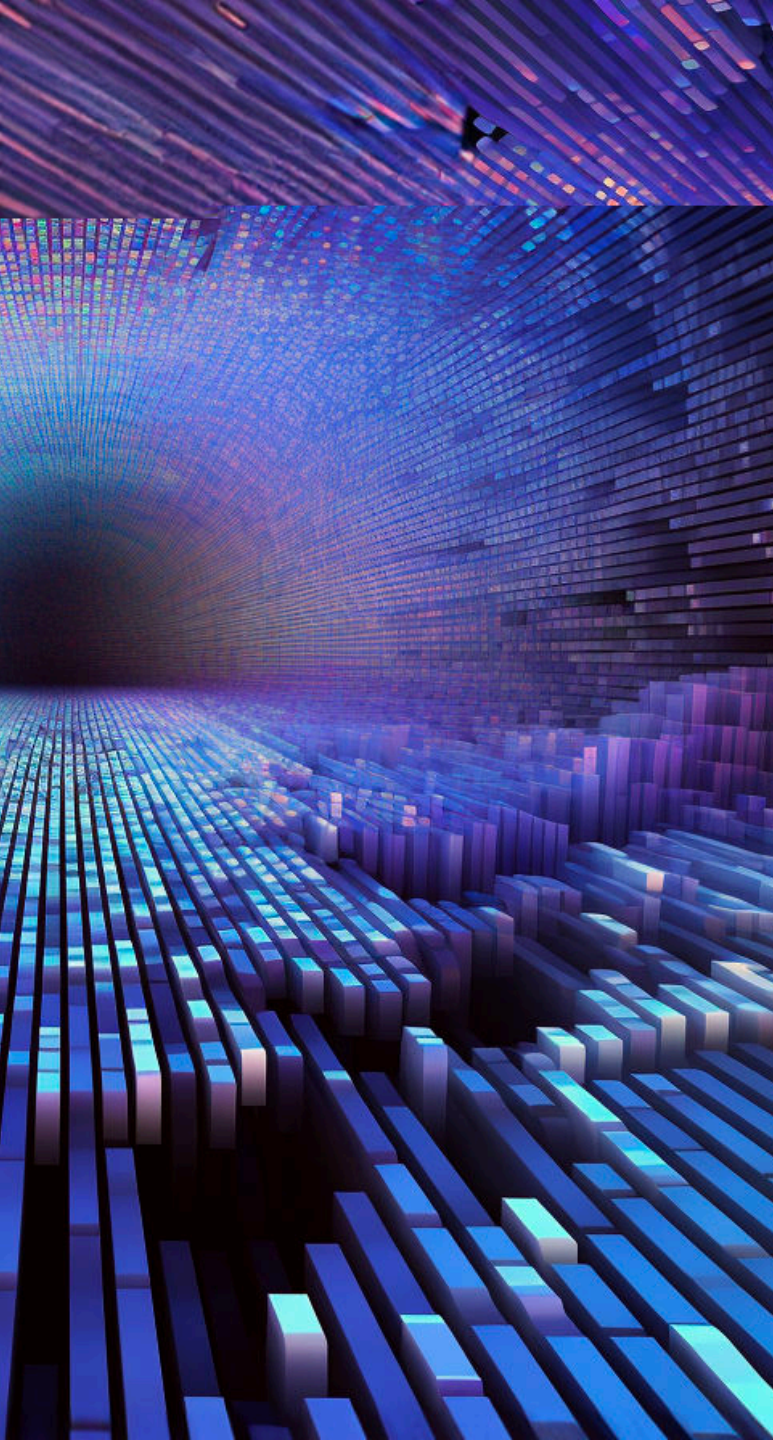
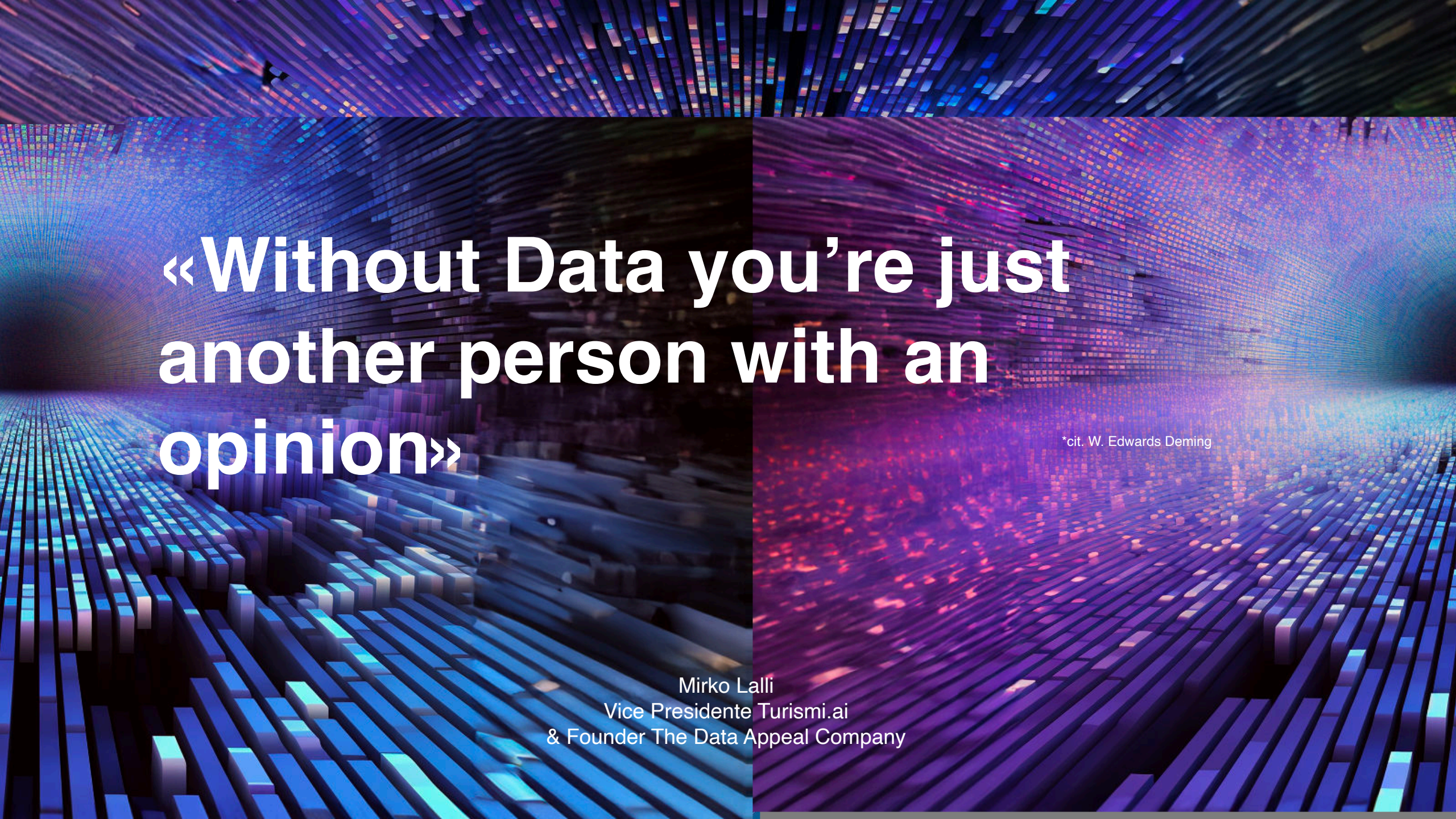




