

# Non ci sono terre straniere. Il Travel Blogger come ultima frontiera dell'operatore turistico

Eleonora Baldini

## 1. La personalizzazione del turismo digitale

I benefici dell'incontro tra turismo e Rivoluzione informatica

Per 'turismo digitale' si intende l'integrazione di nuove tecnologie nel settore turistico, il quale rappresenta un comparto rilevante soprattutto a livello economico, e un'opportunità per chi decide di investire in questo settore. In un paese come l'Italia, non è mai troppo tardi per chiedersi cosa sia il turismo digitale, e soprattutto, quale sia il suo ruolo all'interno dell'economia italiana e la sua rilevanza rispetto al settore turistico.

Il miglior modo per rendere quest'ultimo ancora più produttivo è proprio quello di aprirlo alla trasformazione digitale, considerando il fatto che, con il passare del tempo, la digitalizzazione è una scelta obbligatoria, che si reputa necessaria non solo per aumentare il numero di turisti e di viaggiatori che si spostano, ma per rendere l'esperienza stessa di maggiore qualità. Di fatto, il turismo digitale non è altro l'utilizzo di tutti i vari strumenti digitali per preparare, organizzare, gestire e godersi un viaggio: in definitiva, è il risultato dell'incontro tra il turismo e la trasformazione digitale.

Una domanda che dovremmo porci è, questo nuovo settore ha una sua rilevanza rispetto al comparto turismo in generale?

È importante chiarire alcuni aspetti, il primo dei quali è che il turismo è un settore incredibilmente complesso, molto difficile da misurare, dal momento che le statistiche riferite a tale ambito non riguardano mai un unico comparto, ma un insieme di servizi fortemente eterogenei.

Pertanto, il turismo può essere misurato sotto le varie prospettive dell'offerta o della domanda ed è quindi valutabile attraverso fonti in-

formative diverse. Nel primo caso le statistiche faranno riferimento alla capacità e all'occupazione delle strutture ricettive, mentre nel secondo le rilevazioni si baseranno su informazioni raccolte direttamente dai viaggiatori. Ovviamente queste statistiche sono sfuggenti già di per sé e con la recente pandemia da Covid-19 sono state ancora più ostiche da rilevare. Di conseguenza, è opportuno proporre studi in chiave longitudinale, che facciano perno su dati in serie storica, in modo tale da giungere a risultanze più accorte e precise. Nel 2018 – dunque prima della pandemia e delle relative chiusure – il comparto del turismo era cresciuto in Italia del 2% in termini di transazioni: a pesare in modo rilevante su questa crescita era stato proprio il turismo digitale, il quale aveva segnato il +8%, per un valore di oltre 14 miliardi di euro.

Ciò sta a significare che il turismo digitale aveva una sua importanza e influenza già in epoca pre-pandemica, come dimostrato ancora dai dati del 2018, con l'82% dei viaggi prenotati attraverso un sito internet oppure un'applicazione per smartphone (cmo.adobe.com). Stando a quanto indicato dall'Istat sul tema, sempre nel 2018 più della metà delle persone aveva prenotato autonomamente il proprio viaggio; tra di loro, il 46% lo aveva fatto su internet, facendo registrare un trend di crescita in costante aumento. Il turismo digitale, in realtà, non gioca un ruolo solo all'atto della prenotazione da parte del cliente nei confronti del suo prossimo viaggio: al contrario, la trasformazione digitale si manifesta durante tutte le fasi del viaggio che seguono ad oggi un percorso naturale ed omogeneo.

Molte persone non si rendono conto di quanto la componente digitale sia ormai entrata nelle vite di chiunque e di quanto sia 'invasiva' nei confronti dei cittadini e dei consumatori. Un esempio di importante rilevanza è costituito da TripAdvisor, la piattaforma digitale per eccellenza nel settore ristorativo e alberghiero, diventata ormai famosa e utilizzata in tutto il mondo. Lo dimostra il fatto che, appena si visita un posto nuovo, la prima azione compiuta dal turista consiste nel cercare il miglior luogo dove mangiare nella località in cui costui si trova. In altri termini, TripAdvisor ha sostituito quello che un tempo era il passaparola: oggi quest'ultimo si è digitalizzato ed è diventato più immediato. È stato dimostrato dalla Oxford Economics (ente di ricerca 'emanazione' dell'omonima università) che TripAdvisor è in grado di influenzare positivamente o negativamente la maggior parte

delle attività che i turisti compiono. A ben vedere, non si tratta di un caso unico, ma solo del primo tra innumerevoli esempi. Il più significativo è il caso di Instagram, tramite il quale turisti, viaggiatori e travel influencer postano foto, video, *reels*, stories e selfie dei propri viaggi. Instagram con il passare del tempo ha assunto le vesti di “vetrina di viaggi” per eccellenza nel mondo delle piattaforme digitali. Una “vetrina” capace di influenzare la maggior parte degli utenti nella scelta della loro prossima meta. A confermare tale supposizione è stata una ricerca commissionata dalla compagnia aerea inglese low cost EasyJet, la quale ha mostrato come i turisti tra i 18 e i 68 anni abbiano prenotato il proprio viaggio basandosi principalmente su immagini viste tramite Instagram. In poche parole, più del 30% delle oltre duemila persone intervistate ha confermato di aver scelto la meta del prossimo viaggio pensando alla “photo opportunity”, ovvero alla possibilità di scattare foto nei luoghi più *instagrammabili*. Questo fenomeno ha trasformato molti luoghi prima poco battuti dal turismo di massa in mete di grande notorietà.

Ciò che il turismo digitale lascia intendere è che questo settore rappresenta un’incredibile opportunità di crescita e sviluppo. Basta pensare ad Airbnb, la piattaforma di *hosting* più conosciuta ed utilizzata al mondo, la quale ha permesso a molte persone di cambiare il loro modo di viaggiare e di ospitare, oppure a Couchsurfing, un servizio che offre uno scambio di ospitalità tra singoli individui e famiglie, mettendo a disposizione del viaggiatore/turista il proprio divano di casa o una stanza nell’appartamento. Tuttavia, quando si parla di opportunità offerte dal turismo digitale, si fa riferimento anche a tutti quegli strumenti messi a disposizione dalla trasformazione informatica, i quali possono essere utilizzati per far espandere sulla Rete attività già presenti. Lo stesso Internet offre agli hotel, agriturismi o bed and breakfast più piccoli e meno conosciuti l’opportunità di mettersi in mostra, grazie ai portali di prenotazione presenti in Rete, come Expedia, eDreams, Lastminute.com, oppure mantenendo buoni rapporti con i clienti, facendoli diventare abituali e permettendo loro di aderire ad una newsletter che, tramite indirizzo di posta elettronica, invia all’utenza i servizi e le attività già in vigore nella struttura oppure espone alcune offerte “cucite” su misura per il cliente. Un altro fattore capace di valorizzare un’attività è dato dai social network, tramite i

quali è possibile mostrare i punti salienti della propria impresa e indicarla ai futuri clienti, sottolineando ciò che la rende unica e inimitabile. È importante notare come il turismo digitale non consti soltanto di prenotazioni semplificate, di condivisione di immagini sui social o di strumenti di marketing amplificati dagli strumenti digitali. Questo tipo di turismo rappresenta, invece, un approccio realmente differente al tipo di esperienza che i professionisti del settore possono offrire ai turisti.

