

Parti turista e torni amico. Arrivano i venditori di «esperienze»

Dall'India a Cremona tutti le formule per vivere nei posti scelti per le vacanze. Ecco come

Gli anglosassoni lo chiamano «experiential» o «immersion travel». Immersi nel mondo, condividendo cultura, sport, food e arte con chi in un dato luogo ci vive. E il World Travel Market, la fiera del turismo globale con appuntamenti dal 29 marzo prossimo a San Paolo, Dubai, Città del Capo e Londra, per il 2016 punta sull'emozione: fare qualcosa con e per le persone che s'incontrano in viaggio (www.wtmworld.com). Un esempio è la comunità del villaggio di Palmarin, nella regione senegalese del Sine Saloum, dove i residenti gestiscono strutture turistiche e tutelano una delle aree umide

Nel mondo

● **Esperienze di valore** Il settore ha un valore globale annuo di 100 mld di usd di cui il 40% speso in Europa (dati eCommerce B2C/ Polimi) **Startup** La berlinese getyourguide.com propone 20 mila attività esperienziali in tutto il mondo

più belle dell'Africa Occidentale (www.palmarin.net). Ma l'emozione è anche vicina a noi. Andrea Rurale, direttore del Mama (Master in Art Management) all'università Bocconi, sta attivamente seguendo il city-branding di Cremona: «La sfida è creare un brand che unisca tutte le eccellenze da Monteverdi al torrione». Fra i primi casi europei, l'associazione «Parisien d'un Jour» www.parisiendunjour.fr è nata nel 2007 e ha come motto: «Arrivi come visitatore, riparti da amico». E sempre dall'esperienza (spesso deludente, o peggio) degli alberghi indiani di fascia medio-bassa è partita l'avventura del 22enne Ritesh



Agarwal, fondatore del network www.oyorooms.com con 4.000 hotel partner in 160 città indiane: garantendo 30 standard di base per ogni albergo, la app Oyo permette di scegliere camere da 16/70 dollari. Il fenomeno Agarwal af-

SCAMBIO

Turisti e bambini Masai in Kenya. Col Sudafrica, è uno dei Paesi africani che investe in viaggi esperienziali

ferma di essersi ispirato a una sola idea: «La qualità dell'esperienza di chi utilizza il nostro brand». Già, il brand: «Pensiamo ad "I Amsterdam", con un'idea semplice quanto geniale è veicolata per intero quella città» dice Rurale che coordina uno dei tre Master «esperienziali» (turismo, moda e food) che la Bocconi propone agli studenti. Il riferimento globale è Viator, acquistata da Tripadvisor per 200 milioni di dollari (it.viator.com), sito e app che offrono esperienze nei cinque continenti. Anche due startup italiane sono in crescita: Guide Me Right (www.guidemeright.com) e Italy XP

(italyxp.com/it), quest'ultima iniziativa del ragusano Saverio Castillettì: «Proponiamo online tour culturali, corsi di cucina ed enologia, i punti di forza del nostro Paese». Nel riunire i guru europei, la Grecia ha battuto tutti: nell'ottobre scorso Santorini ha ospitato la prima edizione della Conferenza internazionale sul turismo esperienziale «Imic». Le conclusioni: «Fra dieci anni pochi ricorderanno un dato hotel in cui hanno soggiornato, ma non potranno mai dimenticare la sfilata per un matrimonio balinese o un giro in moto nella campagna toscana».

Fabrizio Guglielmini

© RIPRODUZIONE RISERVATA