



Giovedì 16 Luglio 2026

[Notizie mercati esteri](#) [1]

Il tour operator Selectour punta sull'intelligenza artificiale per reinventare la relazione con il cliente

Nonostante le incertezze economiche e geopolitiche che interessano il settore turistico, Selectour prosegue la propria trasformazione digitale facendo dell'intelligenza artificiale uno strumento per migliorare la relazione con il cliente, senza mettere in discussione il ruolo centrale del consulente umano.

Fondata nel 1971, la cooperativa riunisce oggi circa 1.000 agenzie di viaggio indipendenti, con 4.000 collaboratori distribuiti in oltre 600 città della Francia metropolitana e d'oltremare. La strategia del gruppo si basa sulla convinzione che, anche quando il percorso di acquisto inizia online, il cliente debba poter beneficiare dell'accompagnamento di un consulente specializzato.

Questo approccio riguarda anche l'attività B2B dedicata ai viaggi d'affari, che rappresenta circa il 60% del volume d'affari della cooperativa, pari a 1,6 miliardi di euro nel 2025. Per sostenere questa evoluzione, Selectour investe da diversi anni nella raccolta, strutturazione e valorizzazione dei dati dei clienti attraverso un database unificato, che consente di personalizzare maggiormente le interazioni commerciali e le campagne di marketing.

L'utilizzo dell'intelligenza artificiale è già concreto in diversi ambiti operativi: ottimizzazione delle campagne di e-mail marketing, miglioramento del targeting pubblicitario e automazione di alcune raccomandazioni. Anche le campagne sulle piattaforme digitali sono sempre più gestite dagli algoritmi dei grandi operatori tecnologici, capaci di identificare autonomamente i pubblici di riferimento e di allocare gli investimenti pubblicitari in modo più efficace.

Nel dicembre 2025 il gruppo ha compiuto un ulteriore passo avanti con il lancio di un assistente conversazionale su tutte le sue piattaforme digitali: Selectour.com, Selectour-affaires.com e oltre 300 siti web delle agenzie affiliate. Lo strumento permette agli utenti di preparare e prenotare un viaggio esprimendo esigenze, desideri e vincoli attraverso una conversazione naturale, senza dover necessariamente utilizzare menu o filtri tradizionali.

L'assistente è in grado di rispondere a domande relative al periodo migliore per partire, alle destinazioni più adatte per una vacanza in famiglia o a suggerimenti personalizzati basati sul budget e sulle preferenze del cliente. Le risposte si fondano sia sul catalogo prodotti sia sull'esperienza maturata dalla rete di agenzie. Una volta qualificata la richiesta, il sistema indirizza automaticamente il cliente verso l'agenzia o il consulente più adatto.



Parallelamente, Selectour si prepara allo sviluppo di nuovi utilizzi transazionali degli agenti IA e all'evoluzione dei motori di ricerca conversazionali. In quest'ottica sta lavorando sul GEO (Generative Engine Optimization), ovvero l'ottimizzazione della presenza sui motori basati sull'intelligenza artificiale generativa. L'obiettivo è sfruttare dati e IA per offrire un'esperienza più fluida, personalizzata ed efficiente, mantenendo il controllo sugli utilizzi della tecnologia e garantendo la protezione dei dati, mentre il consulente umano continua a rappresentare il punto di riferimento della relazione con il cliente.

(Contributo editoriale a cura della [Camera di Commercio Italiana per la Francia di Marsiglia](#) [2])

Ultima modifica: Giovedì 16 Luglio 2026

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: <https://www.assocamerestero.com/notizie/tour-operator-selectour-punta-sullintelligenza-artificiale-reinventare-relazione-cliente>

Collegamenti

[1] https://www.assocamerestero.com/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122

[2] <https://www.assocamerestero.it/ccie/camera-commercio-italiana-francia-marsiglia>