

BIT 2020. Spunti di riflessione di una viaggiatrice.

Andare alla BIT – la Borsa Internazionale del Turismo – è un po' come viaggiare. Lo ripeto ogni anno, perché questo importante evento del settore turistico che si svolge a Milano da oltre trent'anni, accorcia le distanze favorendo l'incontro tra chi vive i territori e chi li vuole conoscere. Una passione – quella dei viaggi – che coinvolge sempre più persone e che non conosce età.

“Non viaggiamo per scappare dalla vita, ma perché la vita non ci sfugga.”

Una vetrina internazionale con grandi presenze che permette di scoprire nuove destinazioni, e che vede l'Italia al primo posto nel mondo nei desideri dei viaggi per la sua grande forza attrattiva storico-artistica e paesaggistica. I numeri lo dimostrano, tra l'altro numeri destinati sempre più a crescere.

Detto ciò, cosa chiedono i viaggiatori agli operatori turistici italiani alla fine di una vacanza? Più servizi.



Durante la mia visita oltre ai momenti di incontro e di confronto presso i vari stand espositivi, sono stati tanti gli approfondimenti e gli spunti di riflessione offerti dai numerosi convegni tematici. Sì, perché per favorire il turismo servono serie riflessioni, ma soprattutto servono operatori disposti a **superare gli individualismi**, quei paletti che intoppiano sul concetto di fare sistema. Operatori con intraprendenza che sappiano **ascoltare l'ospite**, perché il viaggiatore di oggi vuole esperienze di viaggio più significative, che diano un impatto autentico nella propria vita. Vuole entrare in contatto con la realtà del luogo, con **esperienze emozionali** che lo arricchiscano. Mi riferisco a viaggiatori sempre più connessi, ma che non disdegnano scollegarsi dalla rete per qualche ora per **favorire le**

connessioni con le persone.



Oltre a ciò, per lo sviluppo del turismo – che vale il 13% del nostro PIL (dati Eurostat) – è necessario investire sempre più in **accessibilità, sostenibilità e innovazione**. Servono strategie di **marketing territoriale**, anche e soprattutto nelle stagioni in cui l'Italia non è favorita dai flussi turistici. Una **destagionalizzazione** che richiede programmazione e persone competenti che sappiano promuovere i tanti segmenti di questo comparto così importante per la nostra economia: il turismo enogastronomico, il turismo culturale, il turismo verde, il turismo del benessere, il cineturismo, il turismo sanitario, il turismo sportivo...

Purtroppo chi vive il territorio spesso non lo conosce a sufficienza, tasto dolente che ahimè – per esperienza diretta – mi trovo spesso a constatare. In tal senso può venire in

aiuto un'**informazione diffusa**: strumenti digitali e cartacei facilmente fruibili negli esercizi ricettivi costruiti sulla base delle domande abituali dei turisti. Aiuti concreti che fanno guadagnare **reputazione** a chi li crea e che aiutano il viaggiatore ad ambientarsi.

C'è tanto da fare, c'è tanta bella Italia da comunicare...



Le forme del viaggio. Bit 2016

Bit 2016, Borsa Internazionale del Turismo, l'appuntamento milanese per chi ama viaggiare.

Ci sono diverse tipologie di persone in movimento. Alcune amano viaggiare e conoscere luoghi e territori vivendo appieno le realtà locali, mentre altre concepiscono il viaggio come svago e tempo dedicato al relax. C'è poi chi è costretto a spostarsi per lavoro, per sport, per studiare o per curarsi. Infine c'è chi unisce entrambe le cose, coniugando il piacere al dovere.

Ogni viaggio ha la sua forma. Di fatto, nel 2015, ben 1,18 miliardi di persone si sono spostate. Numeri che anno per anno sono destinati a crescere, e che, rapportati ad una popolazione mondiale che conta più di 7 miliardi di abitanti, richiedono riflessioni e strategie.

Per certo, viviamo in un momento storico difficile, che impone scelte informate e consapevoli per le nostre destinazioni. In questo scenario, la Bit 2016, svoltasi dall'11 al 13 Febbraio nel quartiere di Fiera Milano a Rho, si è posta l'obiettivo di approfondire e sviluppare i nuovi trend di questo importante comparto economico.

