

UETnews.

MENSILE DI FORMAZIONE E INNOVAZIONE TURISTICA

N. 31 - GENNAIO 2024



TURISMO E PACE

Un approfondimento sul 1°
National Tourism Summit
of Ukraine

INSTAGRAM ADVANCE

Algoritmo e interazioni

VIAGGI IN CAMPER

Un trend in continua crescita

UETnews.

EDITORE

UET Italia S.r.l.

DIRETTORE RESPONSABILE

Maurizio Arturo Boiocchi

DIRETTORE EDITORIALE

Marina Ambrosecchio

VICE DIRETTORE

Raffaello Luly

CAPOREDATTORE

Fabio Riva

HANNO COLLABORATO

A QUESTO NUMERO:

Fabio Carbone

Fabio Riva

Marina Ambrosecchio

Marta Fortunato

Matteo Prati

DIREZIONE, REDAZIONE

AMMINISTRAZIONE

UET News, Via Della Torre 18,
20127 Milano (MI)

UFFICIO COMMERCIALE

Matteo Prati

comunicazioneuetnews@uetitalia.it

PERIODICO MENSILE ON LINE

registrato con autorizzazione del
Tribunale di Milano al n° 8993/2020
del 09 settembre 2020

UETnews.

Questo Mese



13

TURISMO E PACE

Un approfondimento sul 1° National Tourism Summit of Ukraine



25

INSTAGRAM ADVANCE

Algoritmo e interazioni



41

VIAGGI IN CAMPER

Un trend in continua crescita

ARTICOLI

- 03 Le bellezze della Città Eterna
- 07 Monachesimo nelle Marche: itinerario tra abbazie e monasteri
- 13 Turismo e Pace: un approfondimento sul 1° National Tourism Summit of Ukraine
- 19 Viaggi a 4 zampe

RUBRICHE

- DIGITAL MARKETING
- 25 Instagram Advance: Algoritmo e interazioni
- TURISMO OUTGOING
- 32 New York: The city that never sleeps..
- TURISMO INCOMING
- 35 Firenze e il Rinascimento
- TURISMO ALTERNATIVO
- 41 Viaggi in camper: Un trend in continua crescita
- EVENT MANAGEMENT
- 45 Il pubblico, fulcro di ogni evento: Cosa è cambiato da ieri a oggi
- 49 LETTERE AL DIRETTORE

EDITORIALE

BIT FOR EVER!!



MARINA AMBROSECCHIO

PRESIDENTE
UET ITALIA

Manca poco all'appuntamento con l'edizione di Bit 2024, che si terrà presso Allianz MiCo dal 4 al 6 febbraio 2024, nel centro di Milano.

Questa edizione sarà densa di appuntamenti, proposte espositive e conferenze, per tre giorni di aggiornamento e dialogo sulle nuove tendenze del settore. Verrà messa a disposizione degli operatori internazionali una piattaforma per confrontarsi, aggiornarsi e fare rete all'interno della filiera, con la suddivisione in tre aree espositive, Leisure (Incoming e Outgoing), Mice Village e BeTech.

Una novità di questa edizione è costituita dalla partnership con Welcome Travel Group, network nazionale e leader della distribuzione organizzata, con 2500 agenzie di viaggio affiliate.

Al centro delle conferenze e dei seminari organizzati con il supporto di Business International, knowledge unit di Fiera Milano, saranno i temi costituiti dai macro-trend del comparto, la sostenibilità ambientale, ed ovviamente l'innovazione digitale. Si parlerà quindi anche del crescente ruolo di AI e Web 3.0 sia nell'experience del viaggiatore - dall'ispirazione alla prenotazione -, sia per lo sviluppo delle aziende, che oggi possono sfruttare i tool digitali e di profilazione dei dati per rimanere competitivi e offrire proposte sempre più customizzate e su misura.

Sono numerose le adesioni di regioni italiane, che hanno scelto la manifestazione milanese per promuovere i propri territori ai buyer presenti in manifestazione, intercettando così nuovi flussi nell'incoming. Tante anche le partecipazioni dall'estero con i grandi ritorni di Algeria, Cina, Giappone e Città di Tokyo, poi Barbados, Croazia, Cuba, Formentera, Nosy Be (Madagascar), Tunisia, Uruguay oltre a Estado do Ceara e Fortaleza (Brasile). In ambito Mice è confermata la presenza di Nh Milano Congress Centre del gruppo alberghiero Nh Hotel Group part of Minor Hotels, punto di riferimento internazionale per la sua visione avanguardistica nella creazione di travel-experience complete ed innovative.

