

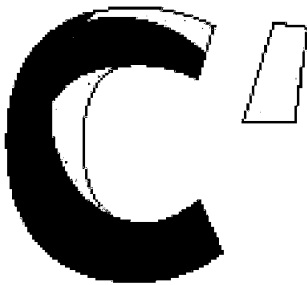


► 24 Marzo 2015

# In Italia per «vivere da italiani» La vacanza diventa un'esperienza

**Il fattore umano** Più di monumenti e paesaggi, ad attrarre turisti che «hanno già visto tutto» è lo Human Heritage, il patrimonio fatto di persone con le loro usanze e abitudini. Da Viator (acquistato per 200 milioni da TripAdvisor) alle startup, ecco la nuova frontiera

di **Fabrizio Guglielmini e Michela Proietti**



è una nuova frontiera del turismo dove la parola «esperienza» sta rivoluzionando l'idea di viaggio. Un modello che ha fatto nascere startup in tutto il mondo, Italia inclusa, creando una nuova fetta di mercato con l'approccio «esperienziale». Acquistata l'anno scorso da TripAdvisor per 200 milioni di dollari, Viator è una società di San Francisco che ha come motto «travel with an insider». Vivere un luogo con un residente trasforma il viaggio in un'esperienza fatta di incontri e conoscenze altrimenti lontane dai circuiti del turismo, e apre nuovi scenari nel travel business: più dei monumenti e dei paesaggi ad attrarre i viaggiatori che «hanno già visto tutto» adesso è lo Human Heritage, il patrimonio fatto di persone con le loro usanze e abitudini, quelle che possono aprire una porta «culturale» lontano dagli itinerari più frequentati e far scoprire un angolo di un barrio, di una favela o di un centro storico europeo al turista più curioso degli altri. «La richiesta oggi è quella di non essere più semplici spettatori, ma partecipi di un mondo», spiega il professore Andrea Rurale, docente di Marketing allo Sda Bocconi ed esperto di Marketing esperienziale. L'esempio più classico è dato dalla richiesta di poter alloggiare nelle abitazioni tradizionali, dal Perù all'Indonesia: «Sta crescendo la voglia di superare i modelli generali di consumo

turistico: il concetto di esperienza di un territorio è collegato a quello di autenticità, una richiesta di alto profilo, che, anche se più economica, supera per raffinatezza ed «evoluzione» lo stesso lusso nella sua accezione classica» precisa Rurale.

All'estero il turismo esperienziale ha un riferimento in Viator ([www.viator.com](http://www.viator.com)) ma anche i giovani imprenditori italiani si stanno muovendo con successo: le due startup in crescita sono Guide Me Right ([www.guidemeright.com](http://www.guidemeright.com)) del 29enne Luca Sini e ItalyXP ([italyxp.com/it](http://italyxp.com/it)) di Saverio Castilletti che definisce così la sua iniziativa: «Il filo conduttore è viaggiare per essere protagonisti di azioni concrete (dal cucinare cibi tipici alla partecipazione a un lavoro artigianale) sperimentando itinerari non convenzionali». Strategiche in questo tipo di attività sono le reti di relazioni fra operatori, soprattutto guide che cercano di rinnovare la formula delle visite, e i residenti. Secondo i dati della Commissione europea ([ec.europa.eu](http://ec.europa.eu)) il fenomeno è in crescita in tutto il continente: le ultime statistiche del Flash Eurobarometer indicano al 33 per cento la percentuale di cittadini europei (su campioni di migliaia di intervistati in ogni Stato membro) che mettono al primo posto il fattore esperienziale durante un viaggio. Innovativa anche l'esperienza di Guidemeright: il sito mette in contatto viaggiatori interessati all'Italia con persone del posto che la startup definisce «local friends» ognuno con una scheda di specializzazione e tariffe a seconda dell'attività prescelta. In più la startup offre una Meeting Page dove richiedere la propria «esperienza» (in Italia nelle principali

