

# IL TURISMO RIPARTE DA QUI



VIAGGIARE  
2.0

Le vacanze mordi e fuggi lasciano il posto a modi diversi di visitare città, borghi e Paesi. Qualunque sia il nostro itinerario ci divertiremo a cucinare, fare sport e scoprire opere d'arte insieme alla gente del posto. E, al momento di tornare, in valigia non metteremo i soliti souvenir ma nuove amicizie ed esperienze uniche

di Alessia Cogliati

**T**utti parlano dei bilanci in negativo del turismo ma la speranza è che il settore continui a dare lavoro a tanti: l'ultima ricerca del World travel and tourism council, che fornisce i dati sull'impatto occupazionale per 185 Nazioni e 25 regioni geografiche ed economiche, mostra che il turismo ha registrato una crescita del 3,5% nel 2019. In altre parole, negli ultimi cinque anni, prima dell'arrivo del Covid, un posto di lavoro su quattro è nato da qui, dalla nostra voglia di viaggiare e conoscere il mondo. E ora? La pandemia ha rivoluzionato abitudini e desideri e le vacanze mordi e fuggi nelle solite destinazioni hanno perso ogni appeal. Il turismo di profondità è la tendenza interessante dei prossimi anni. Viaggiare significherà sempre di più approfondire la conoscenza di un luogo, anche vicino a casa. Ed entrare in contatto con la gente che lo abita scoprendo le piccole realtà artigianali e regalandosi esperienze fuori dall'ordinario, dalle attività con i local ai city running tour e alle visite notturne. «I nuovi turisti sono onnivori, eclettici, hanno bisogno di stimoli diversi e cercano esperienze inedite» dice Roberta Garibaldi, docente universitaria di Tourism management e speaker per l'Agenzia delle Nazioni Unite per il Turismo. «Alla vacanza chiedono un ritmo lento, magari disconnesso, prenotano strutture wellness ma non intendono rinunciare all'emozione della novità». Un trend accelerato dalla spinta al digitale che stiamo vivendo: il web rende sempre più accessibili migliaia di informazioni e consente a tutti noi di scegliere in modo autonomo e consapevole. «Se prima si viaggiava per vedere delle cose, in futuro si viaggerà per fare delle cose: già oggi i dati dicono che durante un'unica vacanza ogni turista vive in



**DAL 21 AL 27 SETTEMBRE  
SI TIENE L'AWAKENING WEEK  
ITALIANA DEDICATA AL  
RISVEGLIO DEL TURISMO. IN  
PROGRAMMA VISITE AI  
MUSEI E GIRI IN GONDOLA  
(TIQETS.COM)**

media 7 esperienze, soprattutto nel mondo del food, ed è anche in base a quelle che sceglie una destinazione rispetto a un'altra» conferma Mirko Lalli, fondatore e ceo di Data Appeal Company, società nata in H-farm che, usando data science e intelligenza artificiale, fa consulenza a destinazioni turistiche e strut-

ture ricettive. Ma c'è un altro trend di cui forse ancora non vediamo tutte le potenzialità ed è quello della sostenibilità. Nel Nord Europa ci sono già arrivati. In Scandinavia c'è una nuova parola che circola ed è *flygskam*, la vergogna di prendere l'aereo. I dati del Wwf dicono che il 23% dei cittadini svedesi l'anno scorso ha rinunciato a volare per ridurre il proprio impatto climatico, mentre la startup fintech Doconomy ha lanciato, in collaborazione con Mastercard, una carta di credito che traccia le emissioni di anidride carbonica e blocca le spese del titolare quando, tra beni e servizi acquistati, raggiunge un certo livello di emissioni. Il limite si basa sul calcolo di quanta Co2 ogni cittadino può



emettere per raggiungere l'obiettivo di dimezzare le emissioni di gas serra entro il 2030. «Questo però non vuol dire che faremo vacanze meno interessanti o a corto raggio» conclude l'esperto. «Pen-siamo, per esempio, all'hyperloop, il treno a levitazione magnetica: l'alta tecnologia nel settore dei trasporti consentirà di raggiungere l'angolo più remoto del mondo velocemente e con un minore impatto ambientale». Una buona notizia per il miliardo e 300 milioni di persone che secondo l'Organizzazione mondiale del turismo dell'Onu viaggeranno per il Pianeta nel 2021. Come lo faranno? Seguendo i 4 trend del turismo che ti raccontiamo qui.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

