

DETTORI, RONALDO SI DÀ ALL'IPPICA

IL DESIGN RESILIENTE DI FELTRIN

SPECIALE
IMPRESE
VINCENTI

SMART MOBILITY, HELSINKI DOCET

IL LUSSO TARGATO ASTON MARTIN

GENNAIO, 2021

Forbes

Italia 4,90 euro - Anno 5 - N° 39 - Gennaio, 2021 - Periodicità: mensile - Primo impilatore: 7/1/2021
Mensile - Poste Italiane S.p.a. - Spedizioni in abbonamento postale D. L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1 LO/MI

COVER STORY

DOMANI È UN ALTRO MONDO

IL NOSTRO FUTURO CON
L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

MICHELE GRAZIOLI, PRESIDENTE E CEO DI VEDRAI

FOTO DI G. ZANOTTI

Awards

I ceo e private banker
di successo del 2020

ISSN 977-253295800-5
10039



9 772532 958005

INTELLIGENZA ARTIFICIALE IN HOTEL

Anche nel settore turistico si parla di machine learning e data lake. Soluzioni innovative sono oggi a disposizione delle strutture alberghiere per affrontare al meglio la ripresa in un mercato digitale. Protagonista di questo cambiamento è Blastness, vero e proprio partner tecnologico

La digitalizzazione sta pervadendo anche il settore alberghiero, non solo dal lato dei turisti, sempre più abituati all'e-commerce, ma anche dal lato della gestione, sempre più informatizzata e innovativa. Un processo arduo e complesso che in Italia vede protagonisti **Piergiorgio Schirru**, esperto di reportistica previsionale, con alle spalle una brillante carriera nell'industria del traffico aereo e **Blastness**, azienda attiva nella distribuzione elettronica di cui è vicepresidente esecutivo. E che, soprattutto, è reso possibile dal connubio che lega gli investimenti nell'aggregazione ed elaborazione dei dati e l'introduzione di sistemi di apprendimento automatico.

“Investiamo da 10 anni nello sviluppo di Fox, la nostra piattaforma di business intelligence alberghiera, grazie alla quale integriamo i sistemi gestionali, di distribuzione, di revenue management, di reportistica automatizzata e di bid management”, racconta Schirru, evidenziando come “la maggior parte delle strutture ricettive indipendenti e dei piccoli gruppi alberghieri, dispone oggi di molti dati digitali che, non essendo in relazione tra loro, non possono essere utilizzati per prendere decisioni rapide ed efficaci”.

Oggi utilizzata da oltre 500 strutture in Italia, Fox dispone di consolidate interfacce con i principali software gestionali alberghieri e si basa su un data lake aziendale in cui raccoglie e incrocia la grande mole di dati che provengono da fonti interne ed esterne: dai dati in tempo reale delle prenotazioni,



Piergiorgio Schirru, classe 1980, esperto di revenue management, big data, artificial intelligence, ricopre il ruolo di vicepresidente e responsabile della ricerca & sviluppo di Blastness.

fino ad arrivare alle variazioni delle tariffe dei competitor e all'andamento della domanda sul mercato (anche grazie alla recente partnership con Str - Costar Group - azienda specializzata nella market intelligence del settore alberghiero).

Le principali applicazioni dell'intelligenza artificiale nei sistemi Fox sono nell'ambito del revenue management e del search engine advertising (Sea). Pierpaolo Righini, head of data science di Blastness, precisa che “per il nostro revenue management system abbiamo ideato e sviluppato algoritmi di machine learning (Fox Sibylla) per renderlo più reattivo ai cambiamenti della domanda e all'andamento dei

prezzi dei competitor”, utilizzando varie tecniche dai modelli di time series forecasting, per la previsione dei livelli di domanda, fino ad arrivare ad algoritmi come random forest e gradient tree boosting per stimare il livello di competitività.

Grazie al supporto di Google (che nel 2017 l'ha selezionata per l'esclusivo programma Strategic Partner a livello Emea), in ambito Sea, Blastness ha creato un innovativo sistema di gestione automatizzata delle aste (bid management system) incentrato sulle capacità predittive, basate su tecniche di machine learning supervisionato e non supervisionato. Ma non è tutto. Essendo integrato con Fox, questo sistema utilizza in real time i dati dell'hotel per movimentare le aste ed i budget sulle singole keywords nei diversi mercati. “Tecnologie come queste, che fino ad alcuni anni fa erano solo a disposizione delle catene internazionali e delle online travel agencies, stanno cambiando oggi l'attività degli alberghi indipendenti”, conclude Schirru. **F**

identikit

15 ANNI DI ALGORITMI

Pierpaolo Righini, con dottorato di ricerca in fisica e numerose pubblicazioni, dopo esperienze presso l'Istituto nazionale di fisica nucleare, diverse università e il Cern, si è occupato di algoritmi di intelligenza artificiale per oltre 15 anni in società del Gruppo Expedia, per poi approdare in Blastness e trasferire le sue conoscenze dalla parte degli hotel.