**POV: chat-gpt ordina
la tua pizza 🍕**





«Without Data you're just
another person with an
opinion»

*cit. W. Edwards Deming

Mirko Lalli
Vice Presidente Turismi.ai
& Founder The Data Appeal Company

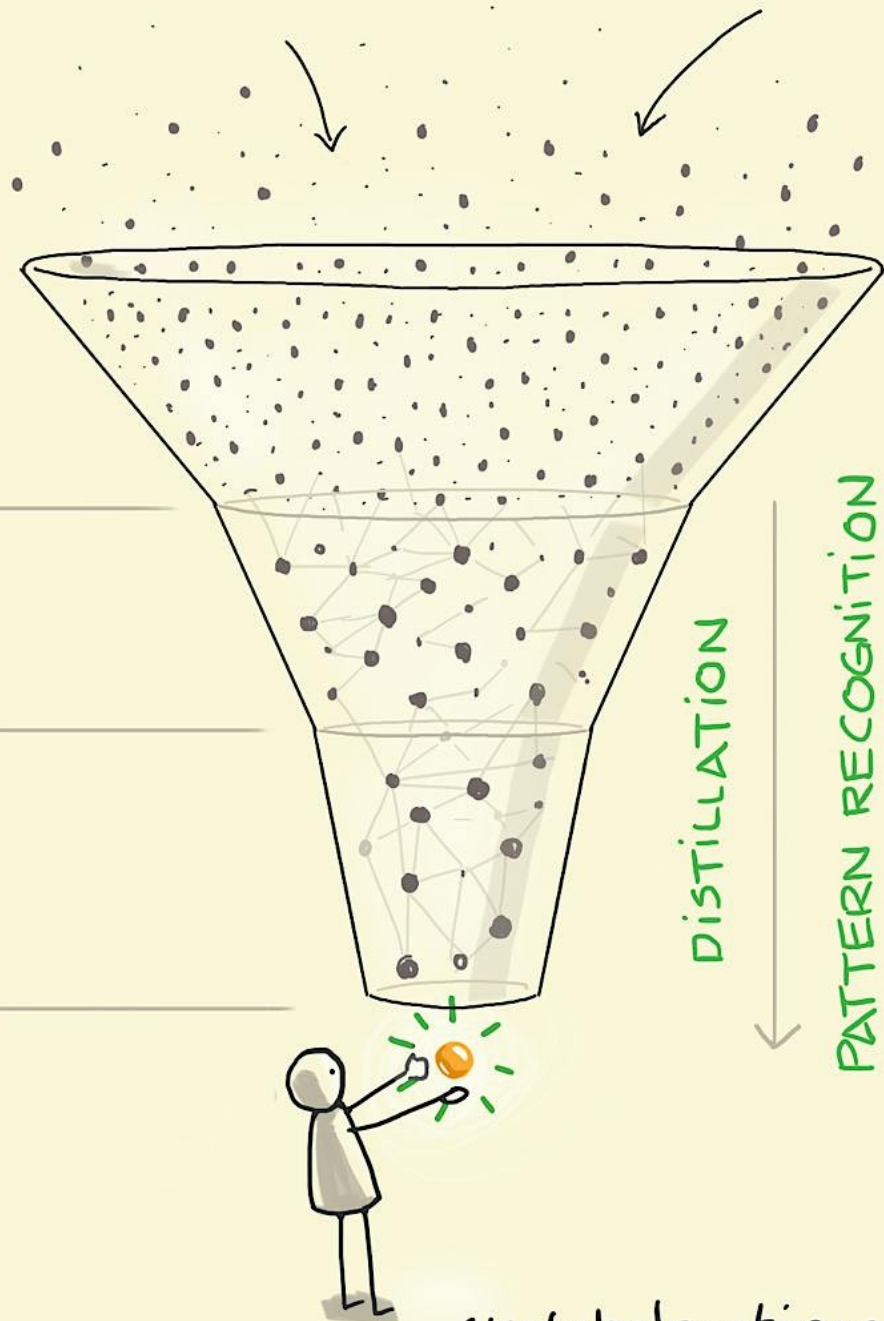
THE
DATA

INFORMATION

KNOWLEDGE

WISDOM

CHAIN



sketchplanations



Sam Altman  @sama · Nov 30, 2022



today we launched ChatGPT. try talking with it here:

chat.openai.com

 1.1K

 7K

 29K



“Research Redesign”

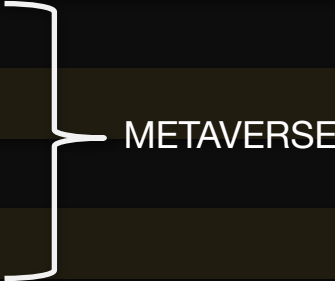
Source: SKIFT MEGATRENDS

Mirko Lalli

10 Anni di Cambiamenti nel Turismo

Ogni anno un'etichetta — sotto ogni etichetta, il comportamento del viaggiatore era già cambiato.

Anno	Tendenza
2026	Agentic Travel
2025	AI Vibe Travel Planning
2024	Passion Travel
2023	Blur Travel
2022	Revenge Travel
2021	Safe Travel
2020	Lockdown
2019	Overtourism
2018	Sharing Economy
2017	Instagrammability



METAVERSE

Source: TNMT

A silhouette of a person with a backpack stands on the edge of a stone cliff, looking out over a vast, hazy mountain range at sunset. The sky is a mix of orange and brown tones, and the mountains below are dark and layered.

Il Viaggiatore



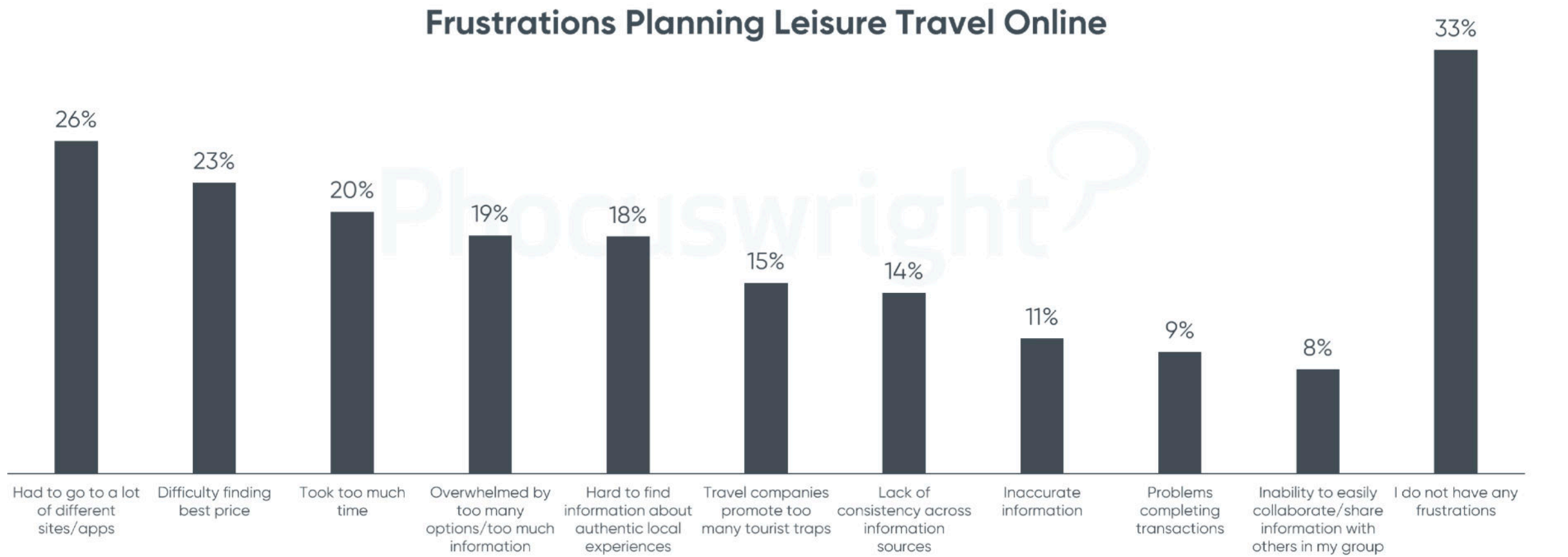
2/3

67% dei viaggiatori aveva già un problema con la scelta, la pianificazione e la prenotazione

L'AI non ha creato il cambiamento. Ha risolto un bisogno reale che aveva già esisteva già..