Per l'hôtellerie inclusiva, si aggiunge A&O Hotels and Hostels Holding, con la sua proposta per tutta la famiglia. Tra i privati, spiccano poi le partecipazioni di Gattinoni, per i viaggi incentive, Gardaland, leader nel settore dei parchi giochi, Msc Crociere, Celebrity e Azamara (rappresentate da Cruiseline), Trenord, Ita Airways e Eva Airways tra i vettori, mentre tra le associazioni saranno presenti Astoi Confindustria Viaggi e Fto. La prossima edizione sarà inoltre un'opportunità per enti italiani ed internazionali, associazioni, professionisti e per tutti i viaggiatori più appassionati di esplorare, conoscere e condividere le tendenze più recenti. AVANTI TUTTA, è BIT!!



LE BELLEZZE DELLA CITTÀ ETERNA

DI MARINA AMBROSECCHIO

Roma, soprannominata città eterna, è la città d'arte per eccellenza, dove tradizione, storia e cultura si intrecciano per dar vita a monumenti, piazze e luoghi d'arte unici. Fondata nel 753 a.C. secondo la leggenda da Romolo, con il fratello Remo, e poi successivamente dominata dagli eroici Sette Re, la Roma dell'antichità era poco più di un villaggio rurale composta da capanne e costruzioni in legno, le cui tracce sono state ritrovate sul famoso colle Palatino.

La grande Roma comincia a prendere forma dopo la conquista della Grecia, che eserciterà sempre nel corso della storia, una fortissima influenza sulla cultura e sulla civiltà romana. Diventa così ben presto capitale dell'Impero dei Cesari, nonché dominatrice incontrastata del Mar Mediterraneo. Dopo l'incendio del '64 d.C., attribuito a Nerone, la città viene adeguatamente protetta con le possenti mura Aureliane.

Siamo di fronte alla Roma dei Fori e delle terme pubbliche, dei campidogli e degli anfiteatri, degli archi e degli obelischi che ancora oggi si possono ammirare nel loro splendore.

Con il III secolo d.C., Roma perde il suo ruolo centrale per la vastità e universalità del regno, fino a che Diocleziano separerà in due parti l'impero, attuando importanti modifiche economiche, politiche e burocratiche, riuscendo a garantire così un secolo di nuova prosperità.

Nel 313 d.C con l'Editto di Milano di Costantino la città pagana diventa cristiana, ma si avvierà verso una decadenza che culmina nel 476 d.C con la caduta dell'impero d'Occidente.

Durante il IV secolo Roma subisce invasioni di popoli barbari che la saccheggiano e distruggono gran parte dei monumenti. Inizia il potere temporale della Chiesa, che durerà fino all'Ottocento, ad esclusione del periodo di trasferimento del Papato ad Avignone. I pontefici rivestono il ruolo di protagonisti del Rinascimento, commissionando ad esempio le splendide realizzazioni di Michelangelo con la Cappella Sistina, il Bernini con il colonnato e la basilica di San Pietro, il Bramante o il Borromino.

Le lotte del Risorgimento porteranno al declino del potere temporale dei papi, ma Roma diventerà poi capitale dell'Italia Unita nel 1870.



Di fondamentale importanza nel corso della storia della nostra capitale vi è l'arte costantiniana, che si sviluppa nel IV secolo durante il dominio dell'imperatore Costantino, all'incirca dalla sconfitta di Massenzio alla morte dell'imperatore Costantino stesso. In questo periodo si possono osservare due differenti stili artistici, l'arte plebea e la rinascenza costantiniana. Da una parte si assiste all'affermazione dello stile plebeo dell'arte romana storica, come nel monumento ufficiale del Senato rappresentato dall'arco trionfale dedicato a Costantino.

