

BUTH
AI Building Trust in
Human Centric
Artificial Intelligence



H

THE GUEST WHISPERERS

LUXURY STAYING *H*OTELS

PERSONALISATION AND PRIVACY

IL CASO GUESTPERFECT



PRESENTAZIONE CASO

- LuxuryStaying Hotels è una catena alberghiera di lusso con 47 hotel.
- Nel 2022 introduce GuestPerfect, un sistema di AI per personalizzare l'esperienza cliente.

CONTESTO COMPETITIVO

- Privacy a rischio: clienti percepiscono monitoraggio eccessivo.
- Minaccia legale: indagini e possibile azione collettiva.
- Decisione urgente: salvaguardare privacy senza perdere valore tecnologico.





- GuestPerfect aumenta ricavi e soddisfazione.
- Tuttavia, genera crescenti preoccupazioni sulla privacy.
- Il management deve decidere come procedere in 30 giorni.



IL PROBLEMA MANAGERIALE





- **Vantaggio competitivo basato sui dati**

L'utilizzo di dati, presi e analizzati dalle IA, a scopo di lucro può rientrare nella fascia di rischi alti presentati nell'AI Act.

PERCHÉ È UN DILEMMA?

- **Rischio legale e reputazionale elevato**

Tutta la tecnologia utilizzata per questo progetto può rischiare di andare contro, oltre all'AI Act, al GDPR e al NIS2.

- **Normative privacy sempre più stringenti**

il GDPR rende la privacy una questione legale importante e sensibile, una questione come questa può risultare in importanti sanzioni o alla reclusione.



- Riconoscimento facciale
- Sensori IoT nelle camere
- Analisi delle interazioni digitali
- Tracciamento spostamenti interni

**COME FUNZIONA
GUESTPERFECT?**



RISULTATI OTTENUTI

\$392-→\$399



REVENUE PER ROOM

8.2-→9.