However, two thirds do have some frustrations with their planning experience.

The number of sources needed, finding the best price, and the amount of time required top the list of reasons for a less-than-ideal planning experience.



Question: What frustrations did you have with planning your leisure travel online in the past 12 months? Select all that apply.
Base: U.S. digital travelers (N=1,502)
Source: Phocuswright's *Travelers and Tech 2024: Attitudes and Usage*



VIAGGIATORE

MOTO
RICERCA

ASSISTENTE
AI

LINEA

RACCOMANDAZIONE

Dal cercare al chiedere

A person stands with their back to the camera on a dark, rocky ledge. They are holding a large, unfolded map that extends their arms outwards. Several sheets of paper are floating in the air around them, as if caught in a breeze. The background is a vast, calm body of water under a soft, hazy sky, suggesting a sunset or sunrise. The overall mood is contemplative and hopeful.

Uso dell'AI per Ricerca e Pianificazione di Viaggio

59%

Gen Z & Millennial (39% overall)

dei viaggiatori usa l'AI
per ricerca e pianificazione

41%

Gen Z & Millennial

si fida dell'AI più delle persone
e dei social media (KAYAK WTF Report)

Source: Phocuswright · Search Slips, AI Surges: Travel's New Front Door?

60%

dei consumatori usa assistenti AI
per scoprire ristoranti

1 in 5

dei consumatori USA usa ChatGPT
per scoprire locali

40%

della Gen Z usa chatbot AI
prima di aprire Google

79%

dei clienti cerca per intento,
non per nome del brand

Sources: Menumo 2025, Hospitality Tech, Malou 2025 Benchmark

THE NO-CLICK ERA

+3.500%

VS

-23%

Traffico AI verso i Siti Web di Viaggio

(anno su anno)

Source: Skift · Adobe Analytics

Wikipedia Visits 2022→2025

(-1.16 billion/month)

Source: DataReportal · Digital 2025

L'AI Ha un Tasso di Conversione Altissimo

Non è solo ispirazione. L'AI decide davvero. Dove dormire, dove andare, quale tour fare.

1 in 3

prenotazioni influenzate
dall'AI nel processo
decisionale

>50%

di chi usa l'AI per
pianificare viaggi
converte in prenotazione

2x

tasso di conversione
AI vs ricerca
Google tradizionale

L'AI ha il tasso di conversione più alto di qualsiasi canale di ispirazione di viaggio.

