

GRUPPO ALMAWAVE: CON THE DATA APPEAL COMPANY L'IA GENERATIVA GUIDA LE DECISIONI DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE

Turismo: la piattaforma proprietaria D/AI Destinations diventa la prima soluzione sul mercato in grado di fornire in tempo reale insight personalizzati e raccomandazioni strategiche

Roma, 29 aprile 2025 – Almawave S.p.A., società italiana quotata sul mercato Euronext Growth Milan (Ticker: AIW), e parte del Gruppo Almaviva, attiva in ambito Data & Artificial Intelligence, comunica che la propria controllata The Data Appeal Company, realtà che opera nello sviluppo di soluzioni di *vertical AI analytics*, leader nel settore turismo, *fintech* e *location intelligence*, ha integrato l'Intelligenza Artificiale generativa all'interno della piattaforma proprietaria D/AI Destinations.

Si tratta della prima soluzione ad utilizzare modelli linguistici avanzati (Large Language Models, LLM), capace di elaborare milioni di dati testuali e restituire analisi approfondite e personalizzate, così come raccomandazioni strategiche sulla base delle peculiarità specifiche di ciascuna località o attrazione turistica.

Questa implementazione segna un significativo passo in avanti nel campo della gestione strategica delle destinazioni, in quanto è in grado di trasformarne radicalmente tanto la gestione nel breve periodo quanto, nel medio-lungo termine, la valorizzazione. A differenza di approcci tradizionali basati su medie di settore o best practice astratte, infatti, la piattaforma di The Data Appeal Company elabora insight costruiti esclusivamente sull'esperienza reale dei visitatori. Questo consente a città, territori o singoli punti di interesse di ottenere una visione precisa e continuamente aggiornata del proprio posizionamento, delle aree di forza e delle criticità da affrontare.

Il processo di analisi, completamente automatizzato, è stato progettato per adattarsi trasversalmente a tutti i comparti dell'ecosistema turistico, dalla ristorazione all'hospitality, dai trasporti al retail. Ogni punto di interesse viene analizzato singolarmente, mentre i dati vengono aggregati per restituire una visione organica e settoriale, supportata da metriche puntuali su sentiment, rilevanza e distribuzione dei temi trattati. Inoltre, la piattaforma consente agli utenti di interagire direttamente con l'Intelligenza Artificiale ponendo domande specifiche e ottenendo risposte coerenti e contestualizzate, basate esclusivamente sui dati raccolti. In questo modo, l'IA viene integrata nei processi decisionali delle DMO (Destination Management Organization, ovvero Organizzazione di Gestione della Destinazione) offrendo un supporto concreto all'elaborazione delle strategie territoriali.

In particolare, i Destination Manager possono ora accedere a insight e raccomandazioni automatizzate, create su misura per il loro contesto specifico; monitorare in tempo reale il sentiment dei visitatori, la rilevanza degli argomenti e la frequenza con cui emergono determinate problematiche; porre domande specifiche e ricevere risposte generate dall'Intelligenza Artificiale, basate esclusivamente sui feedback raccolti; e infine definire e analizzare argomenti personalizzati, in linea con le proprie priorità strategiche – ad esempio, l'impatto reputazionale di un evento o di una nuova iniziativa territoriale.

Le implicazioni economiche e strategiche sono significative. Per la prima volta, gli enti preposti alla promozione e alla governance territoriale possono disporre di uno strumento dinamico e intelligente, utile a identificare in modo puntuale le priorità percepite dai visitatori e a orientare le decisioni strategiche sulla base di evidenze concrete. Tutto questo si traduce in una maggiore efficacia nell’allocazione delle risorse, una più chiara comprensione dei trend emergenti e una migliore capacità di risposta alle aspettative del mercato.

