



**11-12 NOVEMBRE 2025**  
**STAZIONE LEOPOLDA**  
**FIRENZE**

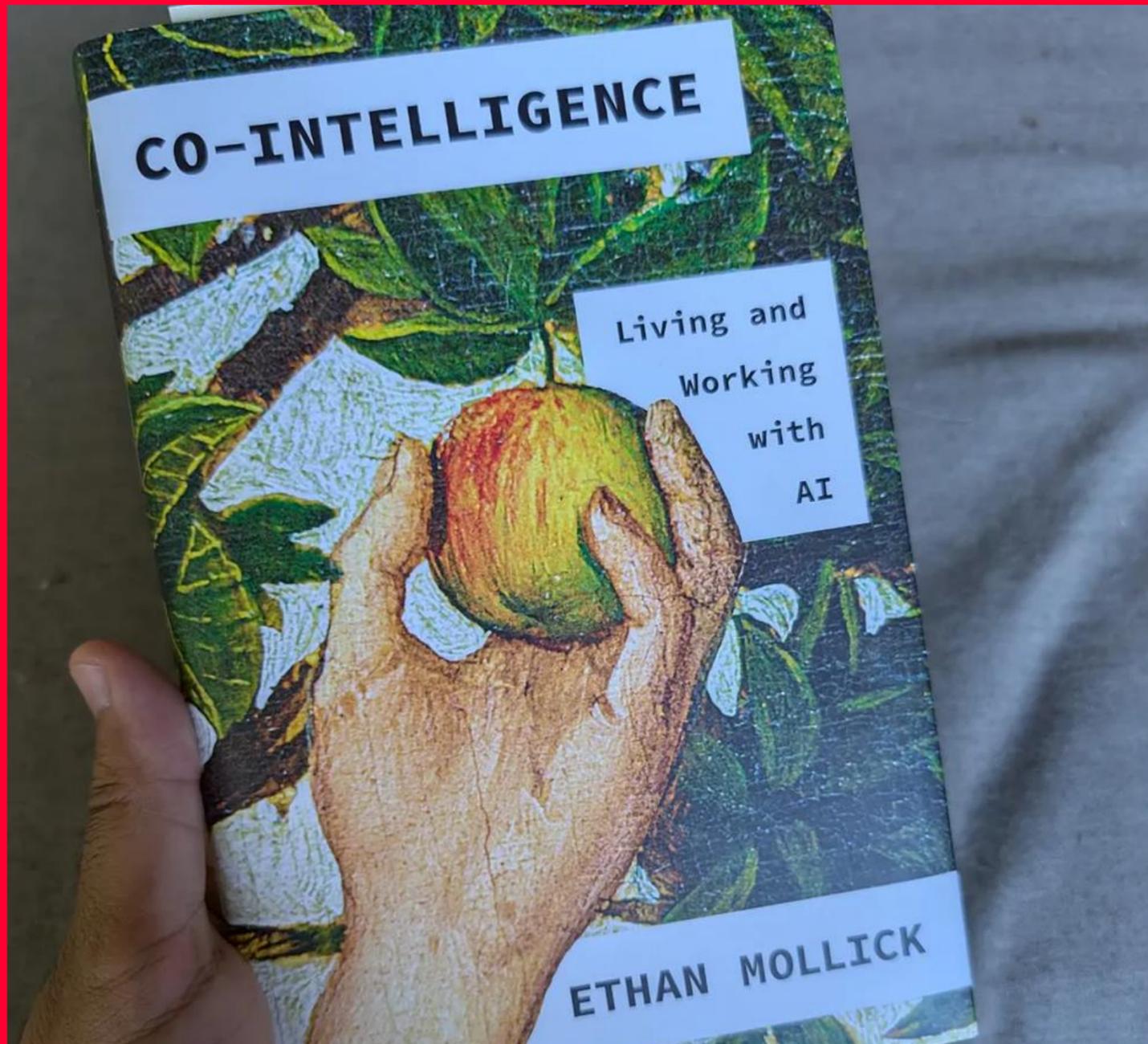
# 5 Macro Trend

AI, sostenibilità e leadership umana: le coordinate del cambiamento nel turismo

Giulia Eremita  
Coordinamento Digital Strategy BTO 2025  
[digital@bto.travel](mailto:digital@bto.travel)

# 5 Macro trend

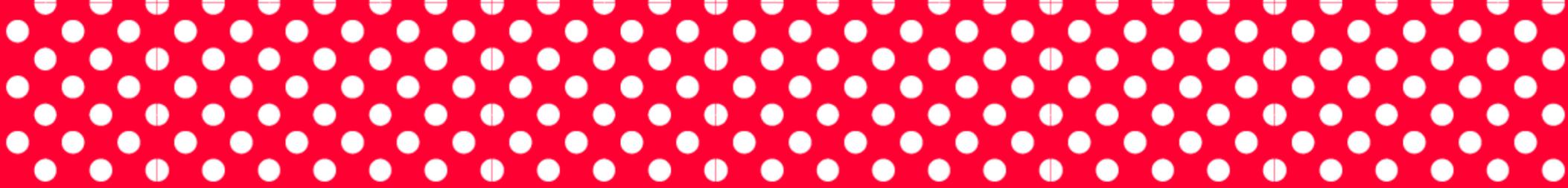
1. AI e Co-Intelligenza
2. “On top of the Tools”
3. Oltre le piattaforme
4. Nuovi Delicati Equilibri
5. The Humics



# # Co-Intelligenza

**AI non piu' come strumento, ma come collaboratore/partner**

- Dall'AI come strumento all'AI come partner.
- L'AI amplifica, non sostituisce, l'intelligenza umana.
- Collaborazione attiva = decisioni più consapevoli e creative.
- Turismo come esperienza co-creata: ospite + host + AI.
- Serve una nuova postura mentale: domande giuste, pensiero critico, dialogo continuo.



