



Cologno Monzese, 22 luglio 2019

TURISMO HYPERLOCAL: TREND MOVERS RACCONTA I NUOVI VIAGGI ALLA RICERCA DELLO SPIRITO DEI LUOGHI.

È tempo di vacanze e per la quinta indagine dell'Osservatorio di Verti Assicurazioni e BVA DOXA, l'attenzione si sposta sul nuovo fenomeno che sta cambiando il modo di viaggiare delle persone.

Un importante strumento per conoscere il futuro che verrà, osservando i più interessanti trend di consumi dal mondo. Questo è Trend Movers, pensato da Verti Assicurazioni, la compagnia digitale Auto, Moto e Casa del Gruppo MAPFRE, in collaborazione con BVA DOXA, da sempre sinonimo di ricerche di mercato in Italia.

Con l'avvicinarsi delle tanto agognate vacanze estive che per molti italiani, come da tradizione, si concentreranno nel mese di agosto, la quinta indagine dell'Osservatorio non poteva non essere dedicata ai nuovi trend turistici. Tra i fenomeni che stanno cambiando il modo di viaggiare delle persone c'è oggi il Turismo Hyperlocal e, per comprendere meglio questa crescente tendenza, la parola chiave è senza dubbio Experience.

Tutto ciò che è locale, o addirittura *iper-locale*, ha infatti un potere attrattivo sempre più forte, soprattutto per chi cerca esperienze vere e autentiche, depurate di luoghi comuni e di stereotipi. Oggi, il bisogno comune di chi viaggia risiede nella ricerca di luoghi autentici e genuini, lontani dalle mete turistiche, che permettano una connessione con l'ambiente e gli spazi, con le persone e con i singoli dettagli ricchi di storia. E non più la fascinazione di location lontane, visitate e assimilate spesso sulla base di tratte turistiche ben definite che non permettono un'immersione completa nella cultura e nell'anima di un luogo. Il nuovo trend è la condivisione che fa entrare in relazione con un mondo nuovo che è da intendersi come un paesaggio culturale e uno stile di vita differente. Il valore riconosciuto è l'unicità, proprietà costitutiva dei luoghi ben conservati e curati, non alterati, con una loro anima, con caratteristiche distintive forti che si traducono in cibo, risorse, attività, esperienze "tipiche" e irripetibili che solo quel territorio può e sa esprimere. Tant'è che emerge una nuova figura, quella del *local coach*, ovvero un insider locale con le chiavi di accesso ai luoghi più segreti e inediti di un territorio. La nuova tendenza è un'evoluzione del concetto di turista inteso in modo classico: il viaggio viene vissuto attraverso la prospettiva di una persona che abita nel luogo da visitare che ancora non si conosce.

Ciò che si cerca sempre più e ciò che si desidera portare a casa è quindi un'esperienza umana, ancor prima che turistica. Un'esperienza che entrerà nella nostra memoria come ricordo significativo.



Viaggi sempre più esperienziali, ovviamente “instagrammabili”, all’insegna di una immersione intensa in tutto ciò che è vivere, sperimentare, conoscere, scoprire e fare incetta di *experience* diversificate e autentiche. Dalle destinazioni naturalistiche in cui sono state girate scene delle nostre serie TV preferite, al *sightjogging - sightseeing while running* - nelle grandi città in cui si corre per le strade godendosi un giro panoramico, è interessante che si cerchino anche viaggi hyperlocal trasformativi, empowering, emancipativi: si sceglie un posto in cui imparare qualcosa, sviluppare abilità e arricchire il nostro bagaglio culturale. Non solo e non più vedere posti nuovi, ma vivere e abitare i luoghi e poco importa che siano a pochi passi da casa.

Qualche dato: da un rapporto recentemente stilato da TripAdvisor sono tre le ricerche più cliccate – e con incrementi significativi – dagli italiani nel 2019: attività di famiglia, classi e workshop, esperienze di benessere e culturali.

Per famiglie (+ 204%)

Classi e workshop (+ 90%)

Esperienze di benessere (+ 69%)

Esperienze culturali e tematiche (+ 65%)

Attività all’aperto (+ 56%)

Sport acquatici (+ 47%)

Esperienze enogastronomiche (+ 47%)

Tour privati e personalizzati (+ 46%)

Biglietti e pass per visite guidate (+ 45%)

Crociere ed esperienze di vela (+ 44%)

Fonte: <https://xeniapro.com/esperienze-di-viaggio-tripadvisor-trend-del-2019/>

I NUOVI TREND

Nessuno può far comprendere il vero spirito di un luogo meglio di chi ci vive.

