

# Turismo dell'esperienza

## Dai social network alle app, Trento RISE indaga le nuove frontiere della comunicazione

di **Valentina Saini**

**C**hi di noi, durante un viaggio, non è andato alla ricerca di quel ristorante dove gustare i sapori tipici del luogo? Quella trattoria frequentata dalle “persone del posto”, la cui presenza ci assicura che si possa mangiare davvero bene, e che non sia solo una “fregatura” per turisti? In effetti, il modo migliore per cogliere davvero l'essenza di una meta turistica, è basarsi sulle esperienze di chi ci vive. Perché le informazioni dei residenti sono una vera e propria miniera di conoscenza, che rappresenta un valore aggiunto tanto per i nuovi arrivati che per l'intera industria turistica.

D'altra parte non si decide la destinazione del viaggio solo per le strutture e i servizi turistici che questa offre: la scelta si basa anche sul complesso di sensazioni, aspettative ed emozioni che la meta è in grado di generare. Proprio per questo il turismo sta diventando social. Per i viaggiatori del nuovo millennio è sempre più importante raccontare, lasciare una traccia e condividere l'esperienza e le emozioni del luogo in cui si recano. Si tratta di un cambiamento culturale decisivo. Che deve trovare sponda anche nelle strategie di marketing degli stessi operatori turistici. Perché il turismo 3.0 non può più essere affrontato con i vecchi metodi di una volta. Questo è ancora più urgente in Trentino, territorio dove il turismo è un pilastro dell'economia, che pesa per oltre il 15% del Pil. Nel 2011, ad esempio, le presenze complessive sono state circa 30 milioni. Una tematica attuale, dunque, e di grande interesse. Lo ha dimostrato l'aula magna di giurisprudenza, gremita come non mai in occasione dell'evento TravelNext, che ha avuto luogo il 22 marzo nell'ambito degli ICT Days – Orizzonti 2015, la grande kermesse dell'innovazione organizzata da Trento RISE, FBK e Università degli Studi di Trento. Argomento dell'incontro sono state le nuove forme di comunicazione, i social network e il mobile: non più solo “strumento di supporto” all'attività turistica, ma autentico cardine attorno al quale il viaggiatore costruisce la propria esperienza, la condivide e la racconta ai prossimi visitatori. Twitter. Fa-

cebook. Instagram. Foursquare. E chi più ne ha più ne metta. Un evento aperto a tutti, ma rivolto soprattutto agli operatori di settore e ai viaggiatori. Dove imparare che il mondo è cambiato: che il settore deve trasformarsi da tourist-oriented a tourist-centered, ossia focalizzarsi sulle persone. I social media permettono una modalità di comunicazione pervasiva e continua, una sorta di dialogo costante fra utente e operatore che non può che migliorare l'esperienza offerta. Perché il turismo è come chi ne fruisce: materia viva. E l'accoglienza è fatta soprattutto da elementi immateriali, in costante mutamento, e che cambiano con le persone, i luoghi, i momenti, le situazioni, le esperienze. Favorire il dialogo tra utenti e operatori è la filosofia

dietro il progetto TrenTour, una piattaforma di servizi innovativi pensata per la comunità trentina del settore alberghiero e della ristorazione, ma anche per i turisti. Si tratta di un progetto di ricerca triennale realizzato da una cordata di sei aziende sotto la guida di Trento RISE; una piattaforma integrata per la gestione e valorizzazione dell'esperienza del viaggio, mediante l'aggregazione ed elaborazione di informazioni rilevanti per il turista. Il suo valore aggiunto però risiede nella creazione di uno strumento che permette anche di alimentare i ricordi del viaggio di ciascuno e di mettere in rete questi feedback per offrirli ai prossimi visitatori: una catena di emozioni che, si spera, non finisca mai. ■■■