Qui di seguito alcuni dati relativi ai cambiamenti nelle preferenze degli italiani in viaggio.

- Aumenta la consapevolezza istituzionale del valore del turismo.
- La percentuale degli italiani in viaggio varia tra il 52 e il 62%. Il 75% privilegia una destinazione italiana.
- La regione con più viaggiatori è la Lombardia, seguita da Piemonte e Lazio.
- Le vacanze sono più brevi ma più frequenti.

- In crescita la destagionalizzazione della domanda turistica.
- Circa 21.000 agriturismi e 6.600 fattorie confermano il crescente consenso verso il turismo verde e rurale.
- Sale la richiesta di percorsi vissuti in modo partecipativo, dall'ideazione fino all'organizzazione del viaggio.
- L'enoturismo in Italia vale oltre 2 miliardi di euro. Produzioni di qualità e investimenti nell'accoglienza rappresentano un percorso parallelo con un unico traguardo. Di fatto l'enogastronomia italiana fa la differenza nelle scelte dei turisti.
- Un italiano su 4 opta per il luogo delle sue vacanze in base all'offerta sportiva. Sono 27 milioni gli italiani che praticano regolarmente sport, anche in vacanza.
- Salgono le richieste nelle strutture extralusso, soprattutto se vicine ai luoghi di interesse artistico e storico.
- Per quanta riguarda i viaggi all'estero le dieci destinazioni preferite dagli italiani sono: Francia, Spagna, Germania, Regno Unito di Gran Bretagna e Irlanda del Nord, San Marino, Austria, Croazia, Grecia, Stati Uniti d'America ed Egitto.

Alla Bit 2016 tante le forme del viaggio da vivere e da comunicare. A questo proposito ho ascoltato con particolare interesse alcuni membri dell'Associazione Italiana Travel Blogger. AITB è una rete che promuove l'etica e la professionalità dei travel blogger, e che per questo si è data un codice etico per dare qualità ai contenuti. Ma di questo ve ne parlerò più avanti...



Fonte: Bit 2016 – www.bit.fieramilano.it

Turismo “Verde”. Agli Italiani piace sempre di più!

Agrinatura Winter 2015 – Lariofiere Erba (CO)

Si è da poco concluso con successo l'appuntamento invernale di **Agrinatura**, il salone dedicato alla filiera agroalimentare e zootecnica italiana. Focus sui piccoli produttori che, attraverso degustazioni e laboratori, si sono presentati dando utili informazioni ai visitatori per una spesa sempre più consapevole e vicina all'agricoltura.

Tra gli approfondimenti trattati al Tavolo della Convivialità (lo spazio dedicato ai convegni e agli show cooking), ho seguito con particolare interesse l'intervento di **Andrea Camesasca**, delegato al Turismo della Camera di Commercio di Como. Tema il turismo “verde”, una scelta di viaggio che raccoglie sempre più consensi. Lo dicono i numeri: 4 italiani su 10 optano per una vacanza legata alla natura.

■#■GreenTourism■■■■■

Investire nel turismo conviene, ma richiede cambiamenti, che in parte dipendono da noi, dal nostro senso civico e dalla nostra educazione. L'Italia è una nazione con una grande ricchezza paesaggistica, storica e artistica, che trova conferma in ben **cinquanta siti certificati Unesco**. La difesa del suolo, l'agricoltura, la cucina tipica legata al territorio e il turismo rurale, sono settori strategici che vanno costantemente promossi e agevolati.

A questo proposito cito le parole di **Agrinsieme**, il coordinamento nato nel 2013 che rappresenta le aziende e le cooperative di Cia, Confagricoltura, Copagri e Alleanza delle cooperative agroalimentari: "Il paesaggio agricolo italiano è una grande risorsa. Tra il turismo rurale e l'indotto legato all'enogastronomia tipica – **800 indicazioni d'origine riconosciute tra vini e prodotti agroalimentari e oltre 9000 specialità tipiche** – le nostre campagne valgono più di **10 miliardi di euro l'anno, senza contare gli oltre 50 miliardi di valore della produzione agricola** che si consegue su quei suoli". Un patrimonio che ognuno di noi ha il dovere di tutelare, per se stesso e per le generazioni future.