Basti pensare all'impiego dei Big Data, che si rivelano uno strumento di grande utilità e "strategico" sia per le piccole strutture ricettive, sia per le grandi compagnie aeree e per i siti di viaggi. Sono appunto i Big Data i veri protagonisti per gli operatori del turismo digitale che, maneggiandoli, possono tratteggiare le caratteristiche dei propri clienti e costruire un'offerta personalizzata che sia in linea con le esigenze di questi ultimi. La trasformazione digitale non ha solo "cambiato" il business del turismo, attraverso l'introduzione di strumenti e tecnologie innovative, ma ha pure contribuito a trasformare "irreversibilmente" il turista e, di conseguenza, le sue priorità.

"La vita è un viaggio, e chi viaggia vive due volte", afferma Omar Khayyam, filosofo, poeta, matematico e astronomo, il quale mille anni fa espresse questo suo pensiero, giunto sino a noi oggi. In fondo, l'essere umano ha sempre avuto necessità di spostarsi, di vedere luoghi diversi sia per proprio piacere che per necessità. Il concetto di 'viaggio' è cambiato molto nel corso dei secoli ma, partendo dal principio, possiamo definire la nascita di questo tipo di esperienza intorno al Settecento, quando si consolida la pratica della mobilità volontaria, secondo le nuove finalità dello svago e del divertimento. Di fatto il Grand Tour divenne non solo un momento di arricchimento spirituale per l'epoca, ma anche un momento di 'piacere'. Questa esperienza poteva durare pochi mesi, come alcuni anni. Inoltre, all'epoca, solo coloro che avevano molto tempo e denaro a disposizione potevano intraprendere questo tipo di viaggio, a tutti gli effetti innovativo. Il Grand Tour permetteva ai giovani facoltosi di intraprendere un viaggio alla scoperta di luoghi ricchi di arte, storia, cultura, politica e antichità. Passavano la maggior parte del loro tempo effettuando giri turistici, facendo acquisti e studiando. Il paese più visitato durante il Grand Tour fu senz'altro l'Italia, la quale, con l'eredità dell'Antica

Roma e i suoi magnifici monumenti, divenne una delle principali destinazioni, ma soprattutto una delle più apprezzate da giovani visitatori che si muovano su lussuose carrozze guidate da un cocchiere.

Che cos'è un Travel Blogger

Oggi ovviamente i tempi sono cambiati, la figura che accompagna i turisti in giro per il mondo esiste ancora, ma assume il nome di ‘Travel Blogger’.

Con l'avvento delle nuove tecnologie e con lo sviluppo dei social network, si è andata a creare una nuova figura di viaggiatore, definito viaggiatore 2.0, che informa e struttura il suo viaggio grazie alla sua pregressa esperienza, ma soprattutto grazie all'aiuto del web. Sono molti i viaggiatori che adorano condividere con i loro followers le loro più o meno stravaganti avventure intorno al globo. Per essere un buon Travel Blogger, non è necessario essere in viaggio 365 giorni all'anno, bensì è più che sufficiente *essere sé stessi*, raccontare le proprie esperienze con naturalezza e semplicità, cercando di catturare l'attenzione del lettore. Le competenze del Travel Blogger sono innumerevoli, in funzione dell'egregio funzionamento del suo lavoro:

- buona capacità di scrittura, che gli permetta di essere esaustivo, conciso e professionale.
- competenze sulla SEO, molto utile per posizionarsi “in graduatoria” sui motori di ricerca legati alla nicchia “presidiata”;
- conoscenze di web development, cioè il saper utilizzare il proprio sito internet e gestirlo nel corso del tempo;
- skills in materia di Arte, Fotografia e Videomaking, come punti salienti per diventare un buon Travel Blogger;
- conoscenze di Social Media Management, per far crescere la propria community;
- disponibilità, infine, di “qualità umane”: non sono competenze in senso stretto, ma risultano fondamentali per sviluppare questo tipo di professione.

Il mestiere del Travel Blogger, ancora poco riconosciuto in Italia, ma fortemente adottato all'estero, consente un guadagno che proviene da diverse fonti, come:

- Banner pubblicitari, mediante siti di affiliazione, clienti esterni o Google AdSense.
- Link Building.
- Post sponsorizzati.
- Affiliation marketing.
- Possibilità di diventare brand Ambassador di clienti legati al settore turistico (tour operator, compagnie di trasporti, strutture ricettive).

Intervista al travel blogger Fabio Liggeri

Uno dei Travel Blogger più noti in Italia è Fabio Liggeri, docente presso l'Università IULM di Milano e fondatore di Viaggioergosum: si tratta di un 'testimone privilegiato' con il quale cercheremo di capire meglio in cosa consista questa figura tanto affascinante quanto complessa, oggettivamente non alla portata di chiunque<sup>1</sup>.

*Puoi descrivere i tratti essenziali del travel blogger?*

Il travel blogger è il narratore moderno del Terzo millennio che usa le nuove tecnologie. Non è un influencer, ha le conoscenze informatiche di un web master e profonde conoscenze di marketing e videomaking. Una volta il viaggio si scriveva solo su libri, invece ora si è spostata la comunicazione sui social. Il travel blogger si sponsorizza grazie ai motori di ricerca, le collaborazioni con le aziende, assumendo la figura di blogger o creando un Tour Operator, cioè una figura innovativa, una persona di fiducia che ti accompagna durante il viaggio. Anche se venti anni fa non esisteva la possibilità di prenotare un viaggio ed essere a conoscenza della guida, ora si sa persino che tipo di viaggio si va ad affrontare e con quale tipo persona.

*Come si è evoluta la tua esperienza di viaggiatore nel tempo?*

Il viaggio è un'esperienza dinamica e sensazionale; inizialmente lo pianificavo molto, ora vivo il viaggio giorno dopo giorno, sin dal momento in cui affino le mie tecniche conoscitive di viaggiatore, e ottimizzo il modo di vivere le culture dei luoghi. Ovviamente senza tralasciare i dettagli che caratterizzano una determinata meta e l'organizzazione del viaggio in sé: questo è un punto fondamentale per far sì che i viag-

---

<sup>1</sup> L'intervista è stata svolta via Skype il 29 novembre 2021.

giatori che partecipano ai viaggi di gruppo, organizzati dal mio Tour Operator KeTrip, ritornano nuovamente.

*Avresti mai pensato di diventare un docente?*

Onestamente no, dal momento che amo viaggiare e non stare fermo in un solo luogo, però non mi dispiace assolutamente insegnare ai giovani universitari della IULM di Milano, ciò che mi appassiona veramente è viaggiare e cerco di trasmettere questa emozione anche a chi mi segue in un contesto universitario di grande prestigio. La figura del Travel Blogger è una figura a tutti gli effetti riconosciuta, soprattutto dalla IULM, ma soprattutto è entrata all'interno delle piattaforme digitali e della comunicazione. Quello del Travel Blogger ora è quasi un mestiere “ufficializzato”, tanto che vi è un’associazione di categoria, l’Associazione Italiana Travel Blogger.

