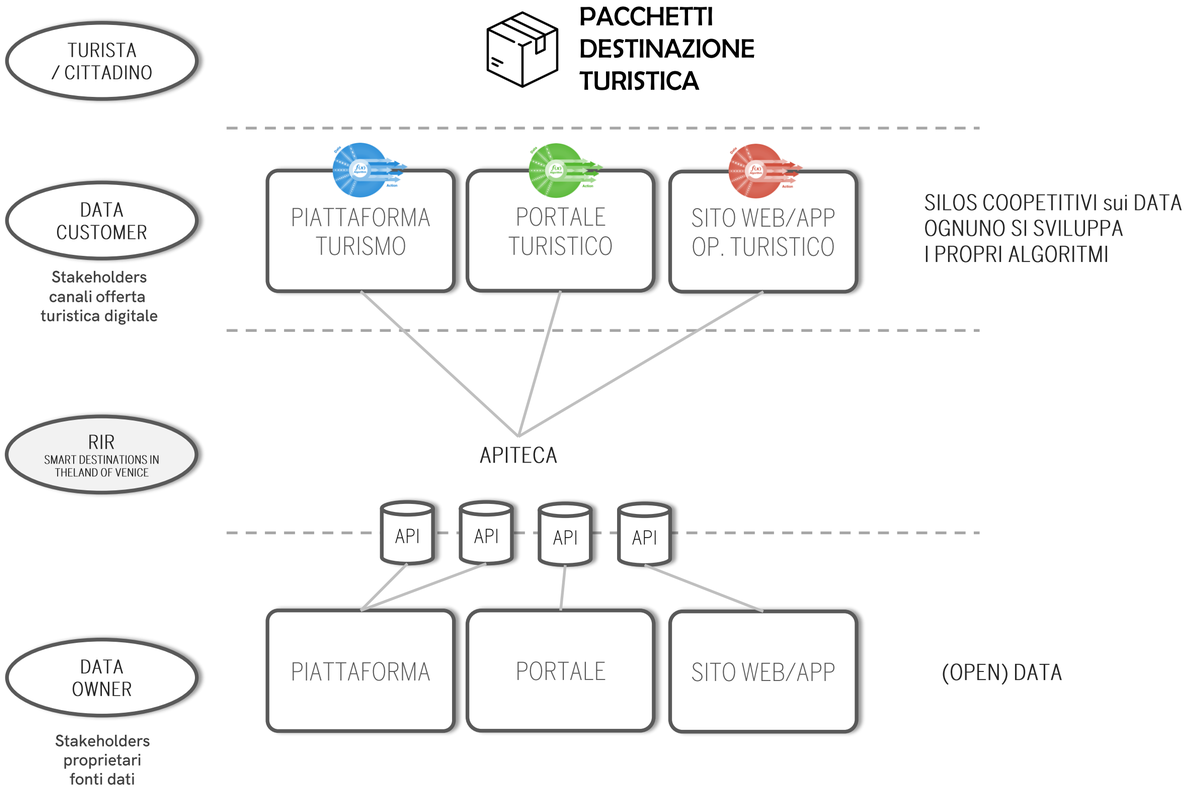
ECOSISTEMA DI BUSINESS

COME INSIEME DI
SERVIZI/MARKETPLACE
TURISTICI

RUOLO RIR:
PROMOTORE E COLLETTORE APIs
E LOGICHE COLLABORATIVE

ECOSISTEMA DIGITALE

COME
INFRASTRUTTURA DI API



REGIONE DEL VENETO

Rete innovativa regionale (RIR)

Smart destinations in the land of Venice

Missione 2026

Presentazione a cura di:

Prof. Carlo Bagnoli

Ing. Gianluca Biotto