Lo stile plebeo prevedeva un insieme di convenzioni istituite per semplificare la narrazione delle scene descritte. Tra queste vi erano le proporzioni gerarchiche, che evidenziavano con dimensioni maggiori i personaggi più importanti o le parti del corpo più rilevanti solitamente la testa, la semplificazione delle figure a alcuni tratti essenziali, la rappresentazione in contemporanea di scene avvenute in momenti diversi e l'accentuazione dell'espressività. Un ulteriore elemento del nuovo stile è la rigida frontalità dell'imperatore, raffigurata ad esempio nelle statue di culto che guardano direttamente negli occhi i fedeli, instaurando una sorta di dialogo personale con la divinità. Costantino viene quindi solitamente rappresentato come unica figura di fronte in mezzo a tante altre, come una sorta di divinità astratta.

La divinizzazione dell'imperatore stesso è infatti uno degli elementi più tipici dell'epoca costantiniana, ideologia che non appartiene alla tradizione cristiana, ma risale al ben più antico mondo orientale.

L'utilizzo degli stili dell'arte plebea nei monumenti ufficiali ha svolto un ruolo importante, ma di breve durata, rimanendo



per lo più legato ai rilievi presenti nell'Arco di Costantino e ad alcuni sarcofagi.

La volontà delle nuove classi giunte al potere di imitare l'arte delle classi precedentemente dominanti, sviluppò così un recupero degli stili aulici dell'arte augustea, detta "rinascenza classica costantiniana".

Questa corrente viene evidenziata in particolare nelle opere di piccole dimensioni, come le gemme e i cammei.

Nelle opere di maggiori dimensioni invece la corrente classicista risulta più aulica, ma priva di spontaneità.

Arco di Costantino

L'Arco di Costantino segna il limite fra il Foro Romano e la zona del Colosseo, fu eretto nel 315 d.C. in ricordo della vittoria di Costantino contro Massenzio. È il più grande dei tre archi trionfali di Roma con un'altezza di 25 metri. Venne costruito in un momento in cui Roma iniziava la sua decadenza a favore di Costantinopoli. Proprio a causa di questa situazione delicata, la ricchezza della città si era ridimensionata, l'attività edilizia era limitata, e lo stesso materiale utilizzato per la costruzione dell'arco era stato prelevato da altri monumenti, attraverso il riutilizzo di statue e decorazioni originariamente poste altrove.





MONACHESIMO NELLE MARCHE: ITINERARIO TRA ABBAZIE E MONASTERI

DI MARINA AMBROSECCHIO



Tra i molti primati che le Marche detengono, va annoverato anche quello di essere state tra le prime aree geografiche della penisola ad aver accolto il fenomeno del Monachesimo, un movimento spirituale nato in Oriente nel III sec. d.C., diffusosi in Occidente già nel VI sec. grazie alla carismatica personalità di S. Benedetto da Norcia: la sua Regola, infatti, prima vera costituzione scritta del Monachesimo, basata sulla dignità del lavoro e sulla santità della preghiera, rappresenta l'avvio di un nuovo modello di vita che avrà enorme diffusione in Europa e costituirà uno dei pilastri nel processo di formazione della civiltà occidentale.