CUSTOMER SATISFACTION

23%-→35%



REPEAT BOOKINGS

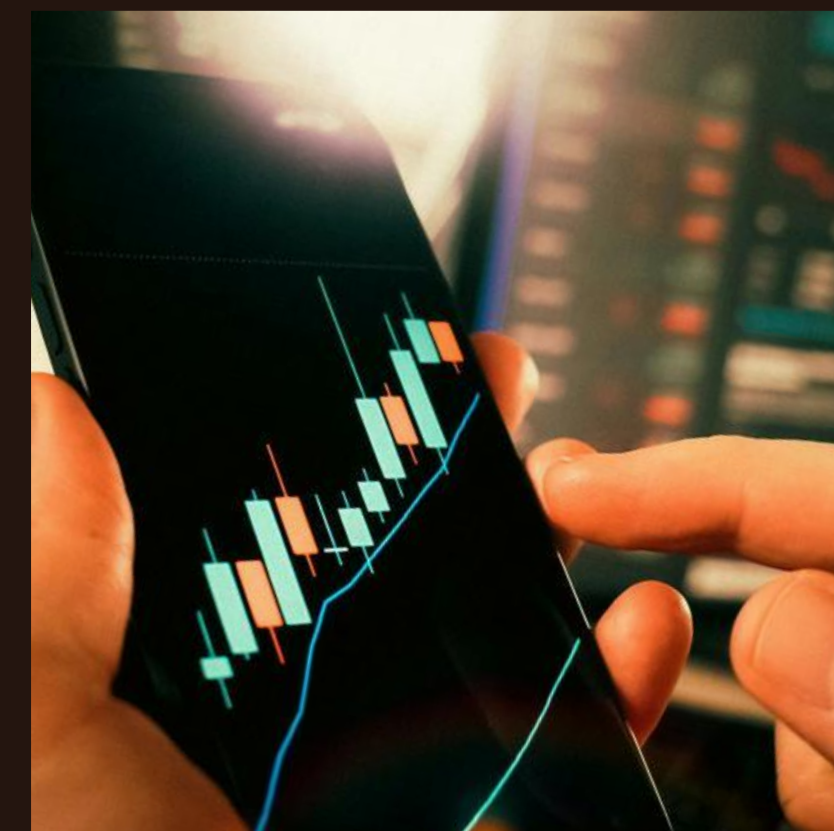
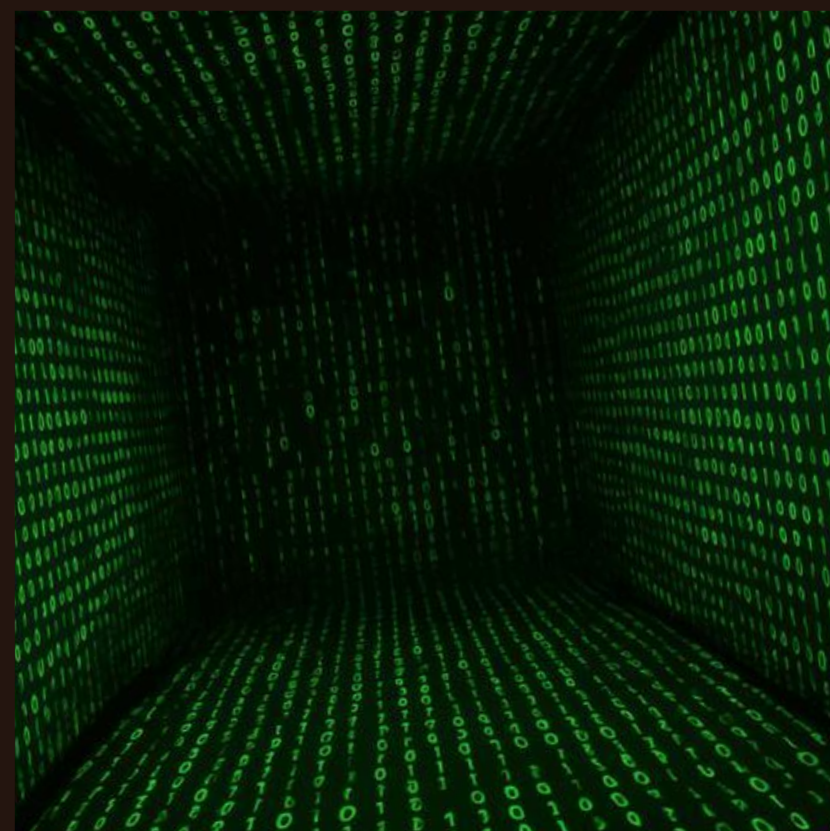
0.1%-→2.8



PRIVACY COMPLAINTS

OPZIONI STRATEGICHE

1. Disattivare GuestPerfect
2. Ridurre la raccolta dati mantenendo il sistema
3. Modificare sostanzialmente il sistema





CONFRONTO DELLE OPZIONI

- Disattivazione: -28% ricavi | Rischio minimo
 - Riduzione: -8% ricavi | Rischio alto
- Modifica: -15% ricavi | Rischio moderato