# Titolo della slide

"Se non sai cosa chiedere – o chiederti – non otterrai nessuna risposta utile. La qualità del pensiero nasce dalla qualità delle domande."

Ethan Mollick



## Nuova Industry di Abilita', agenti **On top of Tools**

Dharmesh Shah  
Co-founder, CTO,  
Hubspot

HubSpot

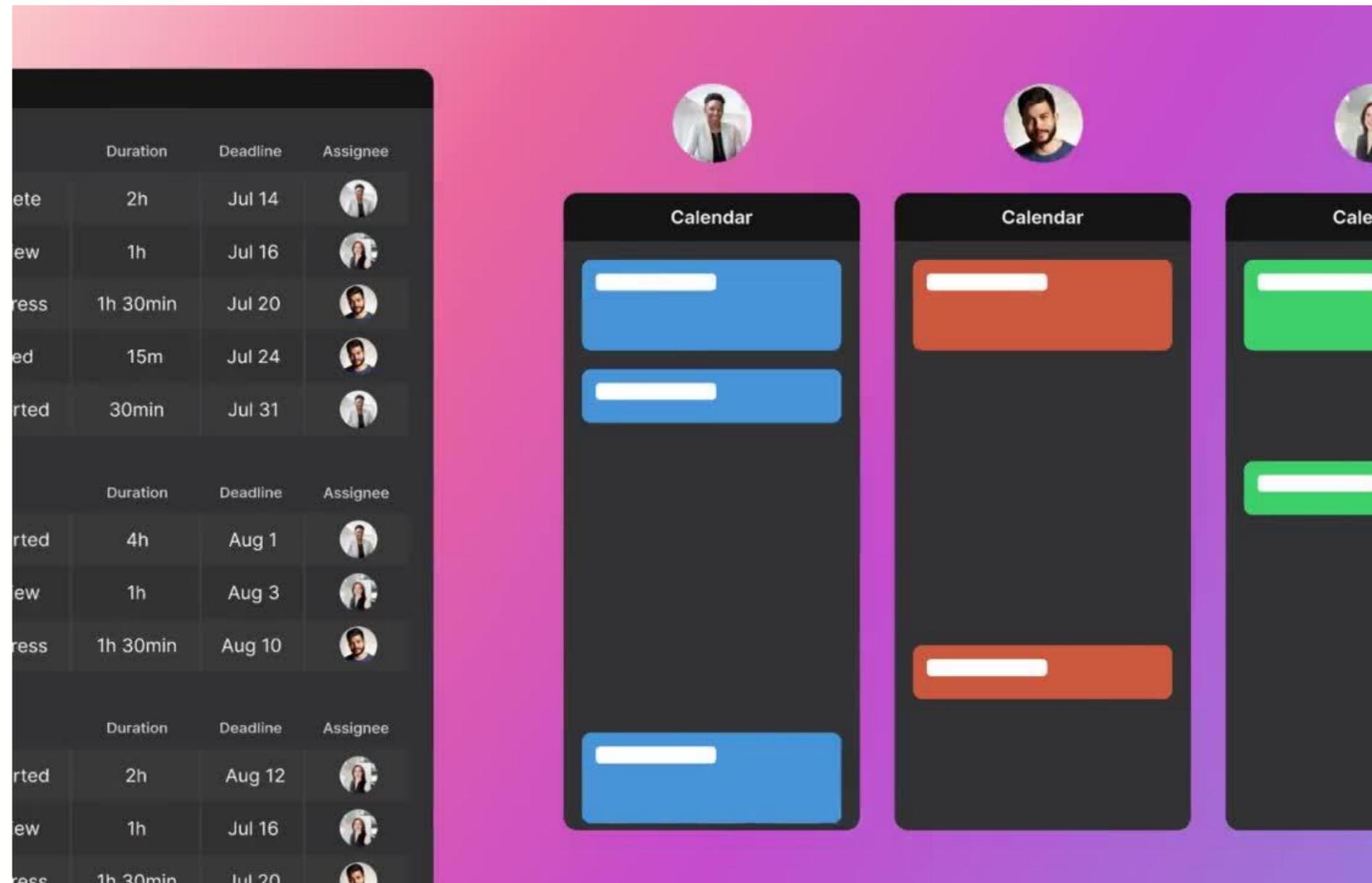


Courtesy: [youtube.com/@INBOUNDStudio](https://www.youtube.com/@INBOUNDStudio)