Source: Phocuswright · U.S. Consumer Travel Reports 2H25

Mirko Lalli · bereadyfor.ai

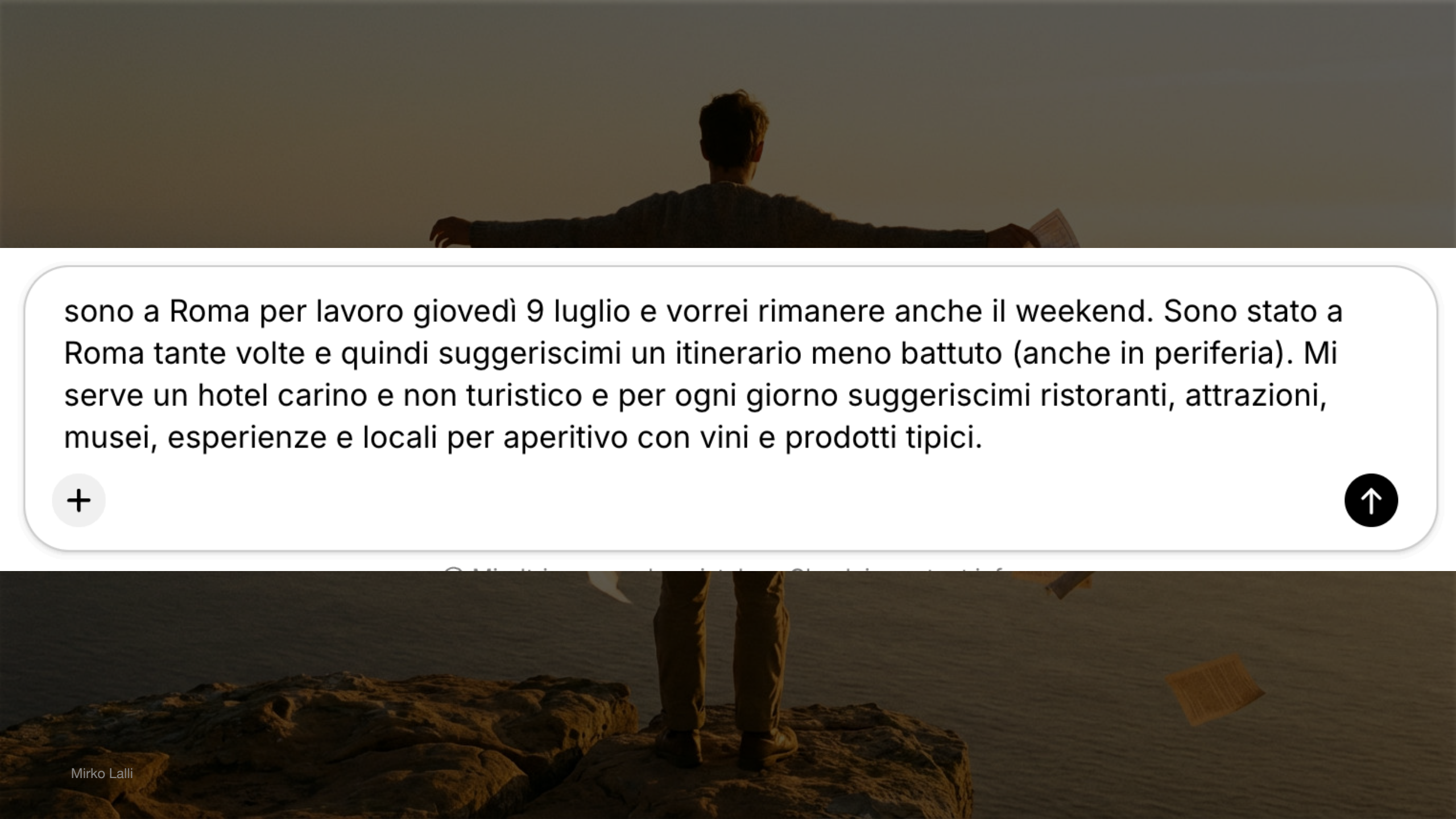
Dal chiedere al delegare

A person stands on a rocky outcrop, viewed from behind, holding a large map. Several sheets of paper are floating in the air around them, suggesting a process of letting go or delegating. The background is a calm body of water under a soft, hazy sky.



AI support assistant

A man in a dark blue shirt and pants stands on a wooden stage, facing a large audience seated in white chairs. Behind him is a large, bright pink screen displaying the text 'AI support assistant'. The stage is set in a modern, multi-level atrium with a concrete floor and walls. The audience is diverse, with many people wearing headphones. The stage is flanked by green living walls and professional stage lighting rigs. A small potted plant is visible in the foreground on the right.

A person is seen from behind, standing on a dark, rocky outcrop. They are looking out over a body of water towards a sunset or sunrise. The sky is a mix of orange, yellow, and grey. The person's arms are outstretched, and they appear to be holding a small object in their right hand. The overall mood is contemplative and serene.

sono a Roma per lavoro giovedì 9 luglio e vorrei rimanere anche il weekend. Sono stato a Roma tante volte e quindi suggeriscimi un itinerario meno battuto (anche in periferia). Mi serve un hotel carino e non turistico e per ogni giorno suggeriscimi ristoranti, attrazioni, musei, esperienze e locali per aperitivo con vini e prodotti tipici.