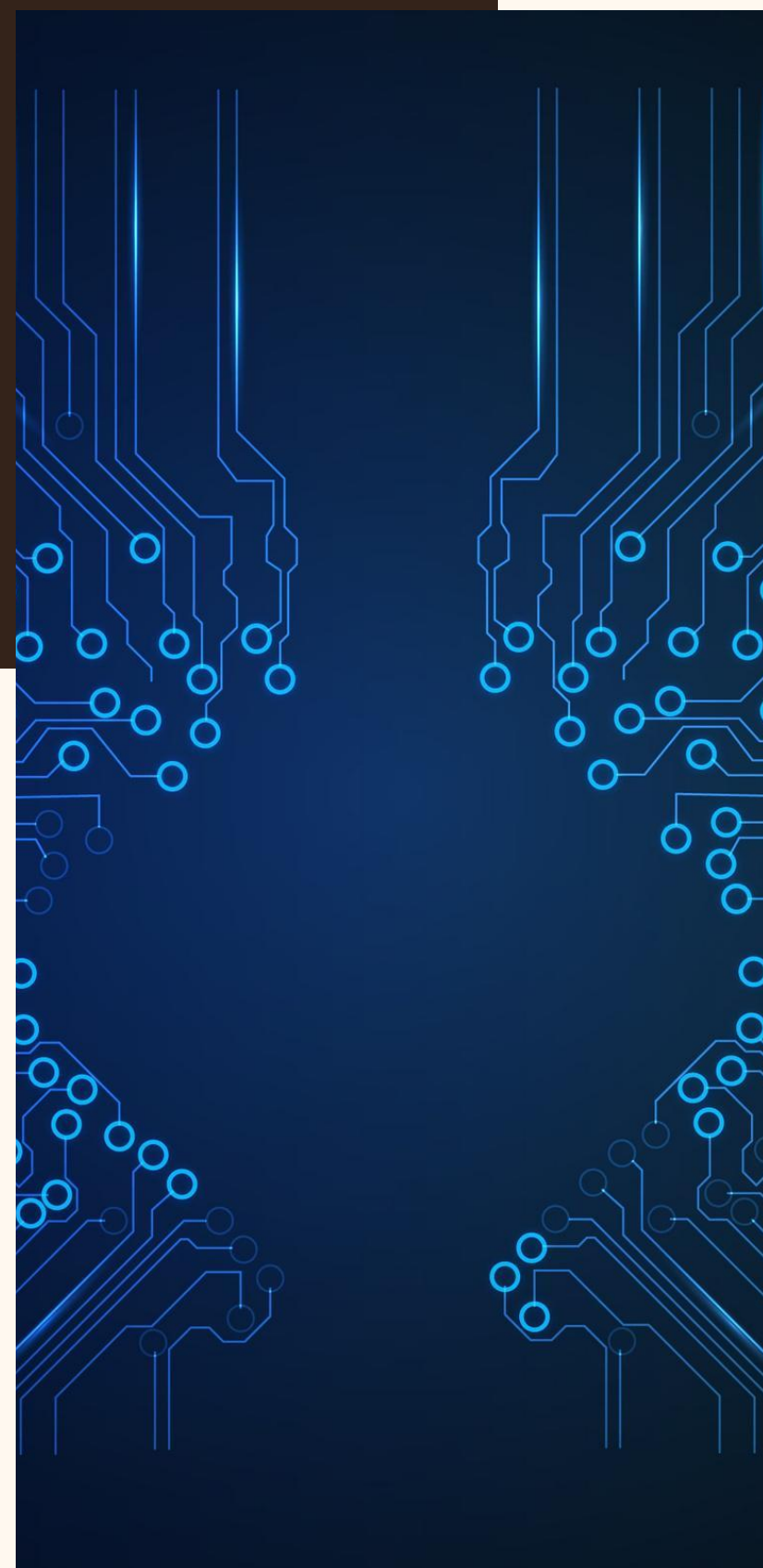
ANALISI STRATEGICA

- La personalizzazione crea valore.
- MA il riconoscimento facciale rappresenta il punto critico.
- Serve un equilibrio sostenibile nel lungo periodo.





- Modifica sostanziale di GuestPerfect:
- Eliminare riconoscimento facciale
- Opt-in esplicito del cliente
- Rendere anonimi i dati
- Rafforzare governance privacy



SOLUZIONE PROPOSTA



PERCHÉ È LA SCELTA MIGLIORE



- Riduce rischio legale e reputazionale
- Mantiene il vantaggio competitivo
- Allinea l'azienda a GDPR e AI ACT
- Rafforza la fiducia dei clienti



CONCLUSIONE

Il vero vantaggio competitivo nel lusso.

La base NON è raccogliere più dati...

MA usare meglio quelli consentiti.

BUTH

AI Building Trust in
Human Centric
Artificial Intelligence



H

THE GUEST WHISPERERS

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

ALESSIO BOTTAZZINI

CAMILLA MILAZZO

ANGELICA VIGRANI

ELISA LIOTTA

FONTI:

1. REGOLAMENTO GENERALE SULLA PROTEZIONE DEI DATI (GDPR – REG.
UE 2016/679)

2. EUROPEAN UNION – ARTIFICIAL INTELLIGENCE ACT (AI ACT)

3. CHATGPT

4K LICEO LUCIO ANNEO SENECA
DOCENTE REFERENTE: YURI TESSA