## Simulazione Ai agents con AI agents

<https://github.com/PennyroyalTea/gibberlink>



## Task AI Agent

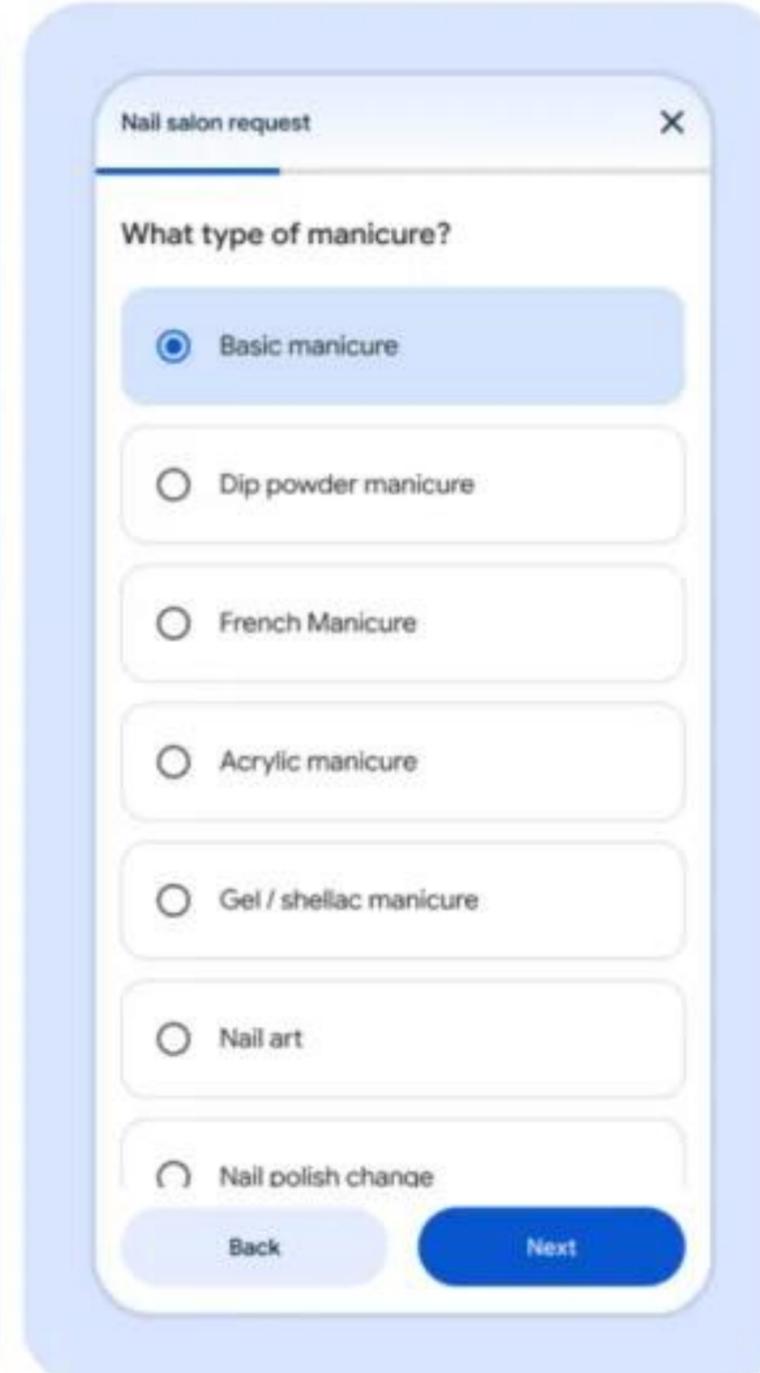