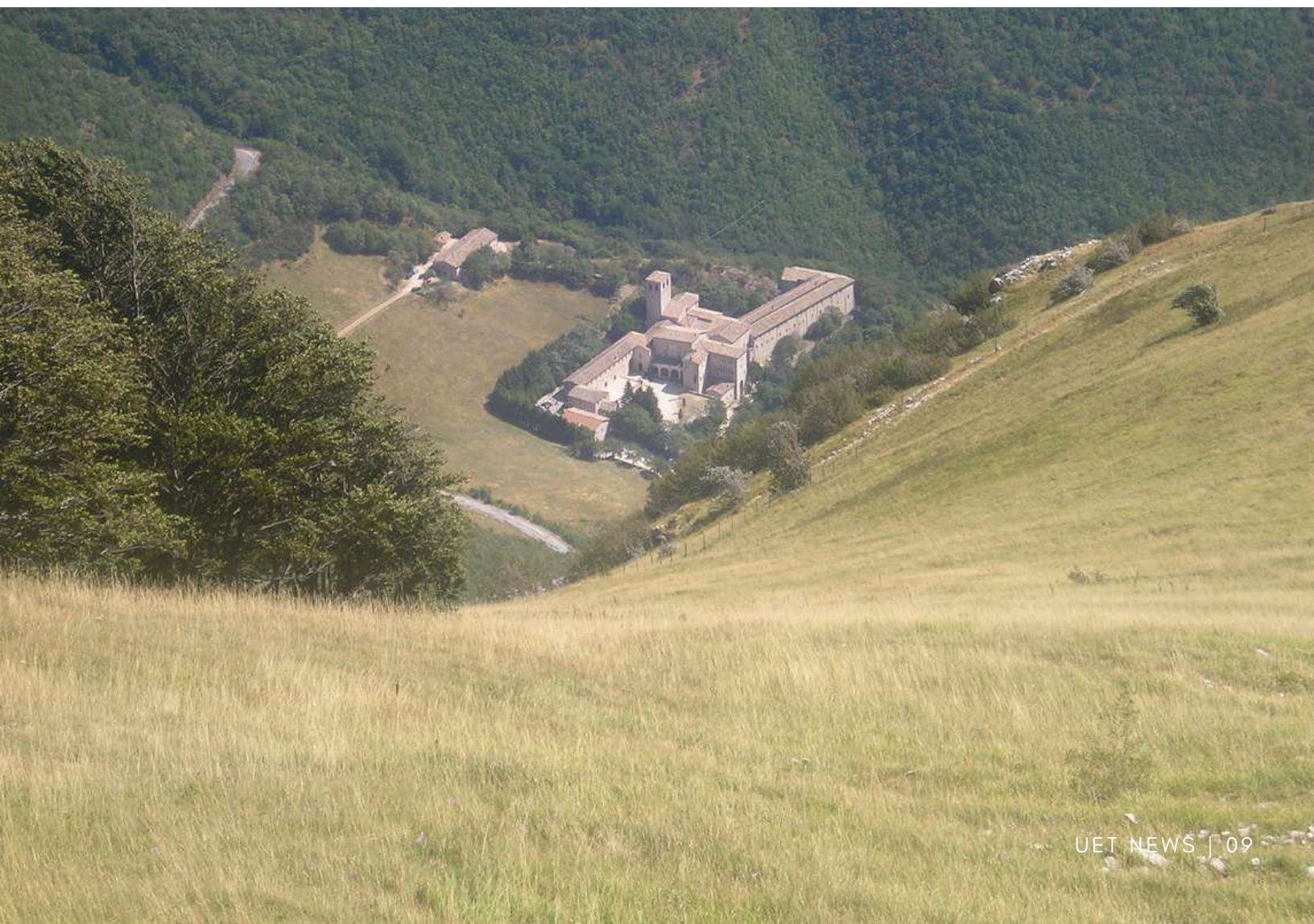
Agevolate dall'accessibilità dei percorsi vallivi, dal Foglia al Tronto, già fin dai secc. VII e VIII le Marche si popolarono di cenobi e monasteri, spesso a breve distanza l'uno dall'altro, lungo le vie percorse dai primi romei, i pellegrini che andavano a Roma. Una decisiva spinta alla propagazione del movimento viene impressa dall'edificazione di numerose abbazie che si pongono come veri e propri baluardi di fede e di religiosità, dando origine al tempo stesso a cellule aggregative ed economicamente organizzate, connotate da forti contenuti sociali e culturali all'interno del lento e complesso processo di formazione della società medioevale.

Forte di questa storica eccellenza, la Regione Marche ha avviato un progetto dal titolo Il Monachesimo nelle Marche. Viaggio alle radici della civiltà europea, volto a sottolineare la presenza di comuni elementi artistici, culturali e ambientali, che fanno capo al fenomeno del monachesimo benedettino.

L'eremo di Fonte Avellana e il Monte Catria

Risalendo la valle del Cesano e lasciate alle spalle le colline di Pergola e Sassoferrato, si giunge ai piedi del Monte Catria, il cui versante orientale racchiude una conca avvolta da ampie faggete intorno alle quali si aprono i pascoli e i campi che circondano lo splendido complesso dell'abbazia camaldolese di Santa Croce, ricordata da Dante nell'XXI Canto del Paradiso.