*Qual è il codice di comportamento del Travel Blogger dal punto di vista etico?*

Non c’è alcuna regola scritta, ognuno usa la propria coscienza, anche se sono molti i Travel Blogger che si “vendono”, accettando qualsiasi proposta non inerente al loro lavoro. È fondamentale non perdere credibilità: questa è una dote che, a lungo andare, rischia di perdere il suo valore, dato che i followers si accorgono del modo in cui agisce il Travel Blogger da loro seguito.

*Quanto tempo ci vorrà prima che il turismo riprenda il suo corso, a causa della pandemia da Covid-19?*

Per quanto riguarda l’Europa, già da quest’estate [2021, N.d.R.] si potrà viaggiare, i paesi dell’UE (come anche quelli extra UE) non possono più permettersi di tenere i confini chiusi, è molto importante che il turismo riparta, dal momento che un anno di piena pandemia ha provocato ingenti danni all’economia. Ovviamente sarà necessario rispettare le regole e il distanziamento sociale, bisognerà munirsi di Green Pass, non appena verrà emanato, poiché grazie a questo documento è possibile capire chi è stato vaccinato e chi no: in tal modo sarà possibile viaggiare in Europa in sicurezza. Per quanto riguarda il resto del mondo: Australia e Nuova Zelanda resteranno chiusi fino al prossimo anno [2022], il Canada ha aperto i confini ai turisti america-

ni con vaccinazione completata dal 9 agosto 2020, mentre per i turisti internazionali l'accesso sarà permesso da settembre 2021. Nel 2023 si prevede un boom per il turismo a livello globale: dopo quasi due anni di pandemia, le persone non vogliono più restare nella propria *comfort zone*, ogni occasione sarà buona per uscire o intraprendere un viaggio. In questo caso, il settore del turismo non potrà fare altro che ripartire più forte di prima, e fino ad allora sarà necessario offrire personale turistico qualificato e competente, per permettere che il nostro settore riparta a gonfie vele. Si prevede che le mete turistiche che verranno scelte post-Covid saranno prettamente luoghi naturalistici, zone poco affollate, anche se, purtroppo, alcuni paesi avranno molta difficoltà a ripartire, soprattutto paesi che presentano grandi metropoli, come Tokyo, New York, Pechino, Mosca, Bangkok, Mumbai o San Paolo. Si tratta di luoghi con alta densità di popolazione, che hanno favorito il diffondersi del Covid-19. Al contrario, siti immersi nella natura, come l'Islanda, le Isole Canarie, la Svezia, la Norvegia, le Azzorre o le capitali baltiche, che presentano posti immersi nel verde e una bassa percentuale di abitanti, risultano avvantaggiate. Pertanto, i paesi non densamente popolati sono quelli che andranno per la maggiore!

### *Che cos'è KeTrip?*

KeTrip è stato tra i primi Tour Operator in Italia nell'organizzazione dei viaggi di gruppo: siamo attivi dal 2016, quando abbiamo unito la domanda dei social che stavano crescendo in popolarità (come Facebook e Instagram) e l'offerta delle persone che ci seguivano. Adesso il mercato dei viaggi di gruppo è ormai saturo, dal momento che nel corso degli anni si sono moltiplicati i Travel blogger. Il nostro Tour Operator ha sempre lavorato bene e siamo riusciti a crearci un nome, anche grazie al passaparola. Inizialmente abbiamo investito molto in pubblicità, ma dopo neanche due anni non ci è più servito. Per arrivare a questo tipo di successo, non serve solo avere un blog, è anche molto utile e proficuo possedere un canale YouTube, un canale Telegram è un'applicazione con cui è possibile prenotare i viaggi. Unire il turismo alla capacità di comunicazione attraverso le piattaforme digitali è oggi il miglior modo per promuoversi e lavorare in maniera più che soddisfacente; dal momento che i social sono la vetrina per eccellenza dei viaggi. Anche la percezione del viaggio è cambiata con il passare

degli anni, perché i viaggiatori non ritengono più che la mobilità per svago costituisca un diritto solo per un'élite di persone agiate, ma la considerano, giustamente, un'esperienza alla portata di tutti.

Intervista a Fabio Zinanni, manager nel campo turistico

Fabio Zinanni è Sales and Marketing Manager presso la compagnia aerea Saudia Arabian Airlines e co-autore (oltre che *web host*) del programma “20:21 Il Turismo della sera”, di cui ha avuto modo di parlare anche in diversi incontri presso la facoltà di Lettere e Filosofia di Sapienza Università di Roma.

A suo dire, la situazione del turismo in Arabia Saudita è andata a evolversi nel tempo, nel momento in cui il Regno il 25 settembre 2019 ha aperto i visti ai viaggiatori stranieri. Purtroppo, ciò che è stato un processo di evoluzione per il paese è mutato in un vincolo a causa della pandemia da Covid-19, che ha costretto anche l'Arabia Saudita, ovviamente, alla chiusura nei confronti degli ingressi turistici<sup>2</sup>.

In quel breve lasso di tempo in cui sono stati concessi i visti, sono stati più di seimila gli italiani che hanno fatto visita a questa nuova meta turistica. Sfortunatamente erano innumerevoli i Tour Operator non sufficientemente preparati ad accogliere i turisti in questo paese, tant'è che viene ancora considerata una meta di nicchia. Sono due le agenzie di viaggio specializzate nei pacchetti turistici per l'Arabia Saudita: “I viaggi di Maurizio Levi” e “La compagnia del Mar Rosso”. Ambedue hanno potuto verificare come gli italiani siano i primi nel mercato dei *divers* in Arabia Saudita. Chi si reca in questo luogo non può essere un turista, bensì un viaggiatore che predilige la scoperta del paese e della cultura locale. Questo è un popolo che non si è mai aperto al turismo, ma nonostante tutto non vuole farsi trovare impreparato. Di fatto, lavorano molto sull'Hospitality e il principe ereditario Mohammed bin Salman ha investito cinque miliardi di dollari nel settore turistico. Da un anno a questa parte l'Arabia Saudita viene considerata meta emergente nel mondo del turismo, tant'è che sono stati i primi ad aver progettato e in procinto di realizzare una città “car free”. Questa sarà tecnologicamente all'avanguardia e si chiamerà ‘Neom’: un luogo interamente ecosostenibile, dove i tra-

---

<sup>2</sup>L'intervista è stata svolta via Skype il 5 gennaio 2022.

sporti saranno elettrici e non necessitano di guidatori, dove tutto sarà all'insegna delle più moderne tecnologie. Addirittura, si tratterà di un immenso polo industriale che abbraccerà tre paesi: Arabia Saudita, Egitto e Giordania.