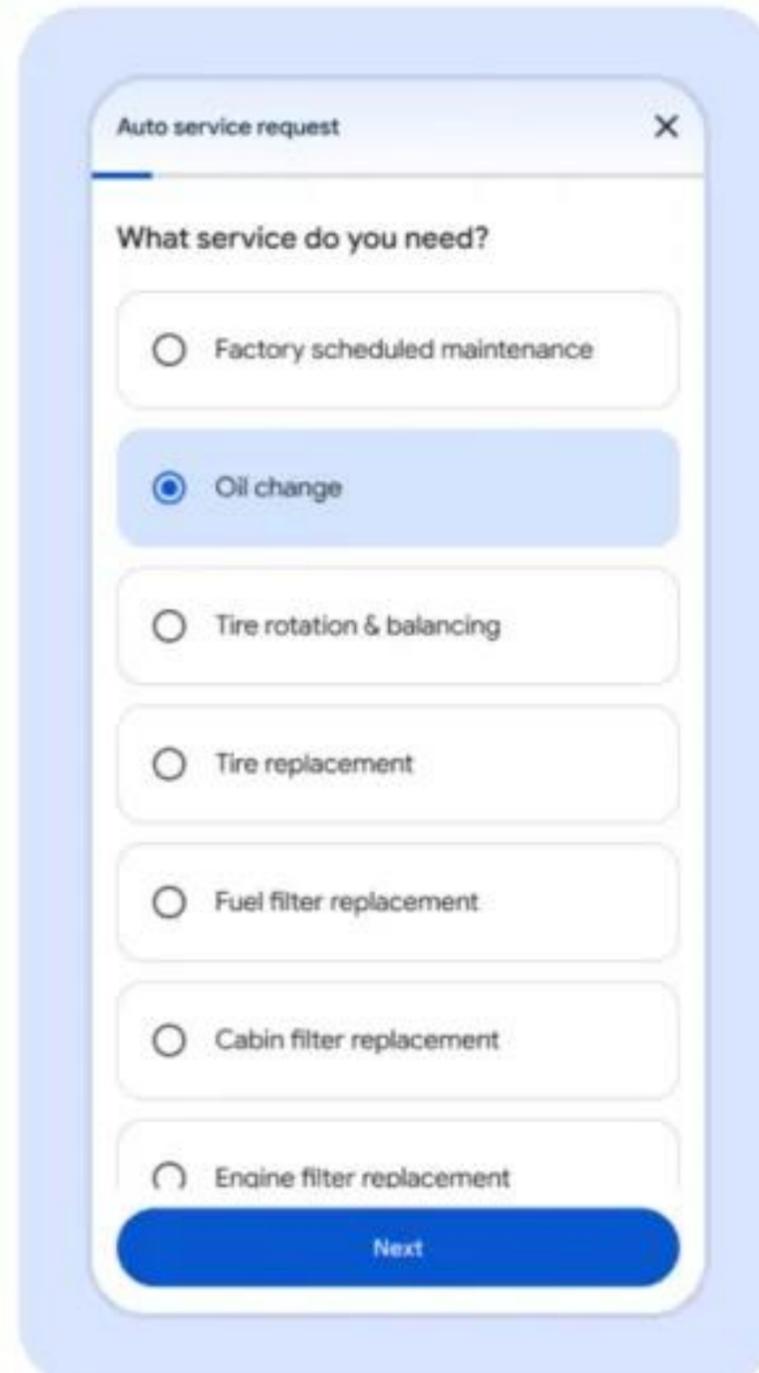
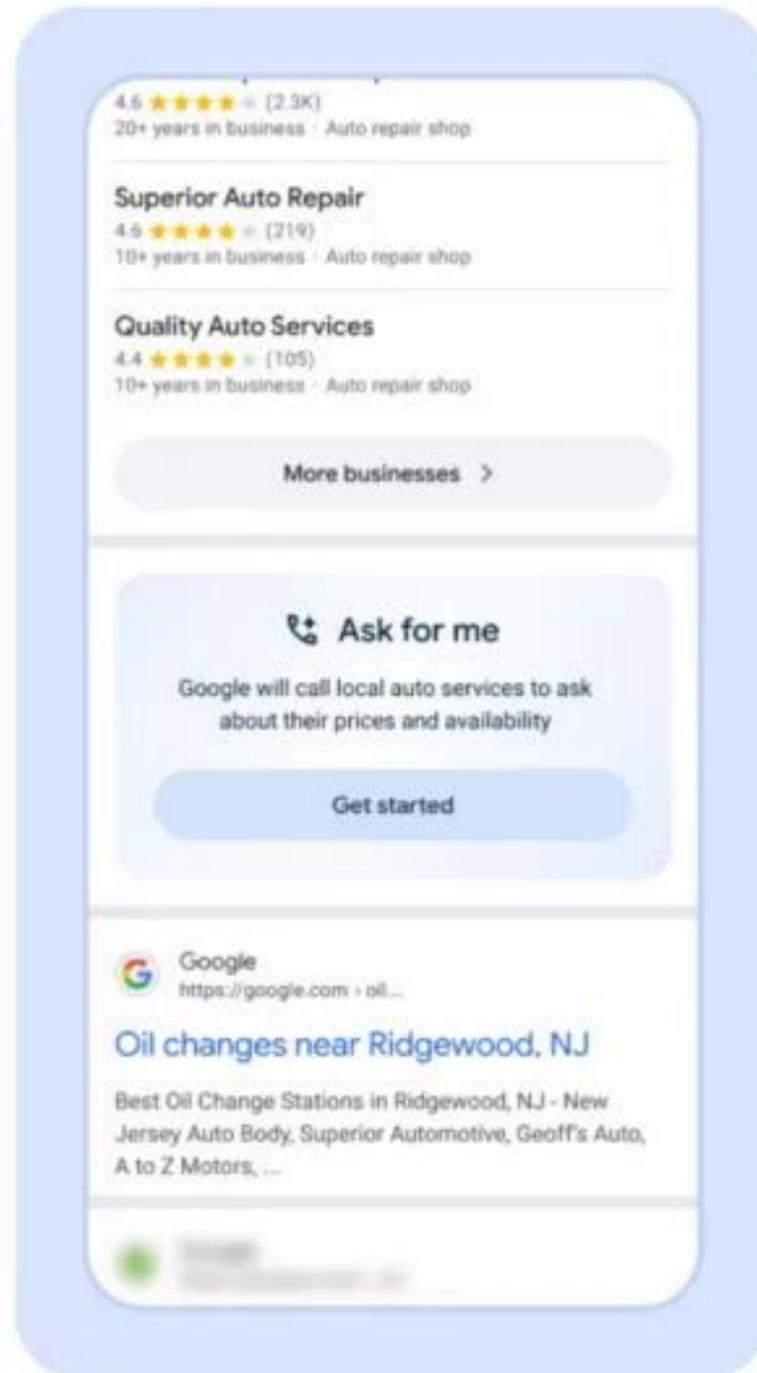
<https://www.usemotion.com/>