1) In vacanza ad Amsterdam? Sposa un abitante (per un giorno)

<https://www.lonelyplanet.com/news/2019/06/07/marry-an-amsterdammer-for-a-day>

L’iniziativa si chiama *Marry an Amsterdammer for a day* (parte di un’iniziativa non convenzionale più ampia, cioè *Untourist Movement* contro l’overturismo). Si tratta di un’esperienza piuttosto eccentrica: è un matrimonio totalmente *fake* senza alcun valore legale, ma funzionale e che porta con sé un altissimo valore simbolico. Permette di immergersi totalmente nella città facendosi guidare dallo sposo o dalla sposa che conosce i posti di Amsterdam che non sono frequentati dai turisti. Gli sposi sono dei moderni concierge che, conoscendo la zona meglio del consorte, sanno cosa consigliare ora per ora, proponendo e organizzando esperienze super personalizzate alla scoperta della storia, della cultura, dell’arte, del cibo, della vita notturna e delle curiosità offerte da Amsterdam.

E in Finlandia insegnano anche la felicità.

2) “Rent a finn” per imparare ad essere felici

<https://rentafinn.com/>

Secondo il World Happiness Report 2019 dell’Onu, la Finlandia risulta essere il Paese più felice del mondo per il secondo anno consecutivo. Per questo il Governo finlandese ha deciso di promuovere un progetto culturale in cui mette a disposizione alcuni suoi cittadini per insegnare a persone provenienti da tutta Europa i segreti della felicità.

Tra i segreti della felicità ci sono l’arte della lentezza e il ritorno ai basics, alle piccole cose e al recupero dei fondamentali della nostra esistenza, tra cui camminare nel mondo.

3) I Walkers

Pellegrini contemporanei che, con piede leggero, camminano per le strade del mondo. Una nuova forma di viaggio in bilico tra vacanze sostenibili, nuova coscienza turistica, la poesia dell’errare lento e interminabile a



misura di passo. Viandanti di inediti Grand Tour che, tra arte, storia e cultura. Si muovono alla scoperta di strade, vie, sentieri e percorsi esponendosi all'imprevisto, accettando l'inconveniente, costruendo il proprio significato in un personalissimo spazio-tempo da 'esploratori' di casualità straordinarie che si incontrano seguendo le proprie inclinazioni mentre si cammina.

4) Apiediperilmondo, il portale dei viaggi a piedi

<https://www.apiediperilmondo.com/>

Creato da due amanti dei viaggi a piedi e dedicato a quelli che sono considerati i "veri" viaggiatori, i nuovi nomadi esploratori del territorio. Perché mentre si cammina succede l'imprevisto...

"Amo il viaggio, la scoperta, la diversità. Non solo vedere bei panorami o assaggiare piatti squisiti, ma vivere un altro punto di vista, immergermi in un mondo diversamente normale." Deborah

"Ho scelto di prendere in mano il mio destino e fondare Apiediperilmondo.com per sviluppare le mie passioni... lavorando in giro per il mondo da nomade digitale." Vincenzo

5) Il Cammino dei Briganti

<https://camminobriganti.wordpress.com/>

È un percorso lungo 100 chilometri, suddivisi in tappe ben definite, da percorrere in circa 7 giorni a piedi o in mountain-bike, tra le meraviglie della natura e i borghi antichi di Abruzzo e Lazio

"Camminando ho imparato storie che i nostri libri di Storia non raccontano. Come la verità di ciò che successe con l'unificazione dell'Italia ... La Storia come la si legge sui libri è sempre quella scritta dai vincitori, si sa. Camminando si possono invece imparare le contro-verità, e qui, lungo il Cammino dei Briganti, di storie ce ne sono tante. Belle e brutte." Luca Gianotti, esperto di cammini

Precursori del "flight shame" (la vergogna del volo) - neologismo riferito al rifiuto di prendere l'aereo promosso dalla young activist Greta Thunberg, che sta ispirando migliaia di persone ad abbracciare una nuova filosofia della mobilità per tagliare le emissioni - i camminatori del terzo millennio hanno nel DNA lo #stayontheground, oggi sempre più sposato da influencer e star tv. Ma quanto si può andare lontano, senza volare?