Il principe saudita vuol far sì che il suo paese non dipenda più dal morbo dei petro-dollari, i quali prima o poi lo avrebbero lasciato senza risorse, bensì desidera rilanciare l'economia attraverso la liberalizzazione e la diversificazione. Il piano faraonico del Principe ereditario ammonta a 500 miliardi di dollari di investimenti per costruire dal nulla la città del futuro. Neom si estenderà su una superficie di 26.500 kmq, i settori in cui si concentreranno le sue attività sono prettamente le energie rinnovabili, il settore idrico, la filiera alimentare, le biotecnologie, le scienze tecnologiche e digitali e la produzione avanzata. Questa zona "franca" godrà di determinati "permessi speciali", di una tassazione diversificata e di una legislazione *ad hoc* sul lavoro con un sistema giudiziario autonomo. Verrà inoltre costruito un ponte che collegherà Neom all'Egitto: la sua posizione strategica faciliterà la rapida affermazione di questo nuovo investimento, rendendo la zona un hub globale che unirà Asia, Europa e Africa. Questo progetto punterà ad ottenere un "senso di comunità", avendo come fulcro centrale il commercio, gli affari, la natura e l'innovazione. Tutto è costruito per soddisfare le esigenze umane: la maggior parte del terreno Neom sarà preservato per migliorare la vivibilità per gli abitanti e per la protezione ambientale. Nessuna attività di costruzione sarà possibile se non avrà soddisfatto rigorosi criteri internazionali di sostenibilità, che sono stati ideati intorno agli standard previsti per un'economia circolare del carbonio. Sebbene la cura dell'ambiente sia un principio guida, il piano consentirà alla città di raggiungere questo obiettivo senza compromettere la capacità di Neom di attrarre imprese e imprenditori nella regione. Il turismo attualmente non riprenderà più come un tempo, dal momento che ogni crisi comporta alcune evoluzioni; pertanto, il turismo diventerà 'consapevole' e 'responsabile'. Ci sarà anche più attenzione all'igiene, poiché previene il formarsi di virus. Le persone si comporteranno in maniera più coscienziosa nei confronti degli altri paesi, se desiderano essere accettati. Il turismo, con i suoi tempi, ripartirà più forte di prima: nei prossimi mesi ed anni ci sarà il boom di questo settore, che diventerà più organizzato e sostenibile,

ma non tutti gli Stati sono attualmente pronti, da questo punto di vista. Sarà necessaria una formazione adeguata del personale turistico, non solo in Italia o in Arabia Saudita, ma nella stragrande maggioranza dei paesi, soprattutto quelli che sfruttano il turismo come fonte principale di introiti.

Un ruolo fondamentale in questo campo è giocato dalla figura del Travel Blogger, il quale è parte fondamentale del turismo attuale e di quello futuro: cosa ne pensi, in tal senso?

La figura dell'agente di viaggio deve essere professionale ed aggiornata, ma allo stesso tempo deve anche evolversi, per questo i travel blogger svolgeranno un ruolo fondamentale per il turismo: perché sono figure professionali, preparate e molto all'avanguardia. Molteplici lavoratori del settore, come giornalisti e agenti di viaggio, sono contrari al loro lavoro, li vedono come se rubassero il 'posto' a qualcuno.

*Come si possono integrare i travel blogger con gli agenti di viaggio e i giornalisti?*

Il miglior modo per far sì che tutti noi traiamo beneficio dal nostro lavoro, soprattutto se riguarda lo stesso settore, è la cooperazione, che non è purtroppo molto presente in Italia, visto che ogni individuo pensa solamente a coltivare l'erba del proprio giardino. Il Travel Blogger scrive in modo diverso da un giornalista, è innovativo ma è anche un SEO, ossia un "ottimizzatore" all'interno dei motori di ricerca. Da qui nasce il problema con i giornalisti, nel momento in cui il Travel blogger scrive perché si deve posizionare, inserendo comunque la sua essenza in ciò che scrive, trasmettendo così al lettore. Il Travel Blogger ti porta nella destinazione e "la vive", per poi portarla in agenzia dove un tecnico specialista finalizza il viaggio, anche se questa risoluzione manca a molte agenzie, poiché lo vedono come un "nemico", invece che come un collaboratore. Le agenzie di viaggio non scompariranno, bensì si evolveranno, ma ciò vale solo per quelle che si terranno sempre impegnate e aggiornate. Ultimamente si è sviluppata anche un'altra figura importante del settore, quella del Travel Coach. Il Travel Coaching è un processo che trasforma il viaggio in un momento di crescita personale e di sviluppo, nel quale è possibile imparare a valorizzare le proprie risorse per trasformarle in strumenti e per raggiungere i propri obiettivi.

*Com'è nato il progetto del 'turismo della sera'?*

Il 'turismo della sera' nasce dal format 'Cinque chiacchiere con...': in ogni puntata ci sono ospiti speciali e si fa parlare il turismo. Questo progetto è nato durante il lockdown: quando ognuno di noi è rimasto chiuso in casa per molto tempo, io e il mio amico Nicola Romanelli ci siamo ingegnati per far parlare il turismo anche da casa, per tenerlo in vita e non farlo morire del tutto. '20:21. Il turismo della sera' (questo il titolo completo della trasmissione) ha debuttato il 18 gennaio 2021 ed ha proseguito per ben cento puntate in venti settimane fino al 4 giugno 2021: andava in onda tutte le sere dal lunedì al venerdì, con innumerevoli ospiti speciali, tra cui Andrea Petroni, Carla Diamanti, Lorenza Bonaccorsi, Pietro de Arena e molti altri. Ovviamente il progetto proposto in un momento difficile per il turismo non tornerà perché – speriamo – lo scenario sembra evolversi favorevolmente, ma il motivo principale per il quale abbiamo creato '20.21 Il turismo della sera' con Nicola è stata l'evidenza per cui il turismo è un settore che ci ha dato tanto e lo amiamo profondamente. È opportuno notare come il nostro settore ha risentito molto della crisi pandemica: quello che all'inizio era l'asse portante dell'economia italiana, è diventata l'ultima ruota del carro e una ricchezza per lungo tempo inaccessibile.

Intervista a Carla Diamanti, "travel coach", ideatrice del progetto '#turismocostruttivo'

*In cosa consiste il suo mestiere e com'è nato il progetto 'Safar'<sup>3</sup>?*

Il progetto è stato chiamato 'Safar', che in arabo significa 'viaggiare' ed è la parola magica a cui ho pensato quando ho trovato il modo di esplorare da remoto luoghi fantastici in tempo reale. Da mesi ascolto i desideri di chi aspetta di rimettersi in viaggio, di andare o tornare verso luoghi straordinari, di chi cerca qualcosa di diverso dai documentari, dai racconti, dagli incontri con gli esperti. Di chi, come me, vorrebbe davvero trovarsi sul posto, ma non può viaggiare. Allora ho trovato il modo per viaggiare davvero, anche stando a casa. Io sarò la tua Tour Leader e ti porterò in diretta nei luoghi che mi sono più cari, dove ci aspettano i miei amici e guide professioniste che ci accompagneranno in una immersione di viaggio reale. Se avete sempre sognato

---

<sup>3</sup> L'intervista è stata svolta via Skype il 10 febbraio 2022.

di attraversare la Porta di Giaffa a Gerusalemme, di inginocchiarvi presso la Grande Moschea di Damasco o, ancora, di perdervi tra spezie e tessuti nel grande suq Khan al Khalil del Cairo, allora ‘Safar’ è il “posto” che fa per voi. La prima cosa che mi chiedono in tanti è quando potremo di nuovo tornare a viaggiare insieme in luoghi diversi dal quotidiano. Ecco, non potendo proporre l’impossibile, propongo il possibile: viaggiare con me e con altri appassionati attraverso le immagini, non professionali ma assolutamente autentiche, e le parole, frutto della mia pluridecennale esperienza di viaggi intorno al mondo.