## 2# On top of the tools

**Non basta usare tool, serve orchestrare intelligenza.**



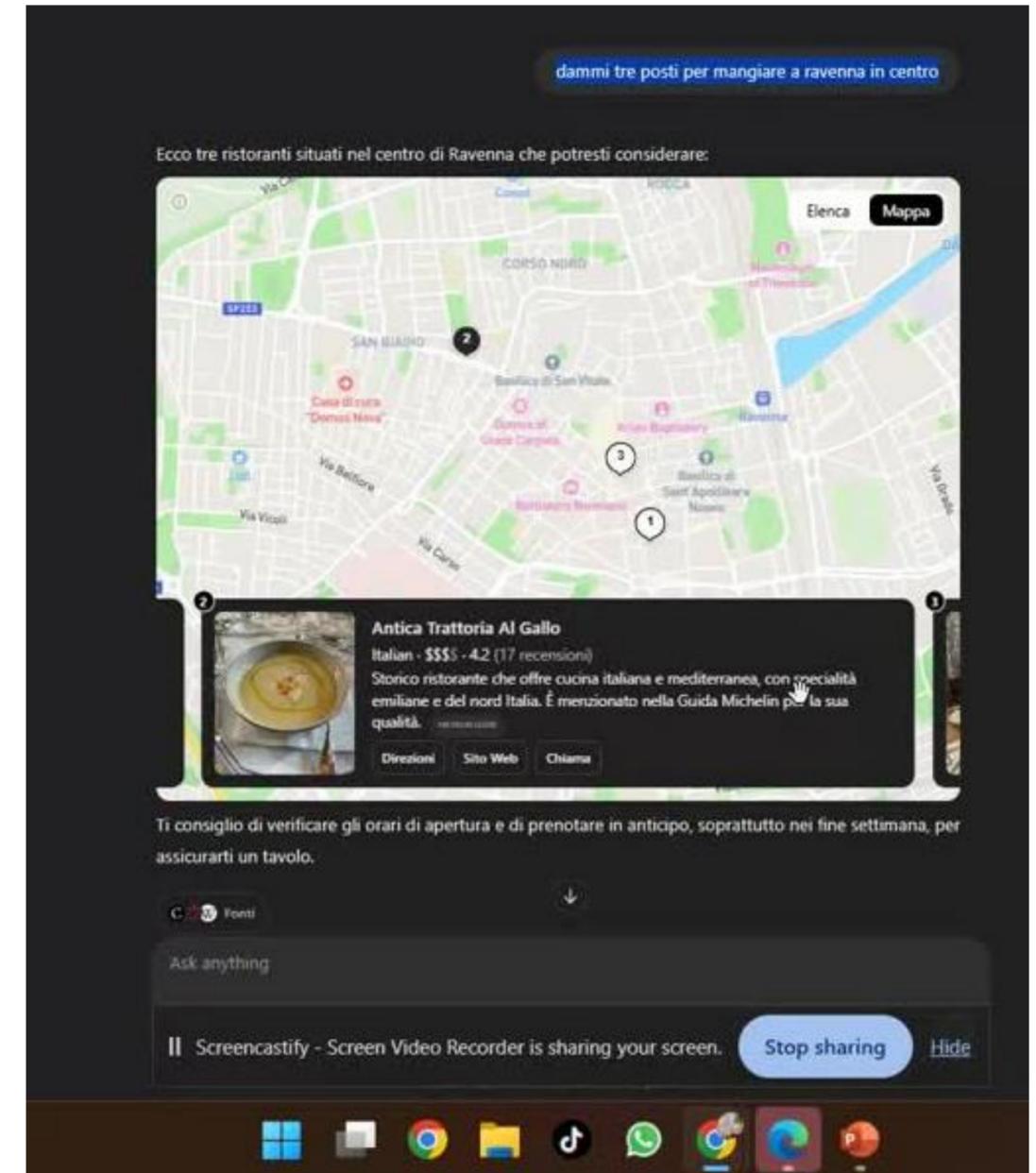
- Gli AI agents selezionano, integrano e automatizzano flussi complessi.
- Da “prompting” a decisioni autonome, con supervisione umana. Es: Sales Copilot automatizza ricerca, sintesi e interazione con clienti.
- Il futuro? Essere stratega, non solo utente. Regista, non solo operatore.
- Chi guida la strategia, guida anche la tecnologia