6) Il giro del mondo in 80 giorni? È in treno

<http://www.aroundtheworldtours.com/demo/travel-by-train-around-the-world/>

È l'itinerario "Travel by Train around the world": 80 giorni, 14 paesi, 5 continenti: è ciò che prevede l'esclusivo giro del mondo in treno, la vera vacanza esperienziale memorabile, 38.000 chilometri ricordando Jules Verne. Assistiamo a una riscoperta del treno tra nostalgia e vocazione green. Il turismo ferroviario è un trend che nell'ultimo triennio in Italia ha coinvolto oltre 200mila viaggiatori con una crescita del 45%. In occasione del '2019-Anno del turismo slow' offre una nuova opportunità per chi sceglie un'esperienza di viaggio lenta e sostenibile, alla scoperta di scorci suggestivi e luoghi di storia e cultura.

Si può fare il giro del mondo anche con la ristorazione hyperlocal, andando "per cucine" qua e là e scoprendo il genius loci attraverso il cibo cucinato "solo in quel luogo dalle persone che li abitano, solo in quella stagione e come lo preparano per sé".

7) 'Andar per cucine' nelle case del mondo

https://www.eatwith.com/?affid=VZCOOKENINGSITE&utm_source=cooking&utm_medium=site&utm_campaign=20170322%20Cookening%20rejoint%20VizEat

Un portale che fa da connettore tra utenti che amano esperienze enogastronomiche e privati (chef compresi), semplici appassionati di cucina di 130 paesi nel mondo che si offrono di ospitare in casa propria un numero limitato di persone, in date specifiche, e di cucinare e condividere con loro un pasto. Chi cucina propone un menu, il prezzo per persona e specifica il numero di persone che può ospitare, mentre chi mangia può scegliere se inserirsi in un tavolo di sconosciuti o cercarne uno vuoto da riempire solo con i propri amici e compagni di viaggio. I prezzi sono di solito in linea con quelli di un buon ristorante, ma il valore aggiunto consiste nella possibilità di sperimentare la vita locale senza i filtri tipici del turista, stringendo rapporti diretti e ottenendo informazioni utili sulle attività e attrazioni più interessanti della zona.

Quando l'"alloggio", unico e inedito, diventa il viaggio stesso.



8) Vivere in un quadro di Monet

https://www.airbnb.it/rooms/13650594?source_impression_id=p3_1563342601_zXsbhGCqsSaeJINr

Ora è possibile affittare su Airbnb la casa di Monet a Giverny, la Casa blu, in cui ha vissuto per oltre 40 anni, e che gli diede l'ispirazione per le famose ninfee con il suo giardino di 1500 mq.

9) Dormire nei Kibbutz israeliani

<https://siviaggia.it/idee-di-viaggio/vacanza-low-cost-israele/224093/>

Non c'è esperienza più local di quella di un kibbutz israeliano, ideale per scoprire le bellezze nascoste del Paese e vivere in prima persona la tradizionale ospitalità di questo popolo.

10) Chalet Levissima. a 3000m

https://www.airbnb.it/rooms/27543672?source_impression_id=p3_1563342408_JoJ1QcipDrInGtgu

Vacanza eco ad alta quota: per pochissimi (costa quasi mille euro a notte) e comunque solo per due persone, essendo un'unica stanza, è uno chalet di montagna, romantico, di design, nel cuore della natura, con vetrate e vista incredibile. Se si decide di uscire, e non è detto, si possono fare escursioni, safari montani, arrampicate, oppure godersi yoga, pilates e terme. Questa la descrizione su Airbnb:

Posizionato a oltre 3000 metri sopra la cittadina di Bormio, tra le montagne che si affacciano sul Parco Nazionale dello Stelvio, lo Chalet Levissima 3000 è un'esperienza senza eguali, un luogo dove riprendere contatto con se stessi, rilassarsi e ritrovare la determinazione, ispirati dalla purezza della natura e dalla grandiosità della montagna.

VERTI ASSICURAZIONI fa parte di MAPFRE, gruppo assicurativo internazionale presente in tutto il mondo. MAPFRE è il principale riferimento assicurativo nel mercato spagnolo e la più grande multinazionale assicurativa spagnola del mondo. MAPFRE è anche la multinazionale assicurativa principale in America Latina e tra i primi cinque gruppi assicurativi Europei ramo non-Vita per raccolta premi. MAPFRE dispone di oltre 36.000 professionisti e si prende cura di più di 37 milioni di clienti in tutto il mondo.

Per maggiori informazioni:

Emanuela Fostera - ufficiostampa@verti.it

Elisa Cantarini - ufficiostampa@verti.it

Filippo Di Lella - filippo.dilella@connexia.com - tel. 02.8135541 - cel. 339.2619703

Elisa Conti - elisa.conti@connexia.com - cel. 345 0723394