Al posto delle originarie celle (si trattava capanne) sparse attorno ad una cappella, sorsero a partire dall'XI secolo numerosi edifici in pietra tra cui il chiostro, la chiesa con cripta, la sala del Capitolo, lo splendido scriptorium, le celle dei monaci, la foresteria e la Biblioteca, nobili e austeri ambienti che si stringono attorno alla massiccia torre campanaria ed ospitano ancor oggi i monaci camaldolesi. Sotto la guida di San Pier Damiani, arrivato nel 1035, le diverse celle sparse vennero ricondotte sotto un'unica regole in grado di conciliare le aspirazioni alla vita eremitica con i vantaggi della vita conventuale, ma anche culturale. Alla fine del XV secolo con il Cardinale Giuliano Della Rovere, futuro Papa Giulio II, il complesso fu ampliato e ristrutturato, raddoppiando il numero delle celle dei monaci,



alzando di un piano la fabbrica e praticando finestre simmetriche lungo i muri di cortina. Oggi il complesso è composto da un ampio piazzale che dà accesso alla chiesa dalla pianta a croce latina coperta da volte a botte a sesto acuto, con presbiterio sopraelevato sulla cripta dell'XI secolo; si tratta della parte più antica del complesso architettonico, insieme al chiostro e allo scriptorium risalente al XIII secolo, un ambiente di rara armonia nei volumi, che si protende a sud, distaccandosi aereo dal corpo del monastero. Qui gli amanuensi, utilizzando la luce solare per tutta la giornata, grazie alla fitta e alta serie di ampie monofore che si aprono nella volta a botte

dell'edificio, ricopiavano gli antichi manoscritti arricchendoli di artistiche miniature.

Tra i pregevoli volumi ancora conservati spicca il Codice NN dell'XI secolo, primo breviario della comunità avellanita e prezioso documento dell'evoluzione delle notazioni musicali. La prestigiosa Biblioteca "Dante Alighieri", ricca di oltre 10.000 volumi, tra cui i preziosi codici miniati e antichi libri sacri, assieme alle numerose iniziative promosse dai monaci camaldolesi, mantiene ancora oggi una significativa funzione di faro spirituale. Dal 2007 anche il Giardino Botanico del monastero è aperto al pubblico.



L'abbazia di Santa Maria di Chiaravalle di Fiastra

L'abbazia Santa Maria di Chiaravalle di Fiastra costituisce uno dei monumenti più pregevoli e meglio conservati in Italia dell'architettura cistercense e rappresenta la più alta testimonianza della presenza dei Cistercensi nelle Marche, che vi arrivarono nel 1142 dal monastero di Chiaravalle di Milano. I monaci portarono con sé i libri liturgici e gli arnesi da lavoro. Per la costruzione dell'abbazia, iniziata l'anno del loro arrivo in terra marchigiana, furono seguite le indicazioni di San Bernardo e si ricorse ad architetti - monaci francesi che si avvalsero di stilemi tipici dell'architettura cistercense.

L'interno della chiesa è a tre navate, di cui la centrale è altissima, e a volte ogivali, con caratteristici pilastri cruciformi coronati da capitelli romani, scolpiti dai monaci stessi con materiali provenienti dai ruderi della vicina Urbs Salvia, città romana che fu distrutta da Alarico tra il 408 e il 410.

Oltre a costruire la chiesa, i monaci si dedicarono alla bonifica di tutta la zona, caratterizzata soprattutto da boschi ed estese paludi.

