



Turismo, Repower: infrastrutture e AI al centro white paper

Descrizione

(Adnkronos) Repower, gruppo attivo nel settore energetico e della mobilità sostenibile, ha pubblicato la seconda edizione del White paper repower innovazione e turismo, il documento dedicato al mondo del turismo realizzato in collaborazione con Turismi.ai, l'Associazione italiana per l'Intelligenza Artificiale nel turismo, presieduta da Edoardo Colombo. L'obiettivo del documento è analizzare e orientare la qualità dell'esperienza turistica, la sostenibilità delle attività ad essa connesse e la capacità del comparto turistico di generale valore per le comunità locali interessate.

Il White paper offre una chiave di lettura concreta per orientare scelte amministrative e strategie aziendali: il turismo viene interpretato come un ecosistema multilivello, composto da ambiti diversi ma strettamente interconnessi. Al centro, il dialogo tra territori, comunità, infrastrutture e tecnologie. In questo scenario, Repower punta a giocare un ruolo di abilitatore, mettendo in relazione competenze e investimenti, con l'obiettivo di rafforzare ecosistemi territoriali sempre più integrati.

Per leggere la complessità del fenomeno turistico, il report adotta una Tavola Sinottica 4x4, concepita per rendere evidenti le relazioni tra le quattro dimensioni su cui si concentra: connessioni e accessibilità, cultura e rigenerazione, infrastrutture e territorio, tecnologia e Intelligenza Artificiale e i quattro attori fondamentali del sistema turistico: viaggiatori, operatori, destinazioni e residenti. La tavola costituisce una lente interpretativa attraverso cui leggere in modo sistemico le dinamiche che si generano all'interno di ciascuna dimensione. L'analisi di questo white paper nasce sulla scia del premio speciale Repower innovazione e turismo 2025, da quattro tavoli tematici di confronto dedicati a connessioni, cultura, infrastrutture e intelligenza artificiale, che hanno coinvolto voci accademiche e professionali per restituire un'immagine nitida del turismo, un fenomeno insieme tecnologico e umano, materiale e simbolico, economico e relazionale.

A seguire i quattro capitoli. 1) Connessioni e accessibilità: la rete come patrimonio. Il turismo non è solo un insieme di monumenti, ma un sistema di relazioni: la sua competitività dipende dalla qualità dei collegamenti fisici, digitali e sociali. L'accessibilità non è solo un obbligo, ma un principio progettuale: pensare per esigenze specifiche migliora l'esperienza di tutti e rende i territori più

resilienti. Anche le piattaforme digitali, tra mappe e recensioni, influenzano la reputazione delle destinazioni, ma il vero valore nasce quando queste connessioni si trasformano in collaborazione e benefici condivisi. Case study: l'analisi su Napoli dimostra come l'apertura dell'hub Ryanair nel 2016 abbia agito da leva di sviluppo, non omogenea. Il reddito medio è aumentato in tutta la città ma con una crescita significativamente maggiore nei quartieri del centro storico Unesco (+2.032 euro) rispetto a quelli non interessati dai flussi internazionali (+1.580 euro).

2) Cultura e rigenerazione: oltre la musealizzazione. La cultura è l'infrastruttura primaria dello sviluppo e non deve essere piegata al turismo: le pratiche più autentiche nascono dai bisogni di una comunità. Il patrimonio culturale va visto come un presente attivo capace di generare nuovi linguaggi e coesione sociale. Il turismo è considerato sostenibile solo quando i valori che lo animano sono condivisi dalla comunità locale, evitando narrazioni statiche che svuotano di senso l'identità del territorio. In Italia quasi 2 presenze su 3 si concentrano in comuni a vocazione culturale. Case study: A Pollica, la dieta mediterranea è diventata una strategia di governo territoriale (food scape) che connette agricoltura, salute e turismo lento, trasformando un borgo in un laboratorio globale. Parallelamente, a Napoli, il case study della Fondazione Fokus nei Quartieri Spagnoli mostra come la rigenerazione urbana e sociale possa precedere e guidare il successo turistico. Grazie a strumenti di analisi dei dati sviluppati con Almapiva, la Fondazione monitora l'impatto dei flussi per prevenire fenomeni negativi come la gentrificazione e mantenere l'equilibrio del tessuto sociale.

3) Infrastrutture e territorio: strumenti di governo e resilienza. Le infrastrutture sono il sistema operativo dei territori e agiscono come dispositivi di regolazione dei comportamenti. Il documento chiarisce che il sovraffollamento è spesso causato da sistemi infrastrutturali incapaci di distribuire i visitatori nello spazio e nel tempo, piuttosto che da un eccesso di domanda. Nelle aree interne, infrastrutture leggere, mobilità dolce e servizi di prossimità diventano leve fondamentali contro lo spopolamento e l'isolamento. Case Study: il progetto Mappina a Napoli usa la mappatura collaborativa dei cittadini per far emergere patrimoni invisibili e ridistribuire i flussi urbani contribuendo a costruire nuovi immaginari collettivi. Il recupero del Museo nazionale ferroviario di Pietrarsa mostra come il restauro del patrimonio industriale, unito a interventi mirati sulla mobilità (nuove fermate ferroviarie), possa rigenerare l'economia locale.

