

Esperienze, persone e fiducia, il volto del "nuovo turismo"

Date : 8 novembre 2018

Che cosa ci porta a voler scoprire luoghi al di fuori degli itinerari "convenzionali"? Vale di più una recensione su un sito di viaggiatori o un articolo su un portale specializzato? Come si intrecciano comunicazione, promozione turistica e futuro dei territori? Può la sharing economy, l'economia condivisa, contribuire allo sviluppo turistico del nostro paese?

Tanti gli spunti e le riflessioni emerse questo pomeriggio a **Festival Glocal** nel corso di un incontro che ha visto confrontarsi sul tema, moderati dalla giornalista di VareseNews, **Maria Carla Cebrelli**, **Matteo Frigerio**, country manager Italia di Airbnb, **Luca Natale**, responsabile della comunicazione del Parco delle Cinque Terre e **Alessandra Favaro**, giornalista e blogger specializzata in viaggi e turismo.

Tre le parole chiave che hanno guidato il dibattito: **esperienza, fiducia e persone**. La prima nel suo doppio significato ossia, quello di "**competenza**" (quella degli intermediari che oggi si trovano a ridefinire il proprio ruolo in un contesto dove, **grazie al digitale e alle nuove tecnologie, le persone che esprimono domanda e offerta di beni e servizi hanno la possibilità di entrare in contatto diretto** senza ulteriori mediazioni) e quella di "**arricchimento**" (riferita a quell'universo di situazioni e possibilità che possono essere acquisite **solo raggiungendo uno specifico luogo o incontrando particolari persone**).

[@matteofrigerio](#): "L'Italia non si comunica solo parlando del Colosseo o di Santa Maria Novella, ma soprattutto parlando dell'eccellenza delle persone. L'eccellenza dell'ospitalità risiede negli italiani" [#glocal18](#) [@festivalglocal](#) [@varesenews](#)

— Samhain (@Samhain___) [8 novembre 2018](#)

E se le esperienze sono forse lo stimolo maggiore che guida oggi le scelte dei viaggiatori non si può prescindere da ciò che le può generare, **la vita delle persone**: non si può dire di aver vissuto davvero un territorio se non si entra in contatto con coloro che lo vivono, con il contesto, la terra, il dialetto, i saperi. Non meno importante è infine la **fiducia**, colonna portante della **sharing economy** quella che spinge chi deve orientarsi in una marea di informazioni come recensioni, post, articoli e commenti **a prediligere un consiglio piuttosto che un altro o ad affidarsi alle possibilità offerte dalla tecnologia piuttosto che ai "canali tradizionali"**.

"Se vado a dormire in una casa e per entrare faccio un codice, nell'ambito dell'accoglienza abbiamo perso..." [@LucaNatale70](#) a [#glocal18](#) pic.twitter.com/cET1nmmkwt

— Clara Varano (@ClaraVarano) [8 novembre 2018](#)

[@matteofrigerio](#) "Per Airbnb, l'Italia è il terzo paese per offerta, il secondo per esperienze: un vanto per il nostro territorio" [#glocal18](#)

— Emma Trevisan (@emmatrevisann) [8 novembre 2018](#)

[@Blondetrotter1](#): "Un giornalista di cibo non può più parlare solo del prodotto, ma anche dell'economia del territorio che genera quel prodotto, perché il lettore vuole sapere di più" [#Glocal18@festivalglocal](#) [@varesenews](#)

— Samhain (@Samhain___) [8 novembre 2018](#)