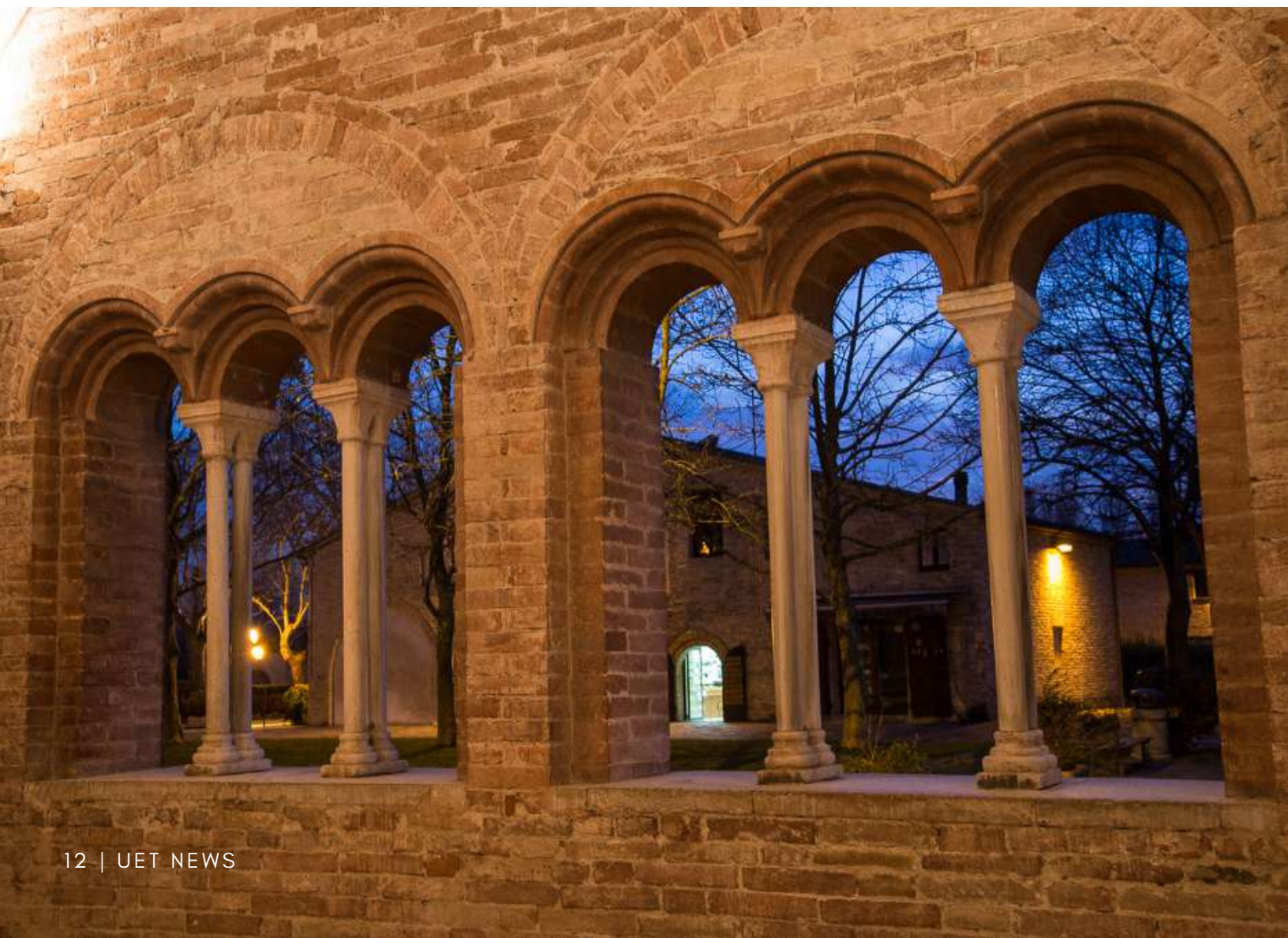
Tra gli affreschi che si conservano nell'abbazia, notevoli sono quelli della seconda cappella a destra, dedicata a San Benedetto. Sono stati datati al secolo XV e attribuiti alla scuola camerinese.

A lato dell'edificio sorge il monastero che racchiude il grande chiostro in laterizio con bassi pilastri, archi ribassati e copertura a capriate.



Dell'antico monastero, abbandonato dai Cistercensi nel 1422, in seguito ad un saccheggio e successivamente affidato a cardinali commendatari, ai Gesuiti e infine passato in proprietà alla famiglia Giustiniani- Bandini di Camerino, si conservano la Sala del Capitolo, il refettorio e il dormitorio dei conversi, la sala delle oliere e altri locali. L'abbazia, per più di trecento anni, fu economicamente florida; il suo territorio, suddiviso in sei grance (aziende agricole), favorì lo

sviluppo non solo economico ma anche sociale e religioso. Giunse a controllare trentatré chiese e monasteri. Oggi l'abbazia è inclusa nella Riserva naturale omonima che abbraccia un territorio di 1.800 ettari tra i comuni di Urbisaglia e Tolentino, ad una decina di chilometri da Macerata. Un territorio ricco di campi coltivati, di vegetazione e di fauna protetta, con due corsi d'acqua e un lago, ove è possibile trascorrere tranquille giornate a contatto con la natura.