Compito delle istituzioni è quello di migliorare la **sicurezza, i servizi e le infrastrutture**, carenti soprattutto al sud. Il 66% della spesa del turismo internazionale è nel nord Italia. La Lombardia conta 33 milioni di presenze, la Sicilia 14 milioni. La Sardegna, un'isola tra le più belle al mondo, 10 milioni. Dati che fanno riflettere...

Si può fare di meglio...

Nell'accoglienza migliorando l'offerta alberghiera. Sono in netto calo le richieste relative ad alberghi con una o due stelle, mentre da dati Istat, aumentano gli hotel a tre e quattro stelle. In un mercato globale è importante garantire la qualità rimanendo però competitivi.

Nell'accessibilità investendo in servizi che favoriscano il

turismo di persone diversamente abili. Sono più di 80 milioni in Europa e 650 milioni nel mondo. Un dovere e un diritto sancito dall'articolo 7 del Codice mondiale di etica del turismo: "La possibilità di accedere direttamente e personalmente alla scoperta ed al godimento delle ricchezze del pianeta rappresenta un diritto di cui tutti gli abitanti del mondo devono poter usufruire in modo paritario; la sempre più estesa partecipazione al turismo nazionale ed internazionale sarà considerata come una delle migliori espressioni possibili del costante aumento di tempo libero e non dovrà essere ostacolata in alcun modo."

Nel mappare e geolocalizzare i percorsi. Il turismo verde va a pari passo con gli sport all'aria aperta: jogging, ciclismo, nordic walking, equitazione, trekking, arrampicata, canottaggio, etc.

Nel trasmettere un maggiore senso di appartenenza, un segnale importante per il turismo. Se non si crede nel proprio territorio è difficile promuoverlo e favorirlo.

Nell'investire nella rete migliorando le infrastrutture di interconnessione. Siamo sempre più on line, collegati col mondo, veloci nel condividere e recensire. Rendere tutto questo più facile rappresenta una grande opportunità.

Come ha sottolineato Andrea Camesasca, si potrebbe fare molto per favorire il turismo, come ad esempio **reinvestire nelle tante strutture dismesse** presenti sul nostro territorio. Molti lo hanno già fatto, convogliando energie e risorse per favorire la nascita di luoghi aggreganti di cultura, di storia e di cibo legato alla tradizione.

Il 2016 è alle porte. Ce la faremo? Chissà... Per certo ognuno di noi può fare la sua parte, anche con semplici gesti quotidiani.



Con Giovanni Bazzano, esperto agroalimentare delle tipicità
Lombarde, e lo chef Alessandro Varenna

www.agrinatura.org Lariofiere – Centro espositivo e
congressuale
Viale Resegone, Erba (Co)

Turismo ispirazionale: “Non più DOVE andare, ma CHI conoscere.”

Vi presento Silvia Salmeri, founder di Destinazione Umana.

Silvia Salmeri, founder di Destinazione Umana, un portale e tour operator che si occupa di turismo ispirazionale: una nuova concezione del viaggio che permette alle persone di incontrarsi. Un progetto che ha iniziato a prendere forma nel Gennaio 2012, quando Silvia, insieme al marito Valerio Betti, decise di aprire un blog con tematiche legate all'ambiente e alla sostenibilità: ViviSostenibile.

• Ciao Silvia, lascio a te presentarti.

Ciao! Silvia Salmeri, quasi 30 anni, ho fondato ViviSostenibile e poi Destinazione Umana. L'idea del blog di ViviSostenibile è nata quando lavoravo come dipendente in azienda: era il 2012, e con la famosa “crisi” il mio orario di lavoro venne ridotto e io pensai appunto a un modo per tenermi attiva e parlare in modo pratico e divertente della sostenibilità ambientale, tematica a cui ero molto interessata, anche legata alla mia terra, la campagna della Valsamoggia, in provincia di Bologna.

Da lì mi si è spalancato un mondo: grazie al blog ho iniziato a incontrare tantissimi contatti nel mondo del turismo sostenibile, dell'innovazione sociale e nel giro di pochi mesi ho ricevuto una proposta molto interessante, ovvero gestire un b&b sulle “mie” colline, a Monteveglia. Mi licenzio così dal mio lavoro, e passo un anno di meraviglia come host del b&b e lì mi rendo conto che le persone che ospitavo erano sì interessate alle colazioni e ai panorami immersi nella natura,

ma erano anche colpiti molto positivamente dalla mia storia, quella di una ragazza giovane che aveva “mollato tutto” per concretizzare un sogno.