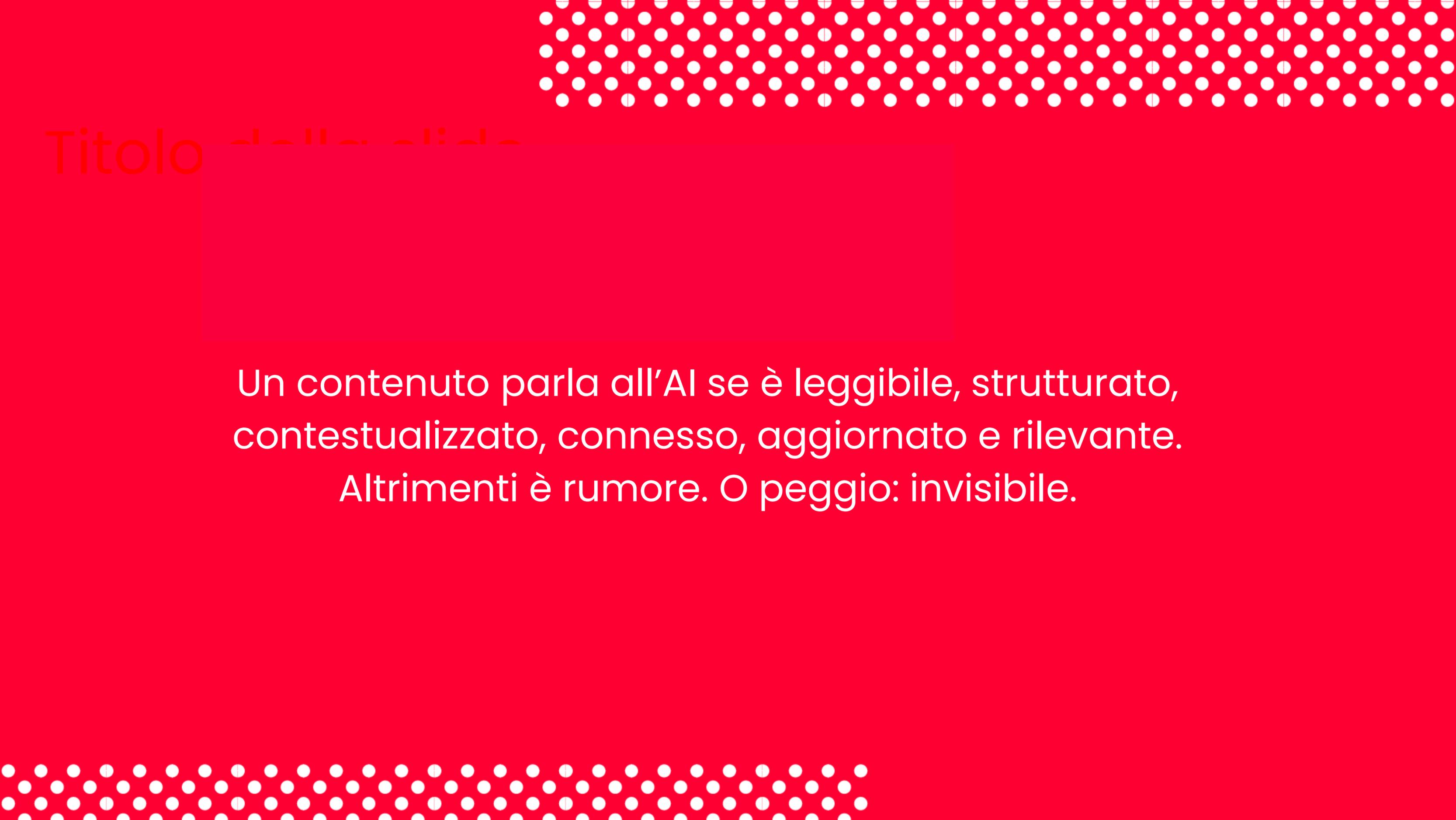


# 3# Oltre la piattaforma: ambienti che agiscono

**L'AI trasforma piattaforme e interazioni: non cerchiamo più, veniamo guidati.**

- Le piattaforme digitali diventano ambienti intelligenti, capaci di adattarsi, agire e decidere.
- Motori di ricerca, OTA, metamotori, portali di recensione: l'utente non li esplora più, l'agente AI filtra per lui.
- Branding, community, contenuti: tutto deve essere leggibile e rilevante per l'AI, non solo per l'utente umano.
- L'ecosistema è algoritmico e invisibile: se il tuo contenuto non è accessibile agli agenti, sei fuori scena.





# Titolo della slide

Un contenuto parla all'AI se è leggibile, strutturato, contestualizzato, connesso, aggiornato e rilevante.  
Altrimenti è rumore. O peggio: invisibile.

