

THE DATA APPEAL COMPANY LANCIA LA NUOVA FUNZIONALITÀ DI AGENTIC DESTINATION MANAGEMENT

- Combinando oltre dieci anni di dataset proprietari e settoriali delle società del Gruppo Almaxwave Data Appeal e Mabrian con i dati proprietari della destinazione, la nuova feature lanciata ridefinisce il modo in cui le DMO prendono decisioni e gestiscono le attività operative
- Gli operatori possono dialogare direttamente con la piattaforma per eseguire semplici attività e ottenere insight personalizzati e in tempo reale, analisi di scenario e azioni strategiche

Roma-Milano, 20 novembre 2025 – The Data Appeal Company, società del Gruppo Almaxwave specializzata in analytics basati su Big Data e Intelligenza Artificiale per il settore turistico, annuncia il lancio di una nuova interfaccia conversazionale agentic per la propria piattaforma proprietaria. La nuova funzionalità è in grado non solo di trasformare grandi volumi di segnali turistici in insight chiari, analisi contestualizzate e raccomandazioni operative concrete, ma anche di svolgere task operativi sulla base delle indicazioni del team. L'estensione, presentata dal CEO e fondatore della società Mirko Lalli durante il suo intervento tenuto ieri alla Phocuswright Conference 2025 a San Diego, evento di travel tech che riunisce leader, innovatori e decision-maker internazionali, segue l'integrazione dell'IA generativa in D/AI Destinations annunciata nei mesi scorsi (si veda il [comunicato stampa](#) dedicato), affiancando all'analisi la capacità di attivare task operativi.

Sviluppata specificamente per le Destination Management Organization (DMO), gli enti del turismo e le autorità di settore, la funzionalità risponde alla crescente esigenza di sfruttare la data analysis in modo più rapido, semplice e immediato. A differenza delle soluzioni di intelligenza artificiale generiche, il sistema si basa su una knowledge base proprietaria, curata e costantemente aggiornata, costruita a partire da centinaia di dataset integrati nello spazio dati condiviso delle società del Gruppo Almaxwave The Data Appeal Company e Mabrian. La piattaforma combina indicatori georeferenziati, comportamentali e di sentiment - dalla connettività aerea alle performance ricettive fino ai modelli di spesa - validati da un team di esperti di turismo e travel intelligence. A queste informazioni sarà possibile aggiungere anche i dati di prima parte della destinazione, cioè quelli di proprietà della DMO ritenuti più rilevanti, così da ottenere dallo strumento suggerimenti e interpretazioni ancora più pertinenti.

I dati proprietari e l'expertise di The Data Appeal Company e Mabrian costituiscono la base del modello, permettendo un supporto decisionale data-driven completamente contestualizzato e personalizzato. La nuova funzionalità consente inoltre di delegare attività semplici e ripetitive, contribuendo a ridurre il carico operativo dei team.

“Le destinazioni non hanno bisogno di un'altra dashboard: hanno bisogno di un team abilitato ad agire. Con questa piattaforma consentiamo ai team di dialogare direttamente con i propri dati e di passare dall'insight all'azione, fino ad attivare task concreti come la creazione di report e la loro condivisione con gli stakeholder. È questa la nuova frontiera della gestione delle destinazioni”, ha dichiarato Mirko Lalli, CEO di The Data Appeal Company - Gruppo Almaxwave.

Più nel dettaglio, la piattaforma produce documenti testuali pronti all'uso, genera report visivi e può condividerli automaticamente con stakeholder selezionati. È inoltre in grado di impostare alert su KPI chiave e di progettare piani di marketing granulari e pronti all'uso, rispondendo anche a richieste complesse come, ad esempio: *“Considerando l’offerta attuale, i prezzi degli hotel, la connettività, gli eventi in programma e le tendenze internazionali, aiutami a definire un piano di marketing per aumentare i visitatori cinesi, giovani e ad alta capacità di spesa, nel periodo invernale nella nostra destinazione, con un budget di XXX, puntando principalmente sui social media”*.

Progettata come un alleato strategico per i team delle destinazioni, la piattaforma offre maggiore chiarezza, rapidità e sicurezza nelle decisioni. Sostituendo la molteplicità di dashboard con un’interazione semplice e diretta, consente agli utenti di concentrarsi sulle attività a maggior valore aggiunto, riducendo il tempo dedicato alle analisi ripetitive e accelerando il passaggio dai dati all’azione.

Con queste implementazioni, le DMO potranno poi concedere accessi condivisi e sicuri ai propri stakeholder, all’interno di un ecosistema di dati affidabile, robusto e completamente anonimizzato, gestito secondo principi di privacy-by-design. Questo modello permette di lavorare su informazioni aggiornate e verificate, favorendo decisioni coordinate e basate sui dati, indipendentemente dal ruolo o dalle competenze analitiche dell’organizzazione.

L’iniziativa si allinea all’impegno del Gruppo Almaywave nello sviluppo di un’Intelligenza Artificiale responsabile e human-centred, progettata per semplificare il lavoro quotidiano degli operatori, ridurre le attività ripetitive e permettere di focalizzarsi su strategie di valore per le destinazioni e i residenti. L’accesso è attualmente limitato a un ambiente privato con alcune destinazioni selezionate; la disponibilità generale sarà rilasciata gradualmente a partire dai primi mesi del 2026. È possibile ricevere aggiornamenti iscrivendosi alla waiting list all’indirizzo: <https://datappeal.io/it/agent-ai/>

The Data Appeal Company – Gruppo Almawave

The Data Appeal Company attraverso algoritmi proprietari, basati 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, offrendo ai territori e alle aziende l'opportunità di ottimizzare il potenziale di business, conoscere approfonditamente il mercato e ottenere un vantaggio competitivo. The Data Appeal Company SpA (ex Travel Appeal) è entrata a far parte nel 2022 del Gruppo Almawave. Nel 2023 l'azienda ha acquisito il 70% del capitale sociale di Mabrian Technologies S.L., società spagnola specializzata in soluzioni Travel e Destination Intelligence, per consolidare il posizionamento del Gruppo a livello internazionale. L'obiettivo della società è quello di semplificare l'uso e la comprensione dei dati, per aiutare aziende e destinazioni turistiche a prendere decisioni efficaci e consapevoli. www.datappeal.io

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 400 clienti nazionali ed internazionali, in settori quali Government, Finance, Energy & Utilities, Turismo, Healthcare, operando direttamente e tramite partner. Sono più di 400 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

Per informazioni:

The Data Appeal Company – Gruppo Almawave

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