▪ **Sei passata in pochi anni da un blog a un tour operator. Mi racconti com'è avvenuto?**

E' avvenuto proprio seguendo il mio flusso, ovvero “coltivando le mie passioni” (lo slogan di ViviSostenibile è proprio #ColtiviamoPassioni): l'esperienza del b&b si è conclusa dopo un anno, e da lì, dopo un momento di smarrimento iniziale, abbiamo avuto una nuova idea, ovvero creare un progetto che aggregasse tante altre strutture ricettive in tutta Italia per promuovere il turismo rurale e organizzare eventi che permettessero ai viaggiatori, ma anche ai locali, di scoprire il really undiscovered.

ViviSostenibile così si evolve nuovamente e dopo un altro anno, a giugno 2014, tutte le strutture aderenti al progetto “migrano” sul nuovo portale Destinazione Umana, dove abbiamo dichiaratamente deciso di raccontare l'accoglienza nel turismo

in modo completamente diverso, rimettendo al centro le persone e chiedendo al viaggiatore in partenza non solo “dove vuoi andare” ma “chi vuoi conoscere”.

A giugno 2015 (per noi giugno è un mese importante) Destinazione Umana da portale diventa Tour Operator: ora creiamo pacchetti di viaggi ispirazionali tra le nostre Destinazioni rivolte a viaggiatori e aziende. ViviSostenibile si è nel frattempo costituita come associazione e prosegue la sua attività di promozione del turismo rurale, organizzando eventi tutti i mesi alla scoperta della ruralità più vera, quella fatta dall'entusiasmo e dalla passione di persone che cercano di lavorare e vivere in armonia con la natura.



▪ **Turismo ispirazionale, un nuovo modo di viaggiare. Di cosa si tratta e come si svolge il viaggio?**

La prima domanda che poniamo al viaggiatore è “Cosa stai cercando?” e gli suggeriamo quattro ispirazioni: cambiamento, innovazione, ruralità, spiritualità. Per ognuna di queste

ispirazioni, il viaggiatore potrà trovare storie di persone che hanno aperto agriturismi, b&b, case vacanze e ostelli in Italia e, leggendo le loro storie, il viaggiatore potrà decidere da cosa lasciarsi ispirare. E, lasciandosi ispirare, parte per il suo viaggio.

▪ Viaggiare mi piace, incontrare persone di più. A questo punto ti chiedo di propormi qualche tuo itinerario che unisca entrambe le cose.

Mi piace molto questa domanda! Vi porto a conoscere allora due delle nostre Destinazioni Umane. A Standard b&b nelle Marche, che fa parte dell'ispirazione Cambiamento, potete incontrare Angelo e Letizia: nella loro "vita precedente" erano due attori, si sono conosciuti dietro le quinte girovagando per i teatri di mezzo mondo. Poi sono approdati in una vecchia casa di pescatori, ed è diventata casa loro, e casa di tutti quelli che vengono ospitati.

A La Quercia di Licari, venite accolti da Giuseppe, Nicoletta e dal piccolo Carlo, nel loro agriturismo che fa parte dell'ispirazione Ruralità, dove hanno deciso di trasferirsi cambiando vita. Vi accoglierà il loro calore e l'enorme quercia monumentale che racconta secoli di storia, per andare alla scoperta di una storia di vita e della storia del territorio, tra Calabria e Basilicata.

Inoltre, tra i nostri pacchetti di viaggio c'è Vita da Host : a Cà del Buco, in Valsamoggia, provincia di Bologna, potete vivere per un week end proprio come un vero host. È un'ottima esperienza per chi ha sempre avuto il sogno del cassetto di aprire il proprio agriturismo o il proprio b&b: Vita da Host è stato creato apposta per mettervi alla prova, e sperimentare se è questa la vita che volete!