città e località turistiche) ottenendo itinerario e tariffe personalizzate, come nel caso di Giuseppe M. che a Roma propone una visita a Testaccio alla scoperta dello «street food». La startup è nata l'anno scorso per iniziativa di Luca Sini, giovane sassarese che è riuscito a trovare fondi e soci alla «Startup weekend» di Cagliari ([Grand Hotel Majestic <sup>Page 1/3</sup> <sup>7a</sup> Baglioni](http://caglia-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

ri.startupweekend.org). Il suo team, con sito e app online, è pronto a sfruttare l'opportunità di Expo con il suo incoming internazionale. E sono decine le richieste che arrivano al sito ogni giorno per diventare Local Friend, selezionate secondo il profilo e il grado di preparazione turistico-culturale del candidato.

Maurizio Goetz (docente allo Iulm) e Andrea Rosi sono gli autori del libro «Tourist Experience Design», con le basi teoriche del nuovo turismo: «Internet ha scatenato una competizione feroce sui prezzi, il turismo esperienziale vuole invece riportare il focus su modalità sostenibili e legate alla valorizzazione del territorio, dove il prezzo non è tutto». Di anno in anno, ad esempio, aumentano le richieste di viaggiatori per il pernottamento nelle Meteore, le falesie dove sorgono monasteri solitamente inaccessibili a chi non è un monaco. Si comparano esperienze, e le tariffe vengono dopo: «Il valore dell'esperienza è dimostrato dal fatto che l'80 per cento di quelli che acquistano un viaggio online lo fanno attraverso la comparazione, per esempio consultando TripAdvisor — spiega ancora Rurale della Bocconi — informarsi con l'esperienza già provata da altri diventa una garanzia alla pari col fattore economico». E a proposito di TripAdvisor, secondo quanto emerso dai risultati di TripBarometer — il sondaggio internazionale condotto due volte l'anno per intercettare le nuove tendenze nel settore dell'ospitalità — sarebbe

proprio l'Italia il luogo migliore dove provare esperienze autentiche. Gli oltre 61 mila intervistati, campione rappresentativo dei viaggiatori internazionali, hanno indicato il nostro Paese come quello ideale per accedere a un lifestyle autentico, vicino ai locali. Nonostante le classifiche dell'UNWTO, l'Organizzazione mondiale del turismo delle Nazioni Unite ([unwto.org](http://unwto.org)), indichino l'Italia solo come la quinta destinazione più visitata al mondo (fino agli Anni 70 eravamo la prima), l'ultima Borsa Internazionale del Turismo, ha registrato tra gli oltre 1.500 top buyer internazionali un nuovo interesse ma sotto una nuova luce: «Vediamo una crescita importante delle esperienze made in Italy legate all'arte, alla cultura, alla moda — spiega Manuela Faganelli, Presidente di Gold Black Style, che fornisce esperienze e servizi lusso ad hoc — il cliente vuole esperienze autentiche, per scoprire l'unicità del nostro Paese, in vista di Expo».

«Alle più importanti fiere del turismo in giro per il mondo ho portato le mie brochure legate al turismo esperienziale» spiega Giovanna Palimodde, proprietaria del boutique hotel Su Gologone nel cuore del Supramonte ([www.sugologone.it](http://www.sugologone.it)), dove organizza corsi di mosaico, ricamo, origami, disegno sotto l'insegna Le Botteghe Su

Gologone Style. Nello spazio del Nido del Pane insegna a preparare pasta e impasti fatti in casa. «Tra le esperienze più richieste ci sono il pranzo o la cena nell'ovile: sistemiamo una stuoia molto alta di giunco, con il bordo di circa 6 centimetri, e nella "camera" mettiamo anche un braciere antico che riscaldi. La mattina ci si sveglia con la colazione del pastore», spiega la Palimodde, che abbina sempre l'esperienza alla scoperta di una tradizione, come quella del ricamo. E sul fronte dell'esperienziale nel febbraio scorso a Milano ne è stata presentata una declinazione di lusso: Prima Classe Italia, l'associazione nazionale delle dimore e dell'alta qualità esperienziale italiana aderente a Federturismo-Confindustria ([www.primaclasseitalia.it](http://www.primaclasseitalia.it)).