## 1 ATTIVITÀ ORIGINALI CON I LOCAL

In un mondo in cui web, tv e Instagram hanno già mostrato tutto, vivere un'esperienza unica in vacanza fa la differenza. La ricerca *Multi-national travel trends* di Expedia lo conferma: a determinare la scelta di una meta è la possibilità di fare attività originali. «Il turista cerca avventure che coinvolgono i 5 sensi, vuole essere parte attiva nel creare un'emozione» spiega Roberta Garibaldi. «È anche per questo che il turismo enogastronomico, sensoriale per Dna, sarà sempre in forte ascesa». Le destinazioni, dalle città d'arte ai borghi, si attrezzano. E i piccoli artigiani, orgogliosi del loro know how, accolgono i visitatori nei loro laboratori. Succede, per esempio, a Modica, dove Donna Elvira apre il suo opificio di cioccolato per spiegare come si scelgono le fave di cacao e si trasformano in barrette (gratis, donnaelvira.it). A Venezia lo squero Tramontin, fondato nel 1884 e ora guidato dalle giovani Elena ed Elisabetta, mostra ai turisti il cantiere per raccontare come si costruisce una gondola (da 50 euro a gruppo, tramontingondole.it). Ma le offerte si moltiplicano. Wonder Grottole, l'impresa sociale impegnata nel recupero del borgo lucano a 30 km da Matera, offre incontri con i local: si crea un vaso con Nisio, si impara il grottolese con Michela (30 euro, wondergrottole.it). Mentre in Puglia è stata lanciata la app *Feel at home* che nella Valle d'Itria fa incontrare i turisti con la gente del posto. «Abitanti, negozianti e artigiani mettono a disposizione le loro esperienze con percorsi personalizzati sulle richieste del visitatore, che può impostare i desiderata in pochi clic» spiega Roberto Di Leo, amministratore di Eminds, la società di Bisceglie che ha lavorato alla app.

**IL 67% DEI TURISTI HIGH SPENDER PREFERISCE INVESTIRE IN ESPERIENZE PIUTTOSTO CHE IN ALBERGHI DI LUSO**

Dati Skift Research

## 2 IN CHAT C'È IL TRAVEL DESIGNER PERSONALIZZATO

A West Hollywood ci sono agenzie di viaggi di lusso, come la Celestielle (celestielle.com), che programmano vacanze da 180 mila dollari l'anno per clienti di cui sanno tutto, dai gusti a tavola al cuscino preferito. Senza arrivare a questi eccessi la figura del travel designer è sempre più richiesta anche in Europa: è il professionista che aiuta i clienti a scegliere meta, durata e percorso più interessante per ottimizzare l'esperienza di viaggio. «“Dove ti piacerebbe andare?”: comincia così la videochat con i miei clienti» racconta Carla Diamanti, travel coach che ha accompagnato centinaia di gruppi in giro per il mondo e insegna Comunicazione internazionale per il turismo all'università di Torino (carladiamanti.com). «Si rivolgono a me famiglie e professionisti con poco tempo a disposizione. La mia forza è che lavoro per loro, non ho vincoli con agenzie o tour operator, non vendo pacchetti e non percepisco provvigioni. Mi occupo dei contenuti e programmo un viaggio su misura come se lo facessi per me. Le persone investono soldi e tempo nelle vacanze ed è importante offrire loro un servizio di qualità, che tenga conto anche dell'aspetto psicologico: oggi molti hanno bisogno di uscire dalla comfort zone per viaggiare sentendosi al sicuro. Se mi chiedono anche alberghi e ristoranti, preparo una selezione ma lascio che siano loro a scegliere. Disegnare un viaggio costa intorno ai 200 euro». Anche tra i tour operator si moltiplicano quelli che propongono pacchetti su misura: ogni anno l'agenzia francese Traveller Made premia e pubblica la lista dei migliori al mondo (travellermade.com).