TURISMO E PACE:
**UN APPROFONDIMENTO SUL I NATIONAL
TOURISM SUMMIT OF UKRAINE**

DI FABIO CARBONE

Essere presente al "I National Tourism Summit of Ukraine" è stata un'esperienza straordinaria e significativa, un viaggio attraverso la complessità della storia e della cultura di un paese attualmente coinvolto in un conflitto. Questo summit, organizzato dall'Agenzia di Stato per il turismo Ucraina, rappresenta un faro di speranza nel contesto di una nazione che cerca soluzioni e prospettive di crescita anche in mezzo alle avversità. Come sottolineato dal Vice Ministro dell'Infrastruttura Serhiy Derkach: "oggi non possiamo mettere in pausa lo sviluppo del turismo, poiché questo settore è cruciale anche durante i tempi di guerra".

La mia partecipazione al summit come relatore sulla "Commemoration and Memorialization: Tourist Routes of Contemporary History" è stata un'opportunità per approfondire le connessioni tra turismo, memoria e costruzione della pace.

La scelta di questa tematica specifica nell'ambito del summit ucraino è stata motivata da una profonda convinzione nella trasformazione dell'esperienza di guerra in un catalizzatore per la riflessione sulla necessità di abbracciare metodi non violenti per la risoluzione dei conflitti. La commemorazione e la memorializzazione attraverso itinerari turistici possono diventare una sorta di didattica en plein air, un modo per insegnare la storia recente e far emergere le lezioni di tolleranza, comprensione e riconciliazione. Il mio contributo è stato dunque introdotto dalle parole di Mariana Oleskiv, *Chairperson at the State Agency for Tourism Development of Ukraine*: "Poiché uno dei principali focus della nostra Agenzia ruota attorno alle rotte di commemorazione e memorializzazione, era cruciale avvalersi dell'esperienza del Prof. Fabio Carbone su questa questione, considerando la sensibilità ed esperienza sul tema".



Fabio CARBONE

14 | UET NEWS

Ph.D, Senior Lecturer and
Researcher at the University



The human factor is crucial in terms of memorialization, and this is something to keep in mind. Tourism can serve as a tool to convey to all travelers the truth about the bravery of your soldiers and ordinary Ukrainians, as well as the crimes committed by Russians on your land





In tal senso, non ho potuto che sottolineare l'importanza del "fattore umano" – alla base del mio lavoro - nella memorializzazione e uso de turismo come veicolo di educazione alla pace, affermando: *"Il turismo può servire come strumento per comunicare a tutti i viaggiatori l'esperienza e i punti di vista degli essere umani coinvolti, le diverse motivazioni e quindi risultare un laboratorio per studiare forme alternative di risoluzione dei conflitti."*

Il turismo, quando inteso come un mezzo per promuovere la cultura di pace, può giocare un ruolo cruciale nella costruzione di ponti tra le comunità divise. La gestione responsabile dei siti memoriali e delle testimonianze storiche è fondamentale per evitare la banalizzazione del dolore e garantire un approccio rispettoso e costruttivo. La creazione di itinerari turistici che incoraggiano la riflessione

critica e il dialogo aperto può contribuire a una comprensione più profonda delle radici dei conflitti e delle possibilità di riconciliazione.

Il Turismo come Strumento Educativo

La mia linea di ricerca si focalizza sulla promozione di una cultura di pace e comprensione globale attraverso il turismo e la gestione dei beni culturali. Il turismo, quando gestito con attenzione e responsabilità, può diventare un veicolo potente per l'educazione alla pace. L'idea di "Tourist Routes of Contemporary History" sottolinea l'importanza di utilizzare il turismo come strumento educativo per trasmettere storie di sopravvivenza, resilienza e solidarietà, educando simultaneamente al conflict transformation, cioè un approccio non violento alla risoluzione di conflitti (effettivi o latenti).