Valeria Sandei, Amministratore Delegato del Gruppo Almawave, sottolinea: *“Con l’evoluzione della piattaforma D/AI Destinations, confermiamo l’impegno del nostro Gruppo nell’offrire soluzioni tecnologiche all’avanguardia capaci di generare valore reale. L’integrazione dell’Intelligenza Artificiale generativa nei processi di analisi e decisione strategica rappresenta un cambio di passo per il settore turistico: non più solo dati, ma insight concreti e tempestivi che aiutano le destinazioni a interpretare il presente e anticipare il futuro. La soluzione, nata per il turismo, ha un approccio dal potenziale applicativo in molti altri ambiti in cui l’ascolto e la comprensione dei bisogni espressi dagli utenti sono centrali. È la dimostrazione concreta di come l’IA, se ben progettata e utilizzata, possa agire come alleato dell’uomo, supportandolo nel prendere decisioni più consapevoli, informate e orientate alla generazione di valore”.*

Mirko Lalli, CEO e fondatore di The Data Appeal Company, dichiara: *“Con questa nuova funzionalità, non ci limitiamo ad alzare l’asticella: stiamo ridefinendo il significato stesso di gestione intelligente di una destinazione. Per la prima volta, le DMO possono ricevere raccomandazioni strategiche, generate in tempo reale e basate esclusivamente sui dati che le riguardano. Gli insight diventano azioni e le azioni generano miglioramenti misurabili. Un esempio concreto di come l’Intelligenza Artificiale possa essere applicata in modo utile, accessibile e trasparente, trasformando la complessità in chiarezza e rendendo le decisioni più tempestive e consapevoli”.*

Profilo Almawave

Almawave S.p.A è una società italiana, quotata sul mercato Euronext Growth Milan (AIW.MI), attiva in ambito Data & Artificial Intelligence. Il Gruppo dispone di tecnologie proprietarie, soluzioni e servizi che concretizzano il potenziale dell’AI e dei dati nell’evoluzione digitale di aziende e pubbliche amministrazioni e può contare su oltre 450 clienti nazionali ed internazionali, in settori quali Government, Finance, Energy & Utilities, Turismo, Healthcare, operando direttamente e tramite partner.

Sono circa 440 i professionisti che fanno parte della squadra Almawave. Il Gruppo si avvale di laboratori tecnologici AI dedicati allo sviluppo di prodotti, piattaforme e soluzioni verticali destinate ai diversi comparti di mercato. Gli asset tecnologici di Almawave, pensati e realizzati come modello di esperienza naturale nell’interazione tra uomo e macchina, consentono di interpretare testo e voce in oltre 40 lingue, interagire in chiave multicanale, analizzare il dato e l’informazione in un’ottica di valorizzazione della conoscenza e automazione per il supporto alle decisioni. I centri di competenza consentono, inoltre, di realizzare il potenziale dei dati in contesti complessi, unendo le competenze sui principali framework di mercato in aree quali Data Management, Machine Learning, Location Intelligence, e la conoscenza dei processi di business nei settori verticali di riferimento.

Il perimetro Almawave, parte del Gruppo Almaviva, include le società SisTer, The Data Appeal Company, Mabrian Technologies, Obda Systems, Almawave do Brasil, Almawave Usa. www.almawave.com

Profilo The Data Appeal Company – Gruppo Almawave

The Data Appeal Company attraverso un algoritmo proprietario, basato sull'intelligenza artificiale, il machine learning e l'analisi semantica raccoglie, misura e analizza tutti i feedback pubblicati online, li combina con dati geografici e di contesto e offre alle aziende, di qualsiasi settore, l'opportunità di sfruttare l'esperienza umana per orientare le scelte di business, conoscere approfonditamente il mercato e ottenere un vantaggio competitivo. The Data Appeal Company SpA (ex Travel Appeal) è stata acquisita nel 2022 da Almawave Spa, società quotata sul mercato Euronext Growth Milan di Borsa Italiana e parte del gruppo Almaviva. L'obiettivo della società è quello di democratizzare e semplificare l'uso e la comprensione dei dati, per aiutare aziende e istituzioni a prendere decisioni efficaci e consapevoli. www.datappeal.io

Per informazioni:

Contatti Almawave (Ufficio Stampa esterno):

Thanai Bernardini, mob. 335.7245418, me@thanai.it

Alessandro Bozzi Valenti, mob. 348.0090866, alessandro.valenti@thanai.it

Contatti Gruppo Almaviva:

Ilaria De Bernardis, Responsabile Media Relations, mob. 342.9849109, i.debernardis@almaviva.it

Mariagrazia Scaringella, Media Relations, tel. 06.3993.1, mob. 340.8455510, m.scaringella@almaviva.it