### 3 VACANZE TRA PERFETTI SCONOSCIUTI

Basta digitare “community viaggiatori” su Google per ottenere più di 17 milioni di risultati. «Un tempo erano solo i villaggi turistici a offrire quella facilità di incontro spesso tanto richiesta dai vacanzieri, oggi ci pensano le piattaforme web a formare gruppi di sconosciuti sulla base di interessi e passioni comuni» commenta Roberta Garibaldi. Ma chi sceglie questa formula? «Tra i nostri clienti contiamo per lo più Millennials: il 90% parte senza conoscere gli altri partecipanti, il 65% è donna, il 60% è al primo viaggio fuori dall'Europa» spiega Erika De Santi, cofondatrice e managing director di WeRoad, community online che in due anni ha portato in giro per il mondo 15.000 persone (weroad.it). «Secondo i nostri dati, in futuro il viaggiatore sarà sempre più flessibile e abituato a gestire le variabili di una vacanza, anche dovute alla situazione epidemiologica. Si sceglieranno soprattutto le mete del Nord Europa. Altro trend in crescita sarà la vacanza in barca, che consente ritmi rilassati e permette di fare nuove conoscenze in sicurezza con un numero limitato di persone». Lo sanno

bene gli 80.000 iscritti alla community della startup italiana Sailsquare che mette in contatto skipper locali con viaggiatori solitari o in gruppo. Tante le proposte: dalle Egadi a Bali, da Cuba ai Caraibi (it.sailsquare.com).

### 4 VIA DALLA PAZZA FOLLA

Stop all'overtourism, via libera all'undertourism. In altre parole, diminuisce il sovraffollamento delle grandi mete turistiche a favore di luoghi lontano dalle rotte battute. «A livello internazionale l'aumento di collegamenti aerei anche low cost ha permesso di raggiungere città meno conosciute» afferma Roberta Garibaldi. «In Italia, invece, rimarrà forte la tendenza a scoprire borghi minori e località di montagna». Alcune destinazioni ipergettonate hanno già pensato a porre dei limiti: Dubrovnik, per esempio, apre il porto a un numero ridotto di navi da crociera, la Thailandia ha chiuso Maya Bay, la spiaggia più famosa delle isole Phi Phi, il borgo di Riomaggiore alle Cinque Terre ha discusso come regolare il

flusso di turisti. I viaggiatori intanto spostano il gps su mete minori. A loro le associazioni specializzate in turismo slow propongono pacchetti alla scoperta di luoghi inediti. La compagnia dei cammini porta i trekker sul sentiero dei Briganti tra la Marsica, in Abruzzo, e il Cicolano, nel Lazio (cammini.eu). Movimento Lento invece accompagna lungo il cammino d'Oropa da Santhià al santuario biellese (movimentolento.net). Mentre il Cammino delle Terre Mutate, da Fabriano a L'Aquila, è pensato perché gli sportivi entrino in contatto con le persone che abitano i comuni toccati dal terremoto (camminoterremutate.org). La riscoperta di piccoli borghi e destinazioni alternative è protagonista anche nell'editoria: Terre di Mezzo pubblica una collana dedicata ai percorsi italiani (tra le ultime uscite ci sono *Guida alla via degli Dei e Il cammino balteo*, terre.it), il Touring ha registrato il ciclo di webinar *Vacanze in Italia* sulle mete sicure e sostenibili (touringclub.it). Infine, per chi ancora non può o non vuole muoversi da casa, c'è l'app gratuita *Enit Italia Virtual Reality* per percorrere virtualmente la Penisola alla scoperta di tutta l'autenticità italiana.