### *Come funziona Safar?*

Rispondo in punti:

- Scegli la destinazione e il giorno e acquista il tuo Safar sul sito [www.safarconcarla.it](http://www.safarconcarla.it)
- Riceverai una mia mini-guida da scaricare in formato pdf con le notizie sulla città e la mappa del percorso guidato che faremo insieme
- Qualche giorno prima della “partenza” ti manderemo il link con cui collegarti via Zoom
- Il giorno del tour, ti basterà fare click dieci minuti prima dell’inizio e in video incontrerai me, gli altri compagni di viaggio e la guida di lingua italiana che ci condurrà in diretta live per un’ora e mezza nella sua città
- Durante il tour potrai intervenire, fare domande e vivere un’immersione totale e reale in un luogo lontano.

Le nostre mete sono: Gerusalemme, Amman, Il Cairo, Petra, Samarcanda, Damasco, Tehran, Isfahan, Kyoto, Lisbona, Istanbul e Betlemme.

Intervista a Gianluca Gotto, “nomade digitale”

Oltre ai grandi Travel Blogger e Travel Coach sopracitati, c’è una persona che è molto affermata nel mondo del turismo: il famoso scrittore e “nomade digitale” Gianluca Gotto.

Classe ’90, torinese, a soli vent’anni decise di trasferirsi per un’esperienza all’estero, nella calda e selvaggia Australia, per poi continuare la sua avventura in Canada. Oggi è sempre in giro per il mondo ed è uno scrittore affermato a tempo pieno; non solo scrive libri e romanzi, bensì si dedica anche al suo blog, intitolato “Mangia, Vivi, Viaggia”,

in collaborazione con la sua compagna di vita, Claudia. Attraverso questo blog, Gianluca non solo condivide i suoi viaggi e i suoi libri: ciò che realmente diversifica Gianluca dal resto degli altri viaggiatori sono i suoi consigli zen, puri e sinceri. Attraverso questi consigli, Gotto vuole avvicinare il lettore al modo di pensare prettamente orientale, in base al quale le persone non si preoccupano più di tanto di quel che sarà della loro vita, bensì vivono senza fare troppi programmi e preferiscono lasciar andare ciò che non possono controllare. Meditano per trovare la pace interiore, vivono prettamente a contatto con la natura e soprattutto non seguono uno stile di vita tanto frenetico quanto noi occidentali. Questo pensiero lo troveremo alla base di ogni libro di questo scrittore, che possiamo definire ‘unico nel suo genere’.

“Esiste una saggezza pratica, antica e preziosa che noi occidentali abbiamo dimenticato, o che non abbiamo mai conosciuto. Ci permette di accettare la vita e amarla sempre, indipendentemente da quello che il destino ha in serbo per noi. Non cercare di avere sempre il controllo della situazione. Impara a lasciare andare” (Gianluca Gotto).

Nel 2018 Gianluca Gotto pubblica il suo primo libro, *Le coordinate della felicità*, con cui racconta com’è diventato un ‘nomade digitale’. Dopo questo libro fu la volta di *Come una notte a Bali*. Ultimo ma non meno importante, il romanzo *Succede sempre qualcosa di meraviglioso*. In ognuno di questi libri c’è una parte della sua vita, che cerca di porsi come insegnamento per affrontare al meglio l’esistenza, attraverso messaggi precisi e concisi, indirizzati al lettore<sup>4</sup>.

*Com’è nato il tuo amore per la scrittura?*

L’amore per la scrittura c’è sempre stato, fin da ragazzino il mio sogno era di diventare uno scrittore. Un sogno che poi ho abbandonato quando ho iniziato a lavorare, convinto che non fosse realizzabile. Ci ho riprovato solo nel 2017, dopo essere diventato un *web writer*, cioè un articolista per siti web, lavoro che mi consentiva di mantenermi con la scrittura e di vivere in viaggio. Oggi il mio lavoro è scrivere libri, ma gestisco anche il blog ‘Mangia Vivi Viaggia’, che ho lanciato con la mia compagna Claudia.

---

<sup>4</sup> L’intervista è stata svolta via mail il 30 luglio 2021.

*Cos'è per te essere un viaggiatore, durante il periodo di Covid-19?*

Io penso che essere un viaggiatore sia innanzitutto una mentalità, che conduce a uno stile di vita attuabile ogni giorno, anche quando non si viaggia. È quella mentalità che ti porta a essere curioso, a non avere pregiudizi e a voler esplorare, sempre e comunque, che sia una persona, una cultura, un quartiere della tua stessa città. Per questo motivo, per me, i viaggiatori rimangono tali anche durante questa pandemia, anche se sono fermi. Personalmente io ho continuato a viaggiare nel mondo, sempre nel rispetto delle regole. La sensazione di assoluta libertà che c'era prima è stata ridimensionata, ovviamente, tra tamponi, quarantene e limitazioni varie, ma penso che questo sia positivo, in un certo senso: quando torneremo a viaggiare liberamente, sapremo apprezzare di più questa opportunità.

*Come consideri la società odierna?*

La società occidentale? La considero da un lato un traguardo straordinario dell'umanità. Abbiamo costruito un benessere diffuso che un tempo sarebbe stato utopico anche solo a pensarci. Abbiamo garantito una libertà individuale e collettiva a cui nessun'altra società si è ancora avvicinata. Purtroppo, però, questo presupposto così straordinario si sta trasformando in una grande occasione sprecata: siamo liberi, siamo tanti, abbiamo tutto... eppure siamo più soli che mai, la depressione è più diffusa che mai, la felicità sembra un traguardo inarrivabile. A cosa serve il progresso se poi manca ciò per cui ognuno di noi lotta ogni giorno? Specialmente in questo periodo così difficile è importante iniziare un dibattito pubblico sulla salute mentale, sulla felicità individuale e collettiva, su ciò che vogliamo definire con la parola 'benessere'. Possedere tanto o stare bene? Sono due cose diverse e in tanti se ne stanno rendendo conto.

*Riusciresti a vivere nello stesso luogo per un anno o più?*

Sì, potrei farlo senza problemi. Tuttavia, amo il mio stile di vita libero, amo viaggiare, amo cambiare. Quindi non credo che lo farò e non saprei indicare un posto preciso. Il mondo è la mia casa. Ora come ora sono a Bali e sto bene qui... fino alla prossima partenza.

La scrittura, nonostante l'avanzare delle tecnologie e il progresso in cui viviamo, è sempre rimasta una fonte irrinunciabile per l'uomo, sin dai tempi dei Sumeri, quando fu inventata grazie ai cunei, fino al giorno d'oggi, dove ogni popolo ha le sue culture, radici, tradizioni e lingue differenti. Sarebbe impensabile un mondo senza scrittura, perché permette all'essere umano la libertà di pensiero ed espressione, senza la quale non potremmo esistere. È comunque importante il progresso tecnologico, in tutti gli ambiti, soprattutto il settore di nostro interesse, quello turistico.

