

# Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

## L'intelligenza artificiale sale a bordo di Gnv

Nicola Capuzzo · Saturday, July 4th, 2026

Gnv amplia i propri servizi digitali introducendo tre nuovi strumenti destinati a incidere sulle fasi di prenotazione, imbarco e fidelizzazione dei passeggeri. Le novità comprendono Ginevra AI, un assistente conversazionale per l'acquisto dei biglietti, l'estensione del check-in online con boarding pass digitale e il rinnovamento del programma loyalty myGnv Club.

Ginevra AI, che la compagnia definisce il primo assistente conversazionale basato sull'intelligenza artificiale applicato all'intero processo di vendita di un biglietto nel settore dei traghetti, è stato integrato nel sito internet della compagnia. Il sistema consente all'utente di descrivere in linguaggio naturale il viaggio desiderato indicando destinazione, date e composizione del gruppo di passeggeri.

L'assistente guida quindi il cliente fino al completamento della prenotazione e del pagamento senza dover seguire il tradizionale percorso di ricerca tra tratte e tariffe.

La piattaforma è stata sviluppata da Gnv insieme a Blu Pantheon, società specializzata in soluzioni di Agentic AI per applicazioni enterprise, e con il contributo di Mercurio Misura, partner della compagnia nella formazione del personale dedicato alle relazioni con la clientela.

“Con queste innovazioni – dice Matteo Della Valle, direttore commerciale di Gnv – compiamo un ulteriore passo avanti nel percorso di trasformazione digitale di Gnv, mettendo la tecnologia al servizio di un'esperienza di viaggio sempre più semplice, fluida e personalizzata. Tutti i nuovi strumenti rispondono a un obiettivo comune: accompagnare il passeggero in ogni fase del processo, dalla prenotazione all'esperienza a bordo, fino alla fidelizzazione. Siamo particolarmente orgogliosi di essere i primi nel settore ferry a introdurre un assistente AI capace di gestire l'intero iter di acquisto attraverso una conversazione naturale, confermando la nostra volontà di innovare concretamente il modo di viaggiare dei nostri clienti”.

Sul fronte operativo procede anche la diffusione del check-in online con boarding pass mobile, già disponibile sulle linee nazionali. Il servizio permette ai passeggeri di completare le procedure prima dell'arrivo in porto e di ricevere il titolo d'imbarco sul proprio dispositivo poche ore prima della partenza. Secondo la compagnia, il sistema consentirà di ridurre le code nelle aree di pre-imbarco e di migliorare la gestione operativa delle operazioni di accesso alle navi. Il progetto sarà progressivamente integrato con la digitalizzazione dei terminal serviti.

Da luglio entrerà inoltre in funzione il nuovo myGnv Club. Il programma fedeltà mantiene il meccanismo di conversione già adottato, ma modifica i criteri di accumulo dei punti, introducendo premialità legate non solo alla spesa sostenuta ma anche alla frequenza dei viaggi. Chi acquista un biglietto di andata e ritorno riceverà un bonus del 50% dei punti rispetto all'acquisto di due tratte singole.

Tra le novità figura anche l'estensione dell'accumulo punti ai consumi effettuati a bordo, compresi ristorazione, bar e negozi. La soglia minima per ottenere uno sconto viene inoltre ridotta: con 500 euro di spesa sarà possibile maturare un bonus di 50 euro. Il programma prevede infine ulteriori incentivi attraverso bonus di benvenuto, premi per i viaggi di andata e ritorno, iniziative di referral e vantaggi dedicati al compleanno dei clienti.

«Ginevra AI, il nuovo check-in online e il nuovo programma di loyalty – commenta Barbara Poli, responsabile sistemi informativi e tecnologie di Gnv – sono tappe di una trasformazione più ampia che sta ridisegnando il modo in cui i viaggiatori interagiscono con Gnv. Stiamo evolvendo verso un modello in cui non sono più le persone ad adattarsi ai nostri processi, ma sono i servizi a modellarsi sulle esigenze dei clienti. Grazie all'integrazione tra dati e intelligenza artificiale, possiamo costruire esperienze sempre più proattive e personalizzate, capaci di accompagnare il passeggero lungo tutto il suo viaggio, dalla pianificazione fino al rientro. Per noi la tecnologia ha valore solo quando diventa semplicità: quando riduce gli attriti, anticipa i bisogni e rende ogni interazione più naturale, coerente e rilevante”.

**ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY**

**SHIPPING ITALY E' ANCHE SU WHATSAPP: BASTA CLICCARE QUI PER  
ISCRIVERSI AL CANALE ED ESSERE SEMPRE AGGIORNATI**

This entry was posted on Saturday, July 4th, 2026 at 7:00 pm and is filed under [Economia](#)  
You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.