Il concetto dello storico Grand Tour, fatto di storia, arte e cultura si rinnova: ma ora a prevalere è il saper vivere italiano e per viverlo al meglio, molti scelgono l'esperienza degli alberghi diffusi, cioè interi borghi trasformati in hotel, dove i servizi di ospitalità si coniugano con il gusto di vivere in un'autentica casa. Riunite sotto l'insegna dell'Associazione Nazionale Alberghi Diffusi ([www.alberghidiffusi.it](http://www.alberghidiffusi.it)), le strutture sono 82 in tutta Italia, permettendo così ai visitatori di immergersi in contesti molto differenti fra loro: in Friuli Venezia Giulia, Monte Prat è nato convertendo in residenze per turisti fabbricati agricoli sparsi per la campagna, mentre nel villaggio di montagna di Comeglians, le antiche case e cascine in stile rurale, sono state restaurate e qui si partecipa a laboratori sulla lana cotta. Anche le case bianche di Locorotondo, in Puglia, hanno seguito lo stesso modello e 900 chilometri più a nord, i due alberghi diffusi lombardi Torre Soca a Lovere e Mamma Ciccina a Mandello del Lario derivano da un'attenta ristrutturazione di antichi borghi. Altre eccellenze sono il Mannois di Orosei, nella Sardegna orientale e la Casa delle favole ([www.casadellefavole.com](http://www.casadellefavole.com)) di Perotti, un borgo nel piacentino. Chi pernotta qui (moltissimi gli stranieri) non solo scopre un territorio ma un modo di vivere che risale all'800. La gastronomia rimane per molti il punto di partenza per il turismo esperienziale. I segreti per cucinare i tortellini bolognesi si scoprono al Grand Hotel Majestic «già» Baglioni, unico Leading Hotel in Emilia Romagna, che collabora già da anni con l'Associazione Home Food: il pacchetto prevede una lezione di cucina con pranzo o cena a casa di una delle «Cesarine» di Bologna ([homefood.it](http://homefood.it)) per scoprire i segreti del cibo emiliano: le Cesarine (padrone di casa e cuoche) in tutta Italia sono circa 500. Ma c'è anche lo «shopping alimentare» con la padrona di casa per imparare a scegliere i prodotti migliori, preparare alcune delle pietanze tradizionali, imparare i segreti delle ricette di famiglia in residenze del centro storico.

Anche la Puglia, propone nel resort Borgo Egnazia ([borgoegnazia.com](http://borgoegnazia.com)), corsi per imparare a fare la mozzarella al caseificio pugliese presidio Slow Food Lanzillotti, o invita alla raccolta delle olive fino alla spremitura in frantoio.

## Il 33 per cento degli europei chiede di essere protagonista, non spettatore «È l'evoluzione del concetto di lusso»

80%

di chi acquista un viaggio online sceglie in base all'esperienza già fatta da altri

82

gli alberghi diffusi italiani: dai fabbricati agricoli riconvertiti ai borghi antichi

5,1%

l'incremento della spesa dei turisti stranieri in Italia nel 2014 rispetto al 2013

### Sul web

Tutte le puntate dell'inchiesta su Expo, con foto e materiale infografico, è sul sito [Corriere.it](http://Corriere.it), alla sezione Expo

61.000

### Il sondaggio

Per TripBarometer, sondaggio internazionale sulle nuove tendenze dell'ospitalità, è l'Italia il nuovo posto nel mondo dove provare esperienze autentiche. I 61 mila intervistati (campione rappresentativo dei viaggiatori internazionali) l'hanno indicata come la meta più ambita ma anche come la migliore dove poter accedere a un lifestyle autentico