

Albergo intelligente, ma (anche) senza robot

Federalberghi, con il futurologo Thomas Bialas, ha pubblicato “Io e l’IA. Il mio futuro è intelligente?”, un manuale che esplora l’impatto dell’AI negli hotel

Un tempo erano gli àuguri, l’ordine sacerdotale dell’antica Roma, fondato da Romolo, il cui compito era quello di interpretare il volo degli uccelli. In Grecia la Pizia di Delfi e poi Cassandra con le sue previsioni troppo spesso nefaste. Poi San Malachia e Zarathustra, passando per Nostradamus: la storia è costellata di indovini e profeti, perché interrogarsi sul domani è sempre importante, per non dire fondamentale.

Il futuro è un tema ricorrente e oggi la capacità di anticiparlo è una professione ricercata da molte aziende. L’avvento dell’intelligenza artificiale, la cosiddetta IA, non ha fatto altro che aumentare le domande su come sarà il domani, soprattutto in ambito lavorativo. È anche per questo che Federalberghi e il Centro di formazione management del terziario, con l’aiuto del futurologo Thomas Bialas, hanno proposto un percorso di riflessione sull’impatto dell’intelligenza artificiale all’interno degli hotel attraverso un volume, “Io e l’IA. Il mio futuro è intelligente?”, presentato in anteprima nel corso della 74^a assemblea nazionale della federazione degli albergatori, che si è svolta lo scorso maggio a Viareggio.

Il manuale, che i soci di Federalberghi possono ottenere gratuitamente in versione e-book facendone richiesta alle associazioni territoriali degli albergatori, contiene, oltre all’analisi di scenario, anche una rassegna concreta di applicazioni che possono aiutare le imprese a migliorare le proprie performance (si può richiedere inviando una email a Confcommercio Bergamo all’indirizzo consulenza@confcommerciobergamo.it).

L’intelligenza artificiale, un alleato che diventerà formidabile per l’albergatore

«Nel manuale abbiamo messo le cose basiche che l’intelligenza artificiale può portare – spiega il futurologo Bialas -. Cosa semplici e quasi scontate, forse anche per questo importantissime, fondamentali, come la traduzione delle lingue: in pochi istanti, oggi grazie all’intelligenza artificiale, posso dare informazioni in cinese, in arabo, in inglese e in tedesco, pagando una semplice app che costa qualche decina di euro al mese. Anni fa un servizio del genere, svolto da un professionista, sarebbe costato molto, molto di più in termini di studio e impegno. Pensiamo a quanto deve lavorare sulla preparazione professionale un interprete».

«Per fotografare in modo chiaro la situazione di oggi – continua il futurologo – possiamo dire che l’intelligenza artificiale sta vivendo i passaggi vissuti anni fa da internet, che un tempo era appannaggio di pochi informatici e poi, a lungo andare, è diventato uno strumento di lavoro e di svago alla portata di tutti a prezzi accessibilissimi. L’intelligenza artificiale sta facendo proprio questo: oggi spaventa un po’, domani sarà nelle mani di molti, per non dire tutti».

I robot nelle hall degli hotel? Probabilmente no

Ma quindi l’albergatore inteso come persona fisica verrà presto sostituito dalla tecnologia? Bialas non ne è così convinto, anzi: «Il robot al posto del receptionist è un giochetto che lascia il tempo che trova – spiega il futurologo -, un’attrazione buona solo per avere spazio sui giornali ma poi nella pratica non così performante. Io penso che, oggi come domani, sarà sempre meglio trovarsi di fronte una bella donna o un bell’uomo che siano professionali e gentili quando si arriva come

ospiti in un albergo. Credo che questa professione anche in futuro sarà umana. L'automazione porterebbe solo un'omologazione dei servizi che appiattirebbe l'offerta, creando un danno per tutti. Sì, perché il cliente cerca l'esperienza anche umana: quando arriverò in un hotel dopo un viaggio che potrà essere stato lungo e stancante vorrò sempre avere a che fare con una persona fisica, col suo sorriso, col suo saluto, magari con un suo consiglio o una sua indicazione su dove consumare una buona cena in zona. Inoltre, la disconnessione un giorno sarà ancora più difficile da trovare rispetto a oggi e in albergo un professionista in carne e ossa che mi parlerà sarà un vero e proprio plus. Sono convinto che il turismo e l'ospitalità saranno sempre un'isola felice in questo senso».

Il futurologo, uno sguardo al domani. Anche per le imprese

«Il compito del sociologo è di studiare la società, quello dello psicologo di studiare la psiche umana, mentre quello del futurologo è di studiare il futuro. Osservare il futuro – sottolinea Bialas – significa osservare il passato, cogliere i segnali e le tendenze per proiettarle in avanti. In sostanza il nostro lavoro sta nel raccontare storie, fare una narrazione di come potrebbero, o meglio dovrebbero, andare le cose. È sempre una proiezione in avanti. Per le imprese l'obiettivo è quello di anticipare le tendenze. La fortuna nel settore degli alberghi è che, essendo un ambito diverso dal commercio digitale così come tutto il turismo, sarà sempre collegato all'essere umano perché vende un'esperienza che un robot non potrà mai fare: la tecnologia è importante ma non così rilevante perché si tratta di lavori di relazione, emozionali».