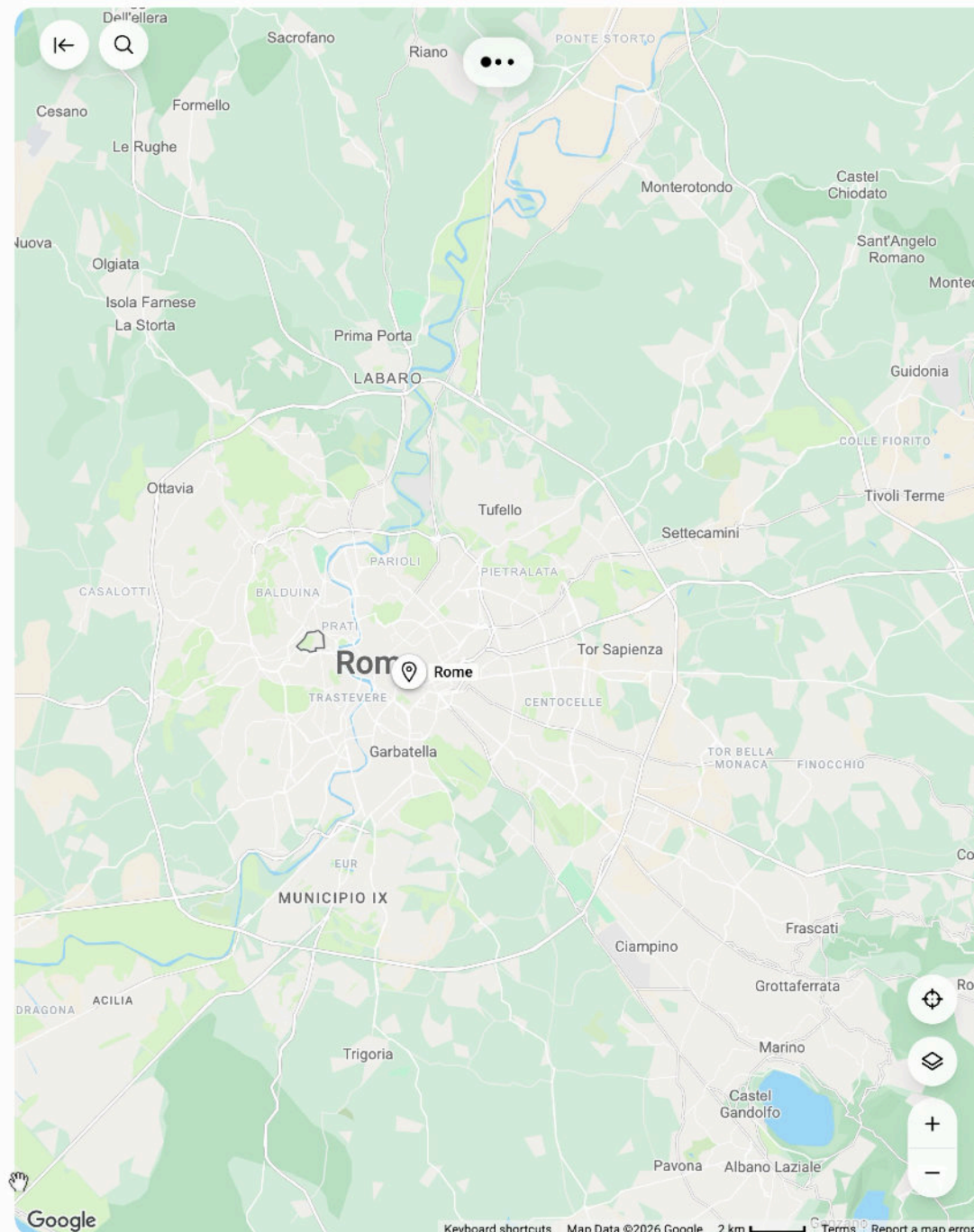


sono a Roma per lavoro giovedì 9 luglio e vorrei rimanere anche il weekend. Sono stato a Roma tante volte e quindi suggeriscimi un itinerario meno battuto (anche in periferia). Mi serve un hotel carino e non turistico e per ogni giorno suggeriscimi ristoranti, attrazioni, musei, esperienze e locali per aperitivo con vini e prodotti tipici.