Titok

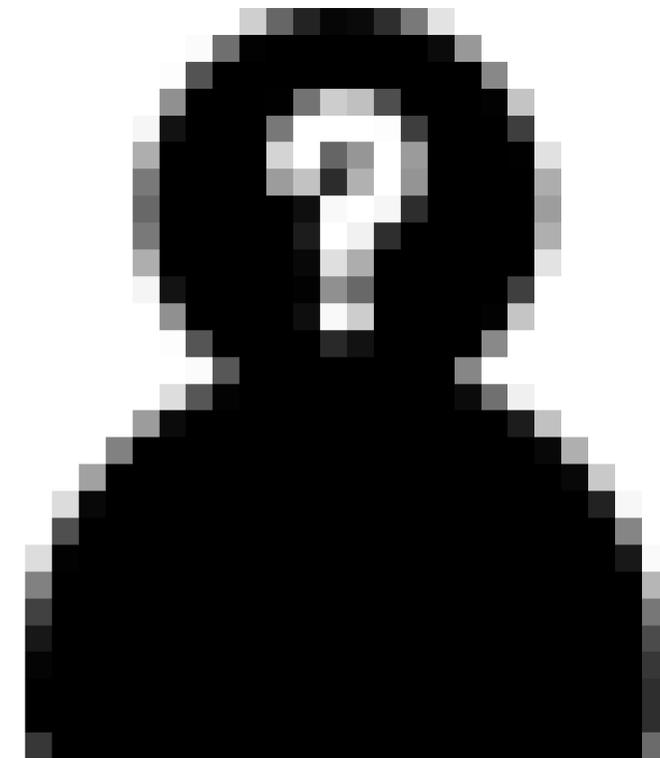


# 4# Nuovi ecosistemi

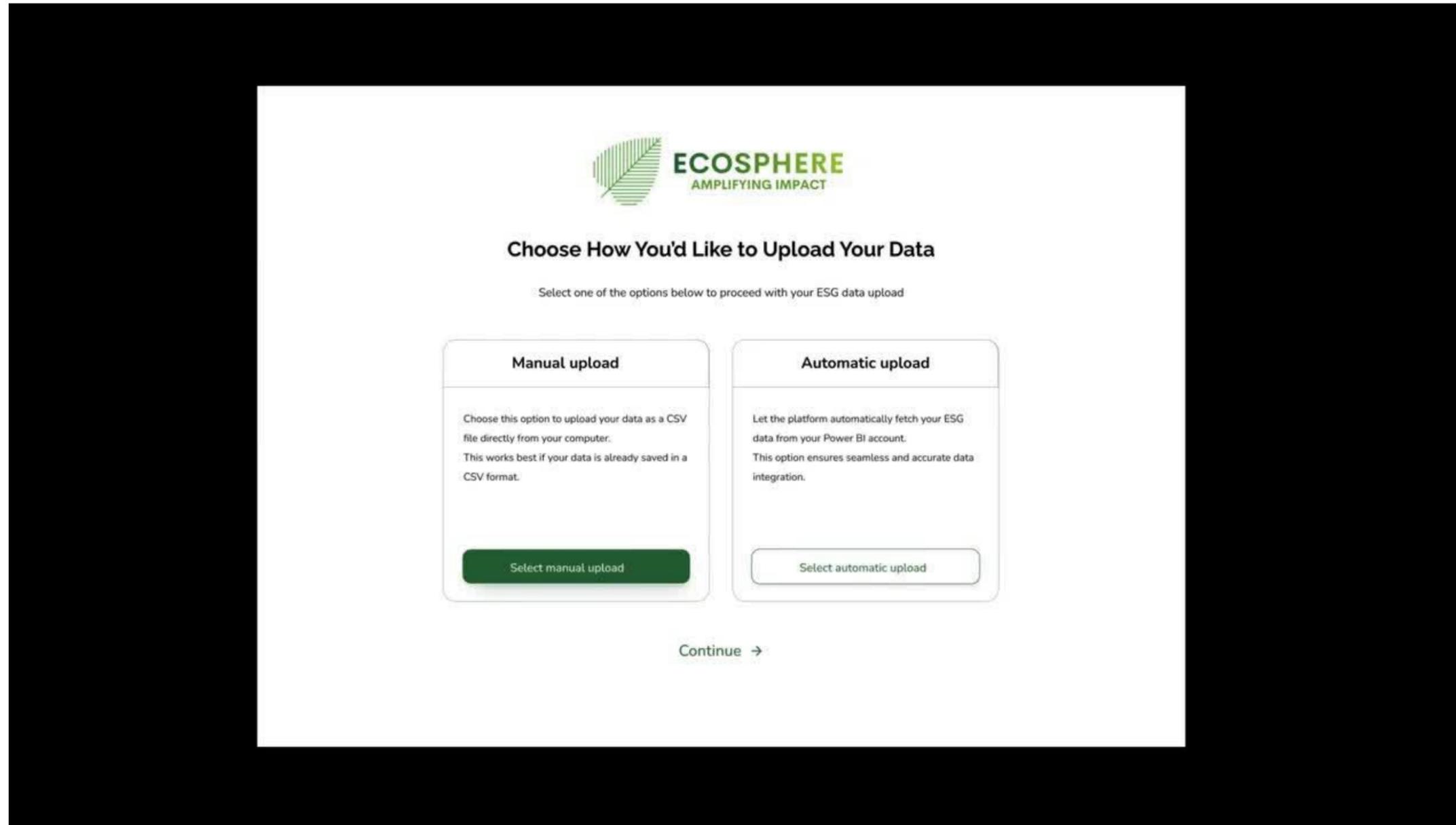
**Tecnologia, ambiente, società: verso modelli ESG di turismo più resilienti e responsabili.**

**“By Design & by default”**

- Le crisi globali (clima, energia, instabilità) cambiano il contesto competitivo.
- Il turismo non può più permettersi modelli lineari e fragili.
- L'innovazione non basta: serve una strategia ESG concreta e misurabile.
- AI e dati possono supportare scelte più sostenibili, trasparenti e sistemiche.
- Il futuro si gioca su un nuovo equilibrio: valore economico + impatto ambientale + coesione sociale.



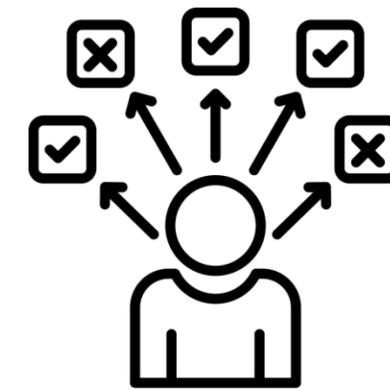
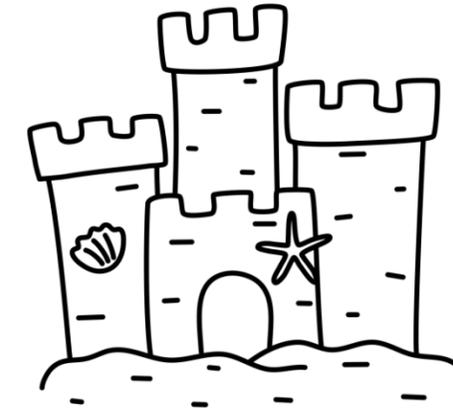
**Looking for Responsible Leaders in Tourism**