Le infrastrutture strategiche possono avere forme diverse ma quelle del settore energy, in particolare la nuova generazione da fonte rinnovabile, sono sempre più spesso occasioni di attrito con i territori: un parco eolico o un campo fotovoltaico non vanno studiati solo in termini di impatto ambientale o paesaggistico ma anche come occasioni per accelerare e mettere a sistema competenze ed economie locali, che potrebbero trarre un enorme beneficio se poste nelle condizioni di creare reali sinergie con investimenti importanti e per certi versi inevitabili come quelli dettati dalle recenti crisi energetiche mondiali.

4) Tecnologia e Intelligenza Artificiale: l'algoritmo al servizio dell'umano. L'AI non è solo uno strumento di efficienza, ma un'infrastruttura abilitante che trasforma la progettazione del turismo. L'automazione deve servire a valorizzare il fattore umano, liberando risorse per la cura dell'accoglienza e della relazione, che restano insostituibili. È essenziale che i territori sviluppino una propria sovranità digitale gestendo i dati prodotti dai flussi. Se la domanda è forte, con il 33% dei viaggiatori italiani che usa già l'AI e l'85% che la ritiene utile, l'offerta è ancora scarsa, con

solo il 13% dei fornitori outdoor e il 14% delle agenzie che hanno avviato progetti AI strutturati.

Due case study chiudono il White paper. N-AI Lab: un laboratorio dedicato che aiuta le startup e le piccole imprese a integrare l'AI nei processi produttivi locali, rendendo l'innovazione accessibile e non esclusiva. Touristinfo.ai: vincitore del Premio Repower 2025 ha presentato "Giggo", un assistente digitale utilizzato in Alto Adige. Giggo non si limita a dare informazioni, ma agisce come un consulente che, in tempo reale e in 80 lingue, suggerisce alternative ai parcheggi saturi o percorsi meno affollati, ristabilendo l'equilibrio tra il visitatore e il territorio.

Il premio speciale Repower 2025 a Napoli ha commentato Fabio Bocchiola, amministratore delegato di Repower. "È stato per noi un laboratorio di confronto, in cui competenze e punti di vista diversi hanno restituito una lettura condivisa del turismo come fenomeno complesso, insieme tecnologico, umano e territoriale. Da questo lavoro nasce la seconda edizione di questo White Paper, che non vuole essere un catalogo di soluzioni, ma uno strumento per orientare le scelte di chi opera nel settore. L'esperienza maturata nel lavoro quotidiano con imprese e comunità ci mostra come la qualità del turismo dipenda sempre più dalla capacità di gestire in modo integrato infrastrutture strategiche e vocazione locale come nel caso del turismo. In questo senso, l'innovazione non è un fine ma una leva per migliorare il funzionamento dei sistemi territoriali e la qualità dell'esperienza. Promuovere momenti di confronto, costruire conoscenza condivisa e offrire strumenti di orientamento significa contribuire a rafforzare la capacità del sistema di affrontare le trasformazioni in corso in modo più consapevole e coordinato. Per noi, l'innovazione ha valore solo quando è in grado di generare benefici concreti e duraturi per i territori e per le comunità che li abitano".

Edoardo Colombo, presidente di Turismi.AI, ha aggiunto: "Il turismo è un ecosistema in cui connessioni, infrastrutture, cultura e tecnologie concorrono insieme a generare valore. Per Turismi.AI il White paper è un'occasione per offrire una chiave di lettura utile ad accompagnare il settore verso modelli più intelligenti e sostenibili, capaci di migliorare insieme esperienza dei viaggiatori, competitività degli operatori, governo delle destinazioni e qualità della vita dei residenti. Per questo ringrazio Repower per aver promosso questa iniziativa utile al dibattito per guardare al futuro con una visione condivisa".

La stesura del White paper è stata coordinata da Edoardo Colombo (presidente di Turismi.AI) e Sergio Beraldo (docente di economia politica dell'Università di Napoli Federico II) che hanno anche coordinato, rispettivamente, i tavoli tematici su AI e Connessioni. Sara Roversi (fondatrice del Future Food Institute) e Pierluigi Sacco (Università di Chieti-Pescara) hanno condotto la discussione ai tavoli tematici su Cultura e Infrastrutture. Il White paper Innovazione e Turismo è stato presentato nel corso di GatewAI 2026, la Conferenza nazionale dell'Intelligenza Artificiale nel turismo.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Maggio 5, 2026

Autore

redazione

default watermark