Cerchiamo attività

Ask anything









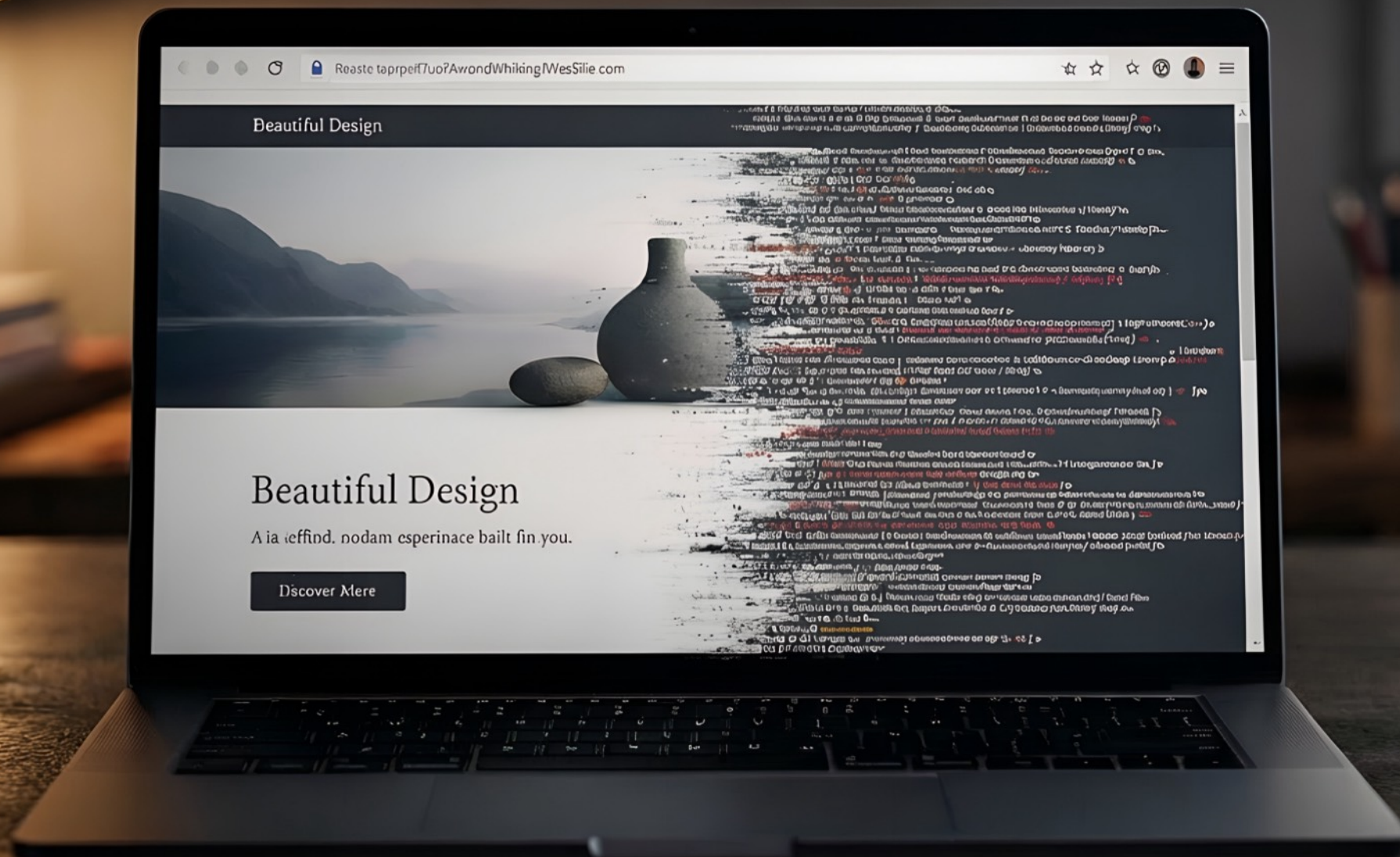
LA NUOVA ASIMMETRIA

*Non è più grande vs. piccolo.
È machine-readable vs. machine-invisible.*

94% of Hotels Are Invisible to AI



landmark hotel AI visibility research



Beautiful Design

Beautiful Design

A ia ieffind. nodam esperinace bailt fin.you.

Discover More

La Nuova Asimmetria

Non è tra grandi e piccoli, ricchi e poveri. È tra chi parla il linguaggio delle macchine e chi no.

Machine-Readable

- ✓ Dati strutturati e aggiornati
- ✓ Identità narrativa coerente
- ✓ Contenuti semanticamente ricchi
- ✓ Attributi misurabili e unici