- **Il viaggio è condivisione di esperienze e promozione del territorio. L'utilizzo dei social è uno strumento virale che ne permette velocemente la diffusione. Condividi?**

Assolutamente sì. Il nostro lavoro si svolge moltissimo online, il nostro team è in continua ricerca, studio e sperimentazione tecnologica. Crediamo fermamente negli strumenti che abbiamo a disposizione per raccontare, in modo che dall'online si possa passare all'offline, incontrandosi, conoscendosi, aprendoci. Infatti, in novembre, abbiamo appena organizzato due open day di Destinazione Umana, uno a Bologna e uno a Roma. Ci hanno raggiunto molti degli host delle nostre Destinazioni, e anche alcuni interessati al progetto che ci hanno conosciuto – appunto – tramite internet e i social.

- **Destinazione Umana è formata da un team di otto persone. Come vi siete incontrati, e soprattutto, quali obiettivi vi ponete?**

Oggi siamo appunto in otto: alcuni di noi si sono incontrati

in Valsamoggia, lavorando attivamente su progetti di promozione e incontro sul territorio. Con altri ci siamo “trovati” per strada, e siamo stati gli uni per gli altri le persone giuste al momento giusto. Crediamo moltissimo nel lavoro di squadra: siamo tutti giovani, siamo tutti in evoluzione, rispecchiamo tutti i valori che raccontiamo con il nostro lavoro.

Il nostro obiettivo è (ovviamente!) la crescita del progetto, creando soprattutto quel senso di appartenenza che può raccontare davvero che siamo – potenzialmente – tutti quanti viaggiatori da Destinazione Umana: in fondo, cosa più dell’incontro con un altro essere umano (o anche con se stessi!) può farci viaggiare, scoprire, esplorare?



www.destinazioneumana.it

www.vivisostenibile.net

**L'Italia ha bisogno di
#competitività #accessibilità
#servizi #accoglienza
#appartenenza #rete... ma
soprattutto ha bisogno di
tornare a credere!**

Dico spesso che ormai l'unica cosa di concreto che c'è rimasta è la *terra*. Siamo uno dei paesi più belli al mondo! Abbiamo una grande storia, grandi testimonianze artistiche, grandi eccellenze enogastronomiche, grandi tradizioni! Insomma, avremmo tutte le carte in regola, ma vi chiedo: "*Siamo in grado di giocare al meglio?*"

Dopo la mia recente visita alla **Bit, la Borsa Internazionale del Turismo**, dopo aver ascoltato i bravi relatori esporre soluzioni e strategie di marketing assolutamente indispensabili per la promozione del territorio, mi sono posta alcune riflessioni che voglio fermare qui.

Come è mia abitudine voglio partire dall'inizio, dalla nascita del turismo.

A titolo informativo la prima agenzia di viaggio è stata aperta a Londra nel 1841 da Thomas Cook, grazie all'impulso dato ai trasporti ferroviari e marittimi dell'ottocento che hanno reso possibile in tempi brevi gli spostamenti. Viaggiare non era più un lusso riservato all'élite. A questo proposito cito l'**Articolo 7 del Codice mondiale di etica del turismo** che

sancisce questo diritto:

“La possibilità di accedere direttamente e personalmente alla scoperta ed al godimento delle ricchezze del pianeta rappresenta un diritto di cui tutti gli abitanti del mondo devono poter usufruire in modo paritario; la sempre più estesa partecipazione al turismo nazionale ed internazionale sarà considerata come una delle migliori espressioni possibili del costante aumento di tempo libero e non dovrà essere ostacolata in alcun modo.”

Esattamente così, **il turismo è un diritto**, che però per molti non lo è più! **“Viaggiare in Italia costa troppo! L'estero è assai più competitivo.”** Questa è la risposta univoca della gente. E' fondamentale riflettere. Non solo strategie di marketing, ma investimenti concreti e determinanti per il suo rilancio. Qui di seguito voglio analizzare alcuni punti che ritengo fondamentali in tal senso.

- **Competitività**

L'anno scorso sono partita da sola a Settembre per la Sardegna convinta di trovare prezzi competitivi visto il periodo, ma mi sono dovuta ricredere. *“Partire da sola non è un vantaggio”* così mi è stato detto. Ma come? **Siamo un paese di single e non siamo ancora organizzati in tal senso!** Comunque sia, single o non single, i prezzi dei pacchetti turistici in Italia non sono competitivi come all'estero. Riflettiamo...