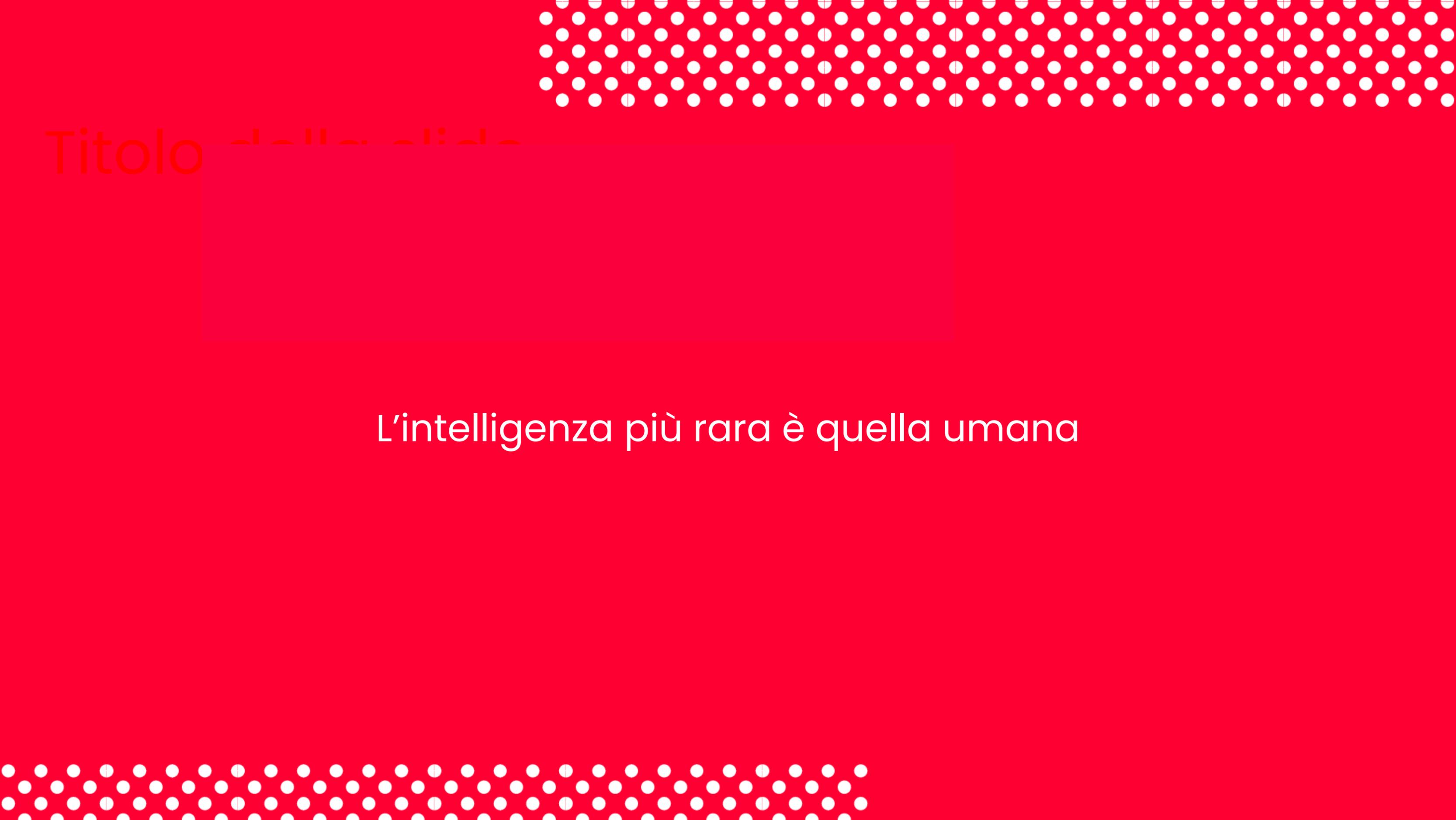


# 5# Riscoprire le Qualità Umane

**Le competenze che l'AI non può replicare saranno la nostra vera leva competitiva**

- Le AI saranno ovunque. Ma ciò che farà la differenza sarà ciò che solo noi possiamo fare.
- Le Humics (P. Bornet) – **creatività genuina, pensiero critico, autenticità sociale** – sono alla base della nostra unicità.
- Il futuro del lavoro richiede **curiosità, adattamento, empatia, immaginazione**.
- L'apprendimento continuo non è un'opzione: è l'unica strategia sostenibile.
- HI (Human Insight) + AI = **Supercompetenza**, non sostituzione.





Titolo della slide

L'intelligenza più rara è quella umana



# .BTO

# BE TRAVEL ONLIFE

11-12 NOVEMBRE 2025  
STAZIONE LEOPOLDA  
FIRENZE

[WWW.BTO.TRAVEL](http://WWW.BTO.TRAVEL)



**Regione Toscana**



**Camera di Commercio  
Firenze**  
*dal 1770 la casa delle imprese*



**TOSCANA**  
PROMOZIONE TURISTICA



**PromoFirenze**  
AZIENDA SPECIALE  
Camera di Commercio di Firenze



■ ■ ■ **fondazione  
sistema toscana**