- ✓ Presenti nelle conversazioni AI
- ✓ Citati. Raccomandati. Scelti.

Machine-Invisible

- ✗ Sito bello ma non strutturato
- ✗ Identità generica o incoerente
- ✗ Contenuti ottimizzati per keyword
- ✗ Emozioni non codificate
- ✗ Assenti dalle conversazioni AI
- ✗ Ignorati. O peggio: distorti.

I Tre Livelli del Turismo del Futuro

01

Livello AI

Dati Strutturati · Semantica · Knowledge Graph

Il fondamento invisibile.
Without Senza, non esisti per le macchine.

02

Livello Viaggiatore

Conversazione · Vibe · Personalizzazione

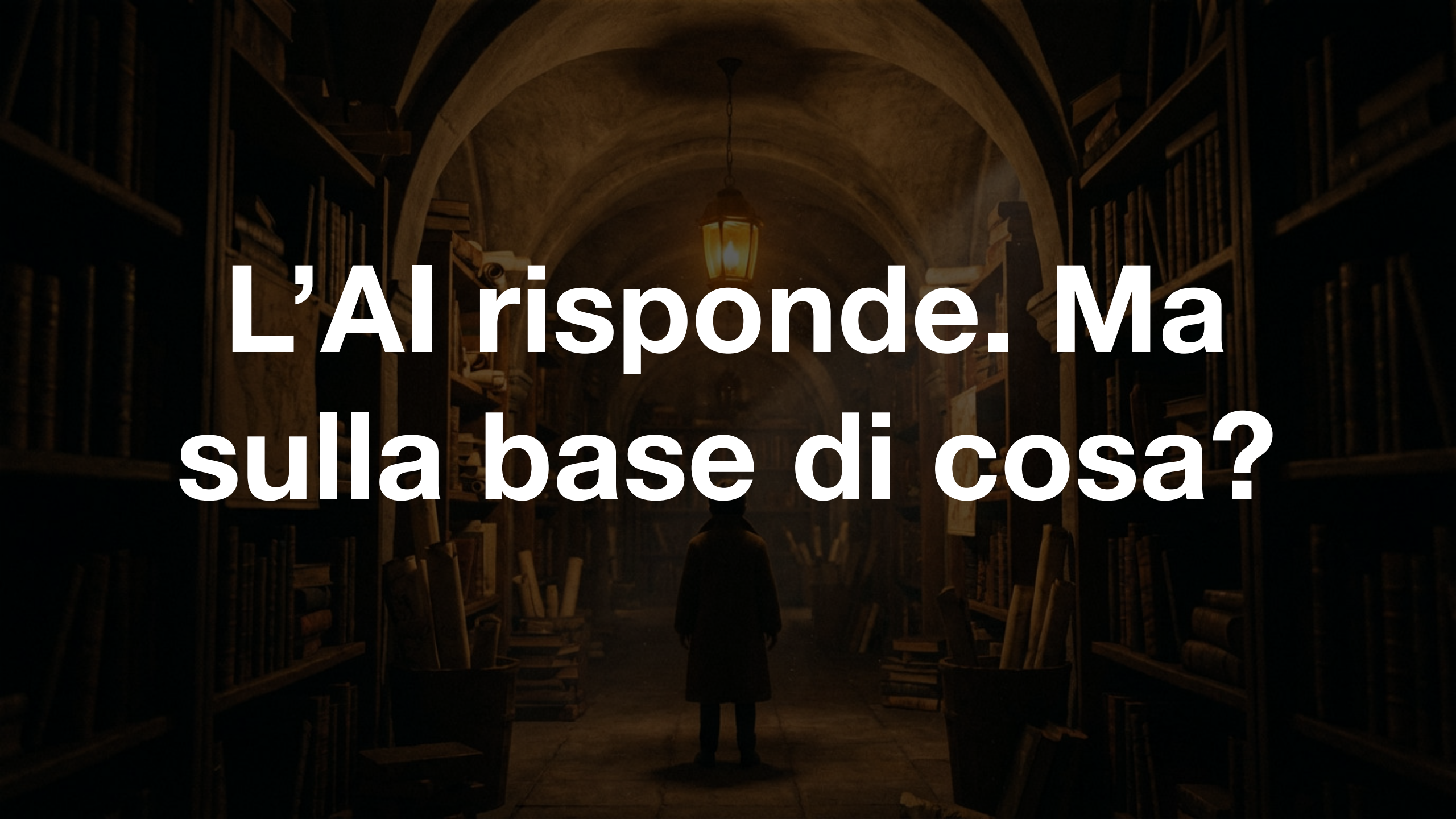
Parla attraverso contesti ed emozioni,
non attraverso keyword.