- **Accessibilità**

Ottanta milioni di diversamente abili in Europa, 650 milioni nel mondo. Ribadisco che il turismo è un diritto per tutti. E' fondamentale adeguarsi con servizi che rendano il turismo accessibile una realtà. Quest'anno nella **Giornata mondiale delle persone con disabilità**, la Commissione Europea ha riconosciuto a Berlino il premio **“Access city Award”**. Purtroppo nessuna città italiana si è contraddistinta in tal senso. Alcuni amici al ritorno di un viaggio in California mi

hanno raccontato che lì, gli autobus, hanno l'ingresso a livello del marciapiede per permettere a chi si sposta con una seggiolina a rotelle un facile accesso. Questo sistema è stato adottato in alcune province italiane ma non è ancora sufficientemente esteso. Riflettiamo...

▪ **Servizi**

Bè, per quanto riguarda i servizi è tutto un dire. Vi racconto la mia esperienza dell'anno scorso a Quartu Sant'Elena, in provincia di Cagliari. Un mare da togliere il fiato, da vivere tratto dopo tratto; peccato che non avendo con me l'auto contavo sui mezzi pubblici che tristemente ho scoperto essere insufficienti. Ero a dir poco inviperita; ricordo ancora il mio sfogo su twitter: *"Davanti a me un mare meraviglioso, dietro di me servizi che lasciano senza parole, anzi, ce ne sarebbero!"* Mi misi in cammino ma anche così l'ennesimo problema! Non c'erano né piste ciclabili né marciapiedi tanto da rendere rischioso il proseguimento a piedi. Ovviamente c'è caso e caso, ma non vi è dubbio che la rete dei trasporti va migliorata e potenziata, possibilmente con mezzi innovativi ed ecosostenibili. Mi è stata riportata un'altra esperienza dalla California dove, a fianco ai numerosi punti di noleggio-bici, partono di continuo autobus predisposti tra l'altro al trasporto dei mezzi a due ruote, così da rendere facilmente fruibile la visita di lunghi tratti di territorio. Riflettiamo...

▪ **Accoglienza**

Come è consueto dire *"l'ospitalità è indice di civiltà"* e non solo... e qui mi fermo.

▪ **Appartenenza**

Come scrivevo qualche giorno fa : *"Sono una viaggiatrice, un'italiana orgogliosa del suo paese che visita, ricerca, e gusta, ma che soprattutto ama parlare con la gente, la mia guida migliore!"* Ricordo il **17 Marzo del 2011**, ero in viaggio.

Si festeggiava il **150' anniversario dell'Unità d'Italia**. Durante il percorso mi fermai in un ristorante di un'amica a mangiare e mi accorsi che all'ingresso non c'erano segni celebrativi. Entrai e dopo i consueti saluti le dissi: *"Ma se ti metto fuori la bandiera che ho in macchina...?"* Lei ovviamente accettò. **L'appartenenza è un segnale importante per il turismo**. Riflettiamo...

▪ Rete

Internet è una rete globale; abbiamo uno strumento con il quale in un attimo milioni di computer si connettono tra loro. Promuovere il territorio in rete è una grande opportunità che dobbiamo tutti sfruttare al meglio. Ognuno di noi lo può farlo a suo modo, anche solo con una foto con delle pillole informative. **Le recensioni delle persone sono una grande opportunità per promuovere il territorio italiano e le sue tipicità**. Investire nella rete è fondamentale!

Voglio concludere queste mie riflessioni con l'**Art. 1 del Codice Mondiale di Etica del Turismo**:

"Il turismo quale strumento di comprensione e di rispetto reciproco tra i popoli e le società"

La comprensione e la promozione dei valori etici comuni all'umanità, in uno spirito di tolleranza e rispetto delle diversità di credo religioso, filosofico e morale, rappresentano il fondamento e la conseguenza di un turismo responsabile; gli attori del settore turistico e i turisti stessi rispetteranno le tradizioni e le pratiche sociali e culturali di tutti i popoli, comprese quelle delle minoranze e delle popolazioni autoctone, e ne riconosceranno il valore.

Quando impareremo a fare turismo... ma turismo sul serio!