



NUOVE ABITUDINI

# VAI DOVE TI P

111

L'espresso

Il Perito Moreno, in Patagonia. Sotto:  
le cascate di Tissisat in Etiopia.  
A sinistra: viaggiare col pc in mano



**I nuovi nomadi, prima di partire, viaggiano in Rete. E qui che cercano informazioni, consigli e "sconsigli" di altri viaggiatori. Gli unici di cui si fidano. Benvenuti nel turismo 2.0**

DI LUISA TALIENTO

Travel 2.0. La nuova frontiera del turismo è questa. La conferma arriva dal Rapporto "Il turismo 2.0 conquista il mondo", curato da Bitfab al primo Osservatorio permanente sull'immagine del settore turistico italiano all'estero, commissionato da Expoets. La ricerca ha evidenziato che negli ultimi due anni è aumentato il numero di siti social network turistici che permettono a persone da ogni parte del mondo d'incontrarsi virtualmente per avere consigli, scambiarsi pareri e scegliere così la propria destinazione di viaggio. Sono communi-

ty molto attive, che mettono on line diari, appunti, reportage, corredati da video, fotografie, cartine e mappe. Offrono sempre risposte esaurienti perché testate in prima persona, con tanto di "sconsigli" e cose da evitare che poche guide o cataloghi di viaggio oserebbero raccontare.

La tendenza ha smosso le acque nel mondo del turismo: la Bit, in programma a Milano dal 19 al 22 febbraio, si è messa a passo con i tempi sbarcando sul Web 2.0 con Bit Channel, canale di videosharing collegato a YouTube, che raccoglie prodotti ▶

# ORTA IL WEB



## Siamo turisti in community

- 1. Paesionline** (20 milioni di visitatori). Dalle offerte di viaggio anche last minute, al forum dei viaggiatori ([paesionline.it](http://paesionline.it)).
- 2. Viaggiscoop** (3.360.000 visitatori). Racconti, diari e foto. Offre anche pacchetti vacanze e opportunità ([viaggiscoop.it](http://viaggiscoop.it)).
- 3. Turistipercaso** (800 mila visitatori). Resoconti di viaggio e possibilità di prenotare hotel a costi low ([turistipercaso.it](http://turistipercaso.it)).
- 4. Materialidiviaggio** (345 mila visitatori). Suggestioni anche su paesi poco visitati, come Sudan e Mozambico ([materialidiviaggio.com](http://materialidiviaggio.com)).
- 5. 45parallelonord** (118 mila visitatori). Community creata da Francesco e Claudio, racconti e foto ([45parallelonord.com](http://45parallelonord.com)).
- 6. Inviaggionelmondo** (102 mila visitatori). Diari e foto di viaggio del creatore Maurizio, con esperienze condivise di altri utenti ([inviaggionelmondo.it/](http://inviaggionelmondo.it/)).
- 7. Golfsmaps** (36.500 visitatori). Primo socialnetwork italiano sul golf, per trovare campi e compagni di gioco ([golfsmaps.it](http://golfsmaps.it)).
- 8. Viaggiandonelmondo** (29 mila visitatori). Notizie itinerari e mappe per vacanze da Barcellona alla Malesia ([viaggiandonelmondo.com](http://viaggiandonelmondo.com)).
- 9. Appuntidiviaggio** (9 mila visitatori). Foto e racconti dal creatore del sito, esperto di viaggi subacquee ([appuntidiviaggi.net](http://appuntidiviaggi.net)).
- 10. Cisonostato e Pisteciclabili** (8 mila visitatori). Il primo propone diari e video ([cisonostato.it](http://cisonostato.it)); il secondo è specializzato su itinerari in bici con 10.922 chilometri di itinerari organizzati geograficamente ([piste-ciclabili.com](http://piste-ciclabili.com)).

turistici, news del settore e video-diari di viaggio. Come spiega Corrado Peraboni, ad di Expects, «il turismo 2.0 è uno strumento ineludibile per chi lavora in questo settore. O ci si integra o si rischia di essere scavalcati. Bit Channel è una piattaforma georeferenziale, che permette agli enti per la promozione di far "assaggiare" il territorio e agli utenti di raccontarlo e testimoniare». Tutti si stanno muovendo per sviluppare strategie 2.0, dai grandi tour operator stranieri, come la Tui e Thomas Cook, a Expedia e Eurostar. Evolution Travel, agenzia viaggi on line, ha da poco lanciato portali su Cuba e Cina, con promotori online, pacchetti, forum e newsletter. Questo interesse, che rispecchia l'andamento mondiale del settore, ha rappresentato nel 2007 il 30 per cento del volume di acquisti realizzati su Internet, con una crescita annua del 26 per cento. Tra le nazioni all'avanguardia Stati Uniti, Inghilterra e Germania. L'Italia è al sesto posto, ma conquista la vetta della classifica come meta più gettonata dai turisti 2.0: la destinazione più sognata, pianificata e commentata, con recensioni da tutto il mondo. «Purtroppo, però, l'Italia è la nazione che ha il gap maggiore tra quanto cercato e quanto trovato, tra cliccati e visitati», sostiene Corrado Peraboni: «Mancano vetrine nelle quali far incontrare promozione e community dei viaggiatori. La sfida sarà questa».

Lo sanno bene i 500 mila visitatori quotidiani di TripAdvisor, che leggono atten-



Il W Istanbul Hotel. A sinistra: veduta di Nosy Tanikely, vicino Nosy Be

tamente le recensioni prima di prenotare una stanza in qualsiasi parte del mondo. Il sito 43places.com contiene chatroom, guide interattive e suggerimenti, anche da parte di residenti. Flickr.com è nato come sito di foto sharing, dove caricare le immagini fatte in vacanza, ma è diventato una delle più potenti community grazie al sistema geo-tagging che consente rintracciabilità tra milioni di immagini archiviate. A queste star del Web si affiancano le comunità specializzate, per golfisti, escursionisti, ciclisti, sciatori, e siti ancor più di nicchia come Airlinesmeals.net, in cui si condividono le foto dei piatti serviti dalle compagnie aeree, fino ad arrivare a Flight-club.org, che aiuta a cercare il vicino di posto ideale per il prossimo volo aereo. La ricerca del viaggio perfetto, ormai, non è più un sogno. ■

**L'Italia è la meta più gettonata dai turisti: pianificata, commentata. Ma è anche il Paese con maggior gap tra ciò che si cerca on line e ciò che si trova**