



IL NOSTRO ESPERTO
UN GRANDE SOCIOLOGO
FIRMA MILLIONAIRE

*Francesco Morace, sociologo, presidente di Future Concept Lab e FCL do Brasil. Docente alla Domus Academy, alla Sole24Ore Business School e al Politecnico di Milano, lavora da oltre 30 anni nell'ambito della ricerca sociale e di mercato. Ha pubblicato il libro *Crescita felice*. È l'ideatore del Festival della crescita. Ogni mese, in questa pagina, presenta i trend su cui puntare. **INFO:** www.futureconceptlab.com

Nuovi mestieri: gli operatori del turismo devono trasformarsi in amplificatori di emozioni e cultura

Arriva la guida turistica "sensoriale"

Il nuovo turista ha un nuovo grande desiderio di valorizzare i momenti di viaggio, stimolando curiosità e passioni, moltiplicando i momenti di benessere e di piacere. Una esperienza di viaggio che oggi richiede operatori molto più vicini al mestiere del mediatore culturale, che non al semplice accompagnatore. Nel viaggio si vuole essere sempre più presenti a se stessi. Anche perché il racconto di se stessi passa sempre più spesso attraverso una chiave esplorativa, esplosa nei social network... Più in particolare emerge una intera generazione di 40enni e 50enni che possiamo definire *ProTasters*, per la quale i gusti sono tutto e la loro importanza non si discute, come ci racconta Emanuele Arielli nel suo recente libro *Farsi piacere*. Si è a caccia di esperienze vitali, nel tentativo di dare un nuovo senso e una nuova interpretazione ai luoghi che si vivono, partendo da una sensibilità estetica e "letteraria" alla ricerca di nuovi equilibri tra cultura e natura. In questa attività in cui si diventa vere e proprie "guide di territorio", contano la lettura del dettaglio, la capacità di racconto, l'empatia e il tocco umano. I nuovi operatori turistici devono quindi saper intercettare esperienze sensorialmente molto avanzate: dalla valorizzazione di paesaggi e atmosfere in cui l'elemento visivo, uditivo e tattile si incrociano creando effetti nuovi, fino alla centralità dell'esperienza corporea a 360 gradi, alla ricerca di una bellezza che è espressione di un'armonia tra paesaggio e prodotti locali e capacità di raccontarlo e trasferirlo. Non si tratta solo di cibo o ricette tradizionali del luogo (che non devono mancare). Nel viaggiatore avanzato, che non costituisce più una élite ma una presenza diffusa, la ricerca di cura parte da sé per poi esprimersi attraverso oggetti e luoghi unici: il viaggio esprime questa logica e le nuove forme di accoglienza devono produrre microcosmi di esperienza memorabili. Tutte le forme viventi del luogo, dalla flora alla fauna fino all'arte e cultura urbana, costituiscono orizzonti significativi, così come le stratificazioni di un saper fare specifico, le fonti mitiche del *genius loci*, le curiosità della cronaca.



IL CEO DI GROUPON LANCIA UN'APP PER CAMMINATE TURISTICHE A SAN FRANCISCO

Andrew Mason, il creatore di Groupon, vende audio-tour "location aware" connessi con il Gps, cioè in grado di rilevare la posizione e adattarsi in modo automatico, proponendo il brano giusto nel luogo giusto. Si tratta di audio tour per camminate turistiche in numerose location della Bay Area, e in particolare a San Francisco. Una volta scaricata l'applicazione gratuita, si può acquistare per pochi dollari ogni singolo *detour* o ci si può abbonare al servizio e avere tutti i tour, man mano che escono. Ogni narrazione dura circa un'ora, ma il tempo si può gestire a proprio piacimento e si può sincronizzare l'ascolto con altre persone. Si tratta di racconti radiofonici su storie nascoste, personaggi e luoghi particolari della città. Alcuni esempi: il percorso "The Tenderloin", quartiere storico e malfamato della città, o il percorso "Trash", alla scoperta di come *Frisco* stia cambiando la gestione dei propri rifiuti urbani. Ogni mese ci sono nuovi *detour*, tutti interpretati da giornalisti, artisti e autori radiofonici. **INFO:** www.detour.com