## 2. Minsait e le piattaforme digitali

Le tecnologie digitali sono state il principale alleato del turismo in Italia dalla prima estate post Covid in poi. L'ottimizzazione dei canali digitali e dell'e-commerce saranno fattori determinanti per il settore turistico italiano nell'estate post pandemica, mentre la digitalizzazione e l'automazione dei processi e delle operazioni contribuiranno ad aumentare la sicurezza, riducendo i costi delle aziende. Questi sono alcuni degli ambiti nei quali la tecnologia digitale contribuirà a creare esperienze turistiche più sicure, competitive e sostenibili.

“La ripresa del turismo richiede: l'adozione di modelli di rivalutazione delle esperienze con nuovi canali di promozione e di relazione in grado di facilitare una visione a 360 gradi del turista e l'integrazione online e offline per gestire i diversi spazi in tempo reale e l'uso di tecniche analitiche avanzate per estrarre valore dalle interazioni del turista e anticipare le sue esigenze”, ha anticipato Giuseppe Catarinozzi, responsabile del mercato della Pubblica Amministrazione e Sanità di Minsait in Italia.

Questa azienda sta già realizzando progetti di turismo “intelligente” in Spagna e in Italia con impatti positivi sulle economie locali. In Italia, la società ha sviluppato i portali, le applicazioni e i sistemi web della Regione Puglia e il portale culturale della Regione Campania per facilitare l'accesso ai diversi beni e servizi dell'ecosistema digitale di entrambi i territori. È anche il partner chiave nella digitalizzazione dei Musei Vaticani, il cui obiettivo è quello di integrare i servizi per migliorare la protezione delle opere e la sicurezza dei visitatori.

In Spagna emergono progetti come “Smart Cammino”, basato su una piattaforma digitale con applicazioni mobili per guidare e risolvere tutte le esigenze informative dei pellegrini che percorrono il Cammino di Santiago. Questo progetto ha portato ad un aumento del 68,5% del numero di utenti del sito web nel 2018. Inoltre, il progetto di valorizzazione del patrimonio della provincia di Caceres potrà aumentare il numero di pernottamenti e visitatori nella regione fino al 5%, così come aumentare i posti di lavoro nel settore fino al 10%. Un altro progetto a Las Palmas, nelle isole Canarie, sta migliorando la gestione sostenibile dei servizi urbani, che si traducono in riduzioni del 15% dei costi di gestione delle aree verdi e dei giardini.

“La ripresa delle attività richiederà maggiore trasparenza e fiducia affinché i turisti tornino a visitare il nostro splendido Paese. Il contributo della tecnologia digitale è fondamentale in quanto consente una conoscenza approfondita dei viaggiatori e delle loro esigenze per offrire un’esperienza indimenticabile, personalizzata e sicura”

Onesait Government Tourism, la piattaforma di Minsait per il settore, permette l’integrazione di tutti gli attori e i sistemi attraverso soluzioni inter-operabili e aperte in un modello di collaborazione tra il settore privato e le amministrazioni pubbliche che genera fiducia nei visitatori, migliora la reputazione delle destinazioni turistiche e facilita la definizione e l’implementazione delle misure necessarie che permettono di adattare i prodotti, i canali, le risorse, i servizi e le infrastrutture per offrire ogni tipo di garanzia e anticipare eventuali crisi.

Tra gli altri vantaggi, OGT consente una maggior valorizzazione del territorio; aumenta la sicurezza sanitaria dei visitatori nelle aree turistiche; riduce i costi di manutenzione del patrimonio culturale e facilita la pianificazione degli eventi attraverso l’analisi predittiva e la simulazione di scenari.

Minsait, società di Indra, è l’azienda leader nella consulenza negli ambiti della Digital Transformation e delle Information Technologies in Spagna e America Latina. Possiede un alto grado di specializzazione e di conoscenza del settore, grazie alle sue capacità di integrare il mondo *core* con il mondo digitale, alla sua leadership nell’innovazione e nella trasformazione digitale e alla propria flessibilità. In questo modo la società focalizza l’offerta su proposte di valore ad alto impatto, basate su soluzioni *end-to-end*, con un notevole grado di segmentazione,

che le consente di raggiungere risultati tangibili per i propri clienti in ogni settore, con un focus specifico sulla trasformazione.

In Italia Minsait conta più di mille professionisti che lavorano presso le sedi di Roma, Milano, Napoli, Bari e Matera. La società ha sviluppato competenze avanzate in ambiti innovativi come Content & Process Technologies, Customer Experience Technologies, Solutions Architects e Data & Analytics, che consentono di offrire soluzioni e servizi ad alto valore aggiunto nei mercati in cui opera.

### 3. Tony Wheeler, il co-autore delle guide turistiche più famose al mondo

Tony Wheeler è un imprenditore editoriale inglese, uomo d'affari e scrittore di viaggi, co-fondatore della società di guide “Lonely Planet”: insieme a sua moglie Maureen Wheeler, ha realizzato la guida di viaggi più famosa al mondo.

Dopo aver viaggiato attraverso l'Europa con la moglie, arrivarono a Melbourne nel 1972 e pubblicarono il loro primo libro, *Across Asia on the Cheap*, nel 1973. Quel viaggio, secondo *gli Wheelers*, è stato memorabile, poiché partirono da Londra e arrivarono in Australia via terra, seguendo quella che era un tempo “la rotta degli hippies”, passando per la Turchia, l'Iran, l'Afghanistan, l'India e il Sud-Est asiatico. Il loro primo libro divenne sin da subito un best seller, tanto che decisero di scriverne un altro, intitolato *South-East Asia on a shoestring*. Il lavoro, assemblato in economia a Singapore e pubblicato nel 1975, dà origine alla serie dei “shoestring”, ovvero le guide per *backpackers*, ricche di informazioni su sistemazioni economiche, passaggi in auto-stop, mezzi di trasporto insoliti e agenzie che offrono biglietti aerei a prezzi scontati.

Sempre nel 1975 venne anche realizzato il logo di Lonely Planet con il Letraset e da allora non è stato cambiato di molto. Quel loro primo libro sarebbe stato le fondamenta dell'impero “Lonely Planet”, derivato da una canzone mal interpretata di Joe Cocker (infatti la canzone diceva ‘Lovely Planet’). Nel 1980 la pubblicazione di una guida per l'India raddoppiò le dimensioni dell'azienda; BBC Worldwide ha acquistato il 75% della sua quota della società nel 2007 e il restante

25% nel febbraio 2011, portando il patrimonio della coppia a 190 milioni di dollari netti.

Ancora oggi Tony Wheeler è una persona molto nota nel mondo del turismo, in primis perché ha fondato la guida di viaggio più famosa, affidabile e utilizzata al mondo. Di seguito pubblichiamo, in lingua originale, l'intervista che ci ha concesso<sup>5</sup>.

*Have you ever thought that Lonely Planet would have been the most famous travelling guide in the world?*

That was a complete surprise. We did one book, then another, then another and it grew that way, slowly at first and then with increasing speed. From the very start, however, I could tell that people really liked ‘Lonely Planet’ books, there was a great deal of enthusiasm for what we were doing which, of course, made it easy to decide to go to more and more places and do more and more books.