«Queste cose non le dico solo da professionista, ma anche e soprattutto da ospite: pochi giorni fa ho chiesto la sveglia in albergo spiegando alla persona che curava la hall che l'indomani avrei avuto un appuntamento importante, che non avrei potuto permettermi di arrivare in ritardo. La mattina successiva, dopo la sveglia automatizzata, ho ricevuto la chiamata della receptionist che si è assicurata che fossi sveglio. Per me è stato un servizio fondamentale: ben venga la sveglia automatizzata, che serve sempre, ma poi quello che per me ha fatto la differenza è stata la chiamata dalla hall».

Un turismo in mano agli algoritmi sarebbe piatto e noioso

«Gli algoritmi oggi appiattiscono l'emozione dell'esperienza – spiega ancora Bialas -. Pensate ai trend della cucina: l'avocado ormai è in tutti i toast. Ci piace questa cosa? Ormai tutto si assomiglia, manca sempre di più l'originalità che solo la mente umana può portare, ogni volta.

Se tutti usassero gli stessi servizi ci sarebbe un'omologazione dell'esperienza. E no, non è un vantaggio. Quando nacque internet avere un sito era un vantaggio commerciale. Oggi tutti hanno il sito ed è uno standard. È un bene? È un male? Non è né una né l'altra cosa. L'albergatore deve essere diverso e farsi aiutare a distinguersi dall'intelligenza artificiale. L'esempio che faccio spesso è con Chat GPT: mi posso far creare dieci quadri standardizzati da appendere nelle camere oppure posso farmi aiutare a trovare un artista locale che disegni un quadro unico, solo per me. Secondo voi quale sarebbe poi la camera più bella, quella con i quadri creati e stampati da un computer o quelli realizzati dall'artista? Io sinceramente ho pochi dubbi.»

L'IA è già nelle vite degli albergatori. E spesso non lo sanno

«Oggi chiamiamo 'intelligenza artificiale' tanti software che in realtà stiamo usando da anni, senza sapere che si trattava già allora di intelligenza artificiale - commenta il futurologo -. È buffo, vero? Pensiamo ad esempio ai chatbot che rispondono automaticamente alle domande che facciamo al servizio assistenza: esistono e sono in funzione da più di dieci anni. Oppure agli algoritmi che da tantissimo tempo aiutano gli albergatori a stabilire il prezzo concorrenziale delle camere. Diciamo che in questa nostra era stiamo abbattendo la complessità informatica portando questi strumenti a tutti. La differenza sostanziale è che con una manciata di euro oggi ci si può abbonare a Chat GPT e vivere a stretto contatto con l'intelligenza artificiale, mentre anni fa queste cose erano appannaggio solo di grosse realtà che si appoggiavano ad altre grandi realtà del settore. Come dicevamo prima, lo stesso percorso che ha fatto internet

dagli anni '90 in poi: prima era di pochissimi, oggi è di tutti».

Qualche app da consigliare agli albergatori più curiosi? Bialas non ha dubbi: «La prima che mi viene in mente è 'Antropic', finanziata anche da Amazon. Si tratta di una realtà molto interessante che mira a creare modelli di intelligenza artificiale di alta qualità e affidabilità. Ma poi ci sono centinaia, se non migliaia di applicazioni di intelligenza artificiale già a disposizione degli albergatori. molte delle quali ancora in fase di perfezionamento (alcune spariranno e saranno sostituite) ma già molto utili, come 'Sintesia': costa pochissimo e può aiutare gli operatori del mondo del turismo a creare cose spettacolari. Per farla breve, basta richiedere con un testo quello che abbiamo in mente e l'intelligenza artificiale genera per noi un video con degli avatar che possono parlare anche in 160 lingue. Si possono addirittura creare degli avatar con dei volti umani e personalizzare anche gli sfondi. Immaginatevi un albergo che dà le informazioni di un soggiorno a un potenziale ospite aiutato da questa intelligenza artificiale».

Il settore del turismo tra dieci anni

Ma, in conclusione, la domanda sorge spontanea: come sarà il settore del turismo tra dieci anni? «La tecnologia sarà sicuramente un aiuto per chi lavora e per chi usufruisce – conferma Bialas -. Nuove generazioni? Non vedo scenari alla Matrix con tutte le persone connesse e universi paralleli. Penso piuttosto che certe esperienze, come quelle legate al turismo appunto, non saranno così tanto diverse. Chat GPT verrà inserito su ogni device: tra poco basterà acquistare uno smartphone per poterlo usare ogni giorno, più volte al giorno. E su questo vedo un pericolo perché, come dicevamo prima, tutta l'esperienza potrebbe standardizzarsi. Il rischio è che qualcuno intervenga, magari con dei pagamenti che condizionino l'intelligenza artificiale che mi deve dare un consiglio, indirizzando poi la mia esperienza. Tutto questo, quasi inutile dirlo, rappresenterà una bella sfida per gli albergatori perché cambierà l'approccio alla comunicazione».