03

Livello Comunità

Identità · Autenticità · Valori

L'unica cosa che l'AI
non può inventare.

The background image is a dark, atmospheric photograph of a library or archive. It shows a long, arched aisle lined with tall wooden bookshelves filled with books. In the center of the aisle, a person wearing a dark coat stands with their back to the camera, looking towards the far end of the hallway. A single, glowing lantern hangs from the ceiling, casting a warm, yellow light that illuminates the scene. The overall mood is mysterious and scholarly.

**L'AI risponde. Ma
sulla base di cosa?**



"AI is only as good
as the data that
feeds it"

— Vivek Bhogaraju · Skift

A man in a dark, historical-style coat is leaning over a large wooden table, meticulously drawing a map with a quill pen. The room is dimly lit by several ornate brass candlesticks, each holding multiple lit candles. In the background, several large, framed maps are hanging on the wall, and stacks of rolled-up documents are visible on shelves. The overall atmosphere is one of quiet concentration and historical scholarship.

**Chi controlla i Dati
controlla la
narrazione**

5 key take-aways

1. La conoscenza dell'AI è la nuova alfabetizzazione digitale

- *Paragonabile all'adozione di Internet e del PC 20 anni fa*

2. Gli strumenti AI sono il nuovo Office

- *Integra l'AI nei flussi di lavoro quotidiani*

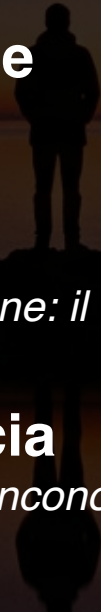
3. Non avere paura di sperimentare

- *La tecnologia cambia più velocemente delle persone: il vero vantaggio è la velocità con cui impari*

4. L'AI automatizza i task, non la fiducia

- *L'AI agentica gestisce analisi e bozze; gli umani vincono su giudizio, storytelling, facilitazione e scelte etiche.*

5. Metti in ordine i dati prima di pensare all'AI



AI gives us real-time
insights from all
our data.

Amazing!
What data?



TOM
FISH
BURNE

AI per l'Efficienza. L'Umano per la Magia.

AI per l'Efficienza

- Ricerca e pianificazione
- Prenotazione e pagamento
- Check-in e logistica
- FAQ e servizio clienti automatizzato
- Raccomandazioni personalizzate

L'Umano per la Magia

- Visite guidate ed esperienze
- Supporto clienti complesso
- Guide turistiche ed esperienziali
- Connessione emotiva con il luogo
- Momenti di cura autentica

Is humanity
a new superpower?

Cosa Faccio Domani per Iniziare ad Essere AI Ready?

01 **Struttura i Dati della Tua Destinazione o Hotel**

Crea una base di conoscenza machine-readable: descrizioni semantiche, attributi misurabili, identità narrativa coerente. Se le macchine non ti capiscono, non ti raccomandano.

02 **Riscrivi i Tuoi Contenuti in ottica GEO**

Smetti di ottimizzare per keyword. Rispondi a domande reali ('3 giorni, amo il cibo locale, odio la folla'). The AI citation is the new front page of Google.

03 **Automatizza Compiti Ripetitivi, Libera le Persone**

Identifica i processi ripetitivi (FAQ, check-in, prenotazioni) and automatizzali. Reinvesti that time nell'unica cosa thing that AI non ti do: the la relazione emotiva with con l'ospite.



Instagram



LinkedIn



podcast

mirkolalli.me

Mirko Lalli

- Foudner The Data Appeal Companu
- Vice-Presidente Turismi.ai
- Esperto Indipendente · Commissione Europea su Data & AI
- Host · Il Futuro del Turismo (podcast)



mirko@bereadyfor.ai