*Why did you start writing about tourism and not any other argument?*

Because I liked travel, I liked going places, I liked putting guidebooks together. And because it was the ‘right time’ to do the sort of books we published. Lots of young people were starting to travel to those destinations, there were lots of interesting connections (the Beatles in India for example), the world seemed to be opening up in all sorts of ways. Plus, air travel was starting to get much easier, we didn’t have Ryanair and the ‘low-cost carriers’ then, but we did have a lot more international flights and going to places which previously had not been easy to reach.

*Since the beginning of your travel experience, how do you think travelling has changed?*

Now people are inclined to say it’s all the internet and how it has made travel much easier whether it is booking flights, applying for visas, searching for information. But also the fact that there are more flights and more ways of getting to places. Plus, travel has – until the pandemic at least – become a larger part of our lives and also a more familiar part. Once upon a time it was unusual if you travelled, now

---

<sup>5</sup> L'intervista è stata svolta via mail il 31 agosto 2021.

it is unusual if you don't. Lots of people are inclined to point at the internet or the arrival of jumbo jets as the biggest change since we started Lonely Planet, but I would also point to China. When Lonely Planet started China was a closed door, you could not get in and certainly nobody in China got out. Then it opened up in both directions, so lots of the outside world visits China and lots of Chinese people visit the outside world. And China is a big place!

*How do you think tourism will change after Coronavirus pandemic?*

I don't think travel will simply jump back to the way it was before. I think we are going to be cautious about travel (Will it be safe? Will we be accepted?), but also, we are going to start travelling again with a different perspective. We don't necessarily want to just go back to the way travel was 'before,' crowds in Barcelona and Amsterdam, cruise ships in Venice? Plus, as travel starts up again, I think it is going to be certain types of travel and travelers who will be first to start – local travel before long distance international travel, travel at the extremes (backpackers because they're more accepting of risk, luxury travelers because they have the money to isolate themselves). I think we'll see specific types of travel proving popular, walking trips for example, where you're often by yourself, you don't have to contend with crowds and the risks that come with those crowds.

#### 4. Andrea Petroni, il "mago" del viaggio low cost

Travel blogger romano, Andrea Petroni, insieme alla moglie Valentina Venanzi, nel 2009 crea – quasi per gioco – il blog "Vologratis". Andrea e Valentina desideravano semplicemente offrire i loro consigli e le loro esperienze sui viaggi intrapresi agli altri appassionati di viaggi. In breve tempo il blog divenne un punto di riferimento per quei turisti che desideravano trovare le migliori offerte per viaggiare low cost. Il successo di Andrea Petroni è stato tale che nel 2016 il *Corriere della Sera* lo ha inserito nella lista dei cinque Travel Blogger più influenti d'Italia.

Autore di recenti volumi come *In viaggio tra i borghi d'Italia* (2020) e *Passeggiate romane* (2021), è però nel suo primo libro (*Professione Travel Blogger*, 2019) che Andrea Petroni parla della sua decennale

esperienza, rivolgendosi non solo agli esperti del settore, ma anche a chi si affaccia a questa professione per la prima volta e desidera capire come: aprire, gestire e valorizzare un blog<sup>6</sup>.

### *Cosa significa essere un Travel Blogger?*

Il travel blogger è un editore di se stesso, ha l’obbiettivo di ottenere il maggior numero di lettori per guadagnare con le pubblicità, può anche essere coinvolto in campagne di marketing per la *digital chat*. Pertanto, il travel blogger deve dichiarare sempre la natura della sua collaborazione, per dimostrare chiarezza nei confronti dei lettori.

### *Su cosa si può lavorare per la promozione dei luoghi meno conosciuti?*

L’Investimento digitale è la miglior soluzione da adottare per far sì che un luogo poco considerato e non battuto dal turismo di massa venga alla luce. È necessario riprendere il viaggiatore per mano, rassicurarlo, informarlo e “ispirarlo”, per portarlo all’interno del luogo. Tutto ciò attraverso l’uso dei social e delle campagne di Digital marketing.

### *Qual è la differenza tra Travel Blogger e Travel Influencer?*

La differenza è sostanziale, poiché un Travel Blogger può essere un Travel Influencer e non viceversa; visto che un Travel Influencer suggerisce agli utenti i luoghi da visitare, può far parte di sponsorizzazioni e campagne pubblicitarie ma, non essendo in possesso di un blog, non può trasmettere ai lettori le sue esperienze di vita e viaggio. L’evoluzione del Travel Blogger è avvenuta principalmente attraverso i social: il turismo necessita di contenuti ricercabili dal lettore, poiché i social *ispirano* i viaggiatori, mentre un magazine o un blog *informano*. Perciò le fondamenta sono: ispirazione sui social e informazioni con contenuti di una certa rilevanza ed interesse su riviste di settori e blog tematici.

### *Perché la figura del travel blogger non è riconosciuta in Italia nello stesso modo in cui è valutata all’estero?*

Questo purtroppo non dipende da noi travel blogger, è una questione di cultura digitale, noi in Italia siamo poco inclini alle novità. In Italia si pensa che il travel blogger sia una persona ‘ricca di famiglia’

---

<sup>6</sup>L’intervista è stata svolta via mail il 31 marzo 2022.

e senza voglia di lavorare, mentre questo tipo di attività presuppone un impegno di studio e lavoro non indifferente. Quello che le persone vogliono vedere, cioè il viaggio, la fotografia o l'articolo sul blog, è solo la punta dell'iceberg. Io lavoro più con l'estero che con l'Italia proprio per questo motivo, per questo tipo di percezione che si ha della mia professione.

*Come descrive il suo ruolo di Travel Blogger?*

Il ruolo del travel blogger è quello di condividere le proprie esperienze di viaggio con i suoi lettori e fungere quindi da guida e da ispirazione. Lo scopo è aiutare in maniera del tutto disinteressata gli altri viaggiatori. Io nel 2009 ho iniziato così. Purtroppo, oggi molti iniziano principalmente perché desiderano solo viaggiare gratis o diventare famosi. È importante capire però, che non è questo il fulcro del lavoro di un travel blogger, perché senza la passione e l'interesse per questo lavoro non si possono raggiungere grandi risultati, dal momento che i lettori notano moltissimo il comportamento e l'atteggiamento di una figura professionale.

*Quali sono le figure emergenti nel mondo del turismo?*

Ultimamente si parla tanto di travel influencer ignorandone spesso il vero significato. L'influencer è una persona che viene considerata tale dalla sua community in quanto conosce approfonditamente una materia, un argomento. Nel nostro caso, il viaggio. Si può essere influencer con un blog, con una pagina Facebook, con un canale YouTube, con un profilo TikTok, non per forza solo su Instagram. Il blogger è la figura più completa, in quanto scrive articoli sul suo blog che, se ben scritti con le tecniche SEO, vengono piazzati da Google nella sua prima pagina, in base a determinate keywords digitate dai lettori. Diventa possibile condividere i propri viaggi (foto, video e articoli del blog) sui canali social. Il travel blogger ispira con i social e informa con il blog anche a distanza di anni. Non solo: nell'articolo del blog si possono inserire link che convertono poi in prenotazioni per la destinazione, per la compagnia aerea o per l'hotel. C'è poi da evidenziare che chi ha solo un profilo social ma non un blog non può essere assolutamente definito 'blogger', cosa che purtroppo molto spesso accade. Il blogger è colui che scrive frequentemente

su un blog. Ora come ora al turismo non serve più solo la foto su Instagram, servono contenuti testuali di approfondimento, conditi da belle foto, ricaricabili su Google. La finalizzazione dell'acquisto di un viaggio avviene sempre dopo una ricerca sui 'motori digitali' e in seguito a una lettura di articoli di blog e magazine. Non avviene direttamente da Instagram.

