

Se il ristorante è autentico lo dice l'AI

Una startup sta monitorando il gradimento di quelli di Vetrina Toscana

[foto di Luca Managlia]

Goffredo Guidi è cofondatore e responsabile commerciale della startup Affective.

Prima di tutto due parole per conoscerci, cos'è Affective e cosa fate?

Affective è una startup innovativa e spinoff dell'Università degli Studi di Firenze che realizza software di sentiment analysis avanzata.

Cos'è un software di "sentiment analysis"?

Si tratta di un software basato sull'intelligenza artificiale in grado di analizzare automaticamente i testi sul Web, riconoscendo il modo in cui gli utenti valutano un brand, un prodotto, un servizio. Per "Vetrina Toscana" abbiamo addestrato un modello di intelligenza artificiale per misurare il grado di autenticità dei ristoranti aderenti al progetto, attraverso l'analisi delle recensioni dei clienti.



A partire da sinistra Niccolò Caselli, Goffredo Guidi, Gianmarco Tuccini

Cosa avete fatto esattamente per Vetrina Toscana?

Per conto di Toscana Promozione Turistica e sulla base dei dati forniti da The Data Appeal Company stiamo svolgendo un'analisi sulle recensioni di ristoranti e di botteghe aderenti e non al progetto Vetrina Toscana per identificare i punti di forza e i margini di crescita del progetto.

Panzanella



Osteria di Brolio



Pappa al pomodoro

Instagramer



Ribollita



Tipicità tradizione, produzioni locali è questo che i turisti cercano in Toscana, come si riconosce l'autenticità dell'offerta?

In pratica, il modello individua automaticamente nel testo delle recensioni termini che sono indice di percezione di autenticità enogastronomica da parte del cliente, ad esempio espressioni come “cucina locale” o “piatti tradizionali toscani”, oppure parole che fanno riferimento a piatti specifici come “ribollita” o “carabaccia”. Oltre a ciò, il software svolge un'analisi avanzata del sentiment di queste recensioni, andando a individuare non solo se la valutazione del cliente è positiva o negativa, ma anche se il cliente stesso è propenso a fare passaparola positivo e a raccomandare a terzi l'esercizio

recensito. Queste analisi sono state svolte sia sulle recensioni degli esercizi iscritti a Vetrina Toscana sia su un campione di 6000 ristoranti e botteghe non ancora iscritti, che ci è servito come termine di confronto.

Dall'analisi emerge che gli esercizi iscritti a Vetrina sono maggiormente caratterizzati rispetto al tema dell'autenticità: i clienti parlano più spesso di tipicità, tradizione enogastronomica, prodotti locali. Esiste inoltre una correlazione significativa tra l'autenticità e la propensione al passaparola positivo: più si parla di autenticità e maggiore è la propensione a consigliare ad altri la visita di quel ristorante o bottega nelle recensioni, a conferma che fare una proposta enogastronomica che



sia percepibile come autentica da parte del cliente è una leva importante per il successo del ristorante. Un caso virtuoso da questo punto di vista sono i ristoranti e botteghe del Mugello, le cui recensioni appaiono fortemente caratterizzate sia da riferimenti ai piatti della tradizione come i tortelli di patate sia da un rating medio (le stelline delle recensioni) molto alto.

Abbiamo parlato dei punti di forza dell'offerta targata Vetrina Toscana, ce ne saranno anche di deboli?

Bisogna premettere che le performance dei ristoranti e botteghe di Vetrina Toscana rispetto alla percezione dell'autenticità e al net promoter score (l'indice che misura quanto il cliente è propenso al passaparola positivo) sono tutte, generalmente, ottime e superiori alla media toscana.

Ciò detto, abbiamo riscontrato che

nei territori dove sono presenti città fortemente turistiche e quindi più soggette a un fenomeno di standardizzazione dell'offerta enogastronomica, come Pisa, Siena o Firenze, troviamo recensioni meno caratterizzate da riferimenti a piatti della tradizione.

Il 25% dei ristoranti non ancora aderenti - in numeri assoluti circa 6.500 esercizi - è potenzialmente idoneo all'iscrizione a Vetrina Toscana, come lo avete stabilito?

Dalla nostra analisi risulta che il grado medio di autenticità di questo 25% di esercizi non ancora iscritti è pari o superiore a quello degli esercizi di Vetrina e pertanto è includibile all'interno del progetto.

Avere una forte caratterizzazione dell'offerta è visto anche come un limite, ostacola l'innovazione, la sperimentazione e la crescita. Insomma, avremo sempre un'offerta gastronomica basata sui piatti del passato?

Se è vero che in linea di principio il rispetto della tradizione può rappresentare un ostacolo all'innovazione, i dati mostrano che molti esercenti di Vetrina Toscana sono abili nel trovare un bilanciamento tra la custodia della tradizione e la promozione dell'innovazione. L'esempio che più salta all'occhio dall'analisi delle recensioni è l'apprezzamento da parte dei clienti nei confronti delle varianti "gluten free" dei piatti toscani: indice della capacità dei nostri ristoratori di tenere insieme tradizione e attenzione alle esigenze del pubblico contemporaneo. ■