*Come utilizza i social media per promuovere il turismo?*

Io utilizzo tutti i social networks (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, LinkedIn, Pinterest e YouTube) ma con un linguaggio differente per ciascuna piattaforma, perché ciascun social ha il suo target di riferimento e bisogna adattare la comunicazione al differente pubblico. Sui social racconto le mie esperienze 'live' e condivido successivamente foto, video e articoli del mio blog.

*Che consiglio ha da offrire ai giovani che studiano nel settore turistico?*

Ora più che mai c'è bisogno di una nuova visione del turismo. C'è bisogno di rinnovare un settore che per troppo tempo si è adagiato sugli allori del passato. Guardare all'estero come comunicano gli enti del turismo e cercare di riportare quel tipo di comunicazione anche qui da noi, dato che siamo rimasti indietro decenni rispetto a loro. Le nuove tecnologie sono alleate del turismo, basta solo saperle utilizzare. Ai giovani che studiano nel settore turistico dico: “Osate, senza paura!”.

*La prima edizione di Professione Travel Blogger ha avuto un grande successo, a quale necessità voleva rispondere lavorando alla seconda edizione?*

Volevo soprattutto fare chiarezza sulla professione del travel blogger. Purtroppo, sull'argomento girano tanti luoghi comuni, tante false notizie. La maggior parte delle persone ci vede come 'nullafacenti' che si godono la bella vita perennemente in vacanza ignorando tutta la mole di lavoro che si nasconde dietro a ciascun articolo, a ciascuna foto o a ciascun video. Ho voluto poi realizzare un vero e proprio manuale dalla A alla Z, partendo dall'apertura del blog e arrivando fino alla “monetizzazione”, in modo da aiutare tutti quelli che hanno il desiderio di condividere le proprie esperienze di viaggio sul web, ma non

sanno da che parte cominciare. Diciamo che è il manuale che avrei voluto avere io all'inizio e durante la mia carriera da blogger.

*Quali sono le principali novità della seconda edizione?*

Nella seconda edizione, che ha circa cento pagine in più rispetto alla precedente, ho aggiornato contenuti oramai obsoleti, ho approfondito quelli che avevo già toccato nella prima e ne ho aggiunti di nuovi. Ad esempio, ho approfondito il tema della SEO, delle sponsorizzazioni su Facebook e su Instagram, ho dedicato parti all'influencer marketing, ho spiegato come scrivere un diario di viaggio e mi sono rivolto anche alle aziende, dedicando un intero capitolo a come collaborare con un blogger di viaggi. È un'edizione più matura e più completa rispetto alla precedente e per la prima volta in vita mia sono soddisfatto del lavoro che ho fatto (io sono l'eterno insoddisfatto!).

*Qual è il suggerimento che vorrebbe dare a chi desidera iniziare oggi con un progetto di travel blogging?*

Suggerisco sempre di iniziare solo ed esclusivamente se spinti da una forte passione. Purtroppo, oggi in molti iniziano attratti dall'idea del viaggio gratis o del soldo facile. Non è così che funziona, per arrivare a lavorarci serve tanto studio e tanto lavoro. In dieci anni di blogging avrò visto chiudere almeno duecento blog di viaggi proprio per questo motivo.

*Qual è secondo lei la competenza o la caratteristica più importante per differenziarsi oggi in un settore così saturo e diventare un travel blogger professionista?*

Prima di tutto ci vuole umiltà, educazione e rispetto, ma queste sono regole generali di vita. Quello che oggi fa la differenza in un settore così saturo è l'essere se stessi, diventare riconoscibili, non il clone di qualcun altro: occorre trovare il proprio linguaggio e la propria nicchia. Ma soprattutto occorre essere verticali, specializzarsi sul tema viaggi e non andare fuori argomento parlando di altro.

## 5. Alcune conclusioni

Questo articolo è frutto di un lungo lavoro “alla ricerca del turismo innovativo e al passo con i tempi”, un grazie a tutti gli esperti del settore che hanno partecipato e collaborato alla realizzazione di questo progetto, permettendomi di intervistarli. Sono state affrontate diverse tematiche che mostrano come il turismo non sia un settore stagnante, bensì all'avanguardia. È necessario che gli esperti del turismo si aggiornino, ma soprattutto aumentino con il passare del tempo, perché c'è necessità di addetti ai lavori, soprattutto tra le giovani generazioni, che abbiano desiderio di imparare a capire questo settore e “viva-cizzarlo”. Da qui in avanti, si sentirà sempre più parlare di ‘nomadi digitali’: questo stile di vita, che viene adottato da moltissime persone che hanno a che fare con il settore turistico, riguarda non solo i Travel Blogger, che sono stati i protagonisti principali di questo articolo, ma anche i Nomadi Digitali, i Travel Influencer, i Social Media Manager, gli scrittori freelance, i Proofreader, i web-designer, gli Esperti SEO, i Graphic Designer, gli editori in Print on Demand. La domanda di lavoro online non svanirà insieme alla pandemia da Covid-19; tutt'altro, è proprio a causa della pandemia che la società odierna ha captato quanto sia importante, ad esempio, lo smart working. Oggi che il mondo del lavoro cambia giorno dopo giorno, l'opportunità di guadagnare grazie ad Internet potrà diventare un'opzione concreta per parecchie persone, dopo che il lockdown ha “testato” l'efficacia di alcune soluzioni. I lavori da remoto possono fornire una flessibilità che la maggior parte delle occupazioni tradizionali non sperimenteranno mai. In questi casi è molto importante ‘osare’ per cercare di capire meglio a cosa si vada incontro e per offrire alle persone maggiori opportunità, senza restare con il beneficio del dubbio. I Travel Blogger, attraverso le loro esperienze di viaggio che condividono sui social, ci fanno capire quanto sia importante inseguire il proprio sogno, vivere facendo ciò che ci rende appagati, affinché nessuno di noi si ritrovi un giorno nella condizione descritta da Oscar Wilde: «Il mio grande errore, la colpa per la quale non posso perdonare me stesso, è che un giorno ho cessato la ricerca ostinata della mia individualità». Per questo è fondamentale guardare non solo al presente, ma soprattutto a ciò che il futuro ha in serbo per noi. Serve, però, il coraggio di cambia-

menti radicali, come affermato da uno dei nostri intervistati, nonché uno degli scrittori più noti del web: «Cambiare è la linea che divide la vita dalla sopravvivenza, e cambiare diventa non solo importante, ma anche fondamentale, soprattutto quando senti di star sprecando il tuo tempo» (Gianluca Gotto).