Attraverso la progettazione di itinerari che mettono in luce gli eventi storici significativi, si può incoraggiare la comprensione e la collaborazione tra le comunità coinvolte nei conflitti. Il turismo può diventare un ponte tra le culture, un mezzo per superare le divisioni e promuovere la riconciliazione. In tale paradigma, la comunità locale (host community) diventa uno scrigno di memorie ed esperienze su cui riflettere; il viaggiatore diventa un "ambasciatore di pace" portando con sé non solo una borsa da viaggio, ma anche una consapevolezza più profonda delle sfide e delle opportunità per la costruzione della pace.

Ovviamente la creazione di un nuovo paradigma è sempre un processo di lungo termine. Tuttavia a mia presenza al summit in un paese attualmente

coinvolto in un conflitto segna un importante traguardo dal punto di vista dell'impatto del lavoro di ricerca e sul campo svolto da me e dai miei colleghi. In un contesto così complesso, dove la realtà quotidiana è permeata da sfide e tensioni, il turismo può rappresentare un faro di speranza.

Educazione alla Pace attraverso il Turismo

Partecipare a un incontro in un paese in guerra mi ha offerto l'opportunità di vedere in prima persona come il turismo possa agire come catalizzatore per il cambiamento sociale. Non si tratta solo di visitare luoghi storici, ma di comprendere le storie, le cicatrici e le speranze delle persone che li abitano. Questo approccio empatico al turismo può favorire una connessione umana più profonda e contribuire alla trasformazione dei conflitti.



Il turismo come veicolo di educazione alla pace non riguarda solo la comprensione delle vicende storiche, ma anche la promozione di valori fondamentali come la tolleranza, il rispetto e la cooperazione. Attraverso esperienze dirette, i viaggiatori possono apprezzare la diversità culturale, sfidare stereotipi e contribuire a un senso globale di appartenenza.

La progettazione di programmi educativi legati al turismo può coinvolgere le nuove generazioni, fornendo loro strumenti per affrontare le sfide globali con una mentalità aperta e inclusiva. L'obiettivo è creare cittadini del mondo consapevoli della loro responsabilità nella costruzione di un futuro pacifico.

Il persistere di numerosi conflitti nel mondo, spesso inosservati o insufficientemente ostacolati dalla comunità internazionale, può essere infatti attribuito a una serie di fattori complessi, tra cui la diffusa disinformazione, la mancanza di competenze interculturali e la tendenza dei governi a presentare culture "altre" come nemiche. Tale fenomeno è particolarmente evidente nel caso del genocidio del popolo palestinese perpetrato da Israele, un oscuro capitolo nella storia dell'umanità, al quale la comunità internazionale sembra rispondere con un disinteresse che, in ultima analisi, si traduce in complicità. Sono sicuro che l'educazione alla pace, la creazione di competenze interculturali e una rinnovata sensibilità negli individui possa passare anche attraverso il contributo dell'attività turistica.

Naturalmente, il turismo come strumento di pace presenta anche sfide. È fondamentale affrontare questioni legate alla sostenibilità,

alla preservazione culturale e alla gestione equa delle risorse. Inoltre, la commercializzazione e la superficialità del turismo di massa possono minare gli sforzi volti a promuovere una comprensione più profonda e rispettosa tra le culture.

Tuttavia, le opportunità sono immense. Collaborazioni internazionali, scambi culturali e progetti di sviluppo sostenibile possono contribuire a creare un turismo responsabile, consapevole del suo impatto sociale e ambientale. Inoltre, il turismo può favorire l'economia locale, creando opportunità di lavoro e promuovendo lo sviluppo sostenibile.

Conclusioni

Il *I National Tourism Summit of Ukraine* è stato un catalizzatore per una riflessione approfondita sulla connessione tra turismo, memoria e pace. La scelta di affrontare la tematica delle rotte turistiche della storia contemporanea in un paese in guerra è stata audace e significativa.

Dimostra che, nonostante le sfide, il turismo può agire come un agente di trasformazione sociale positiva.

Partecipare a questo summit ha rafforzato la mia convinzione sulla necessità di promuovere una cultura di pace attraverso il turismo, attraverso una stretta alleanza strategica col settore della gestione dei beni culturali e l'educazione. Il potenziale educativo e trasformativo del turismo è enorme: il settore turistico in generale, dunque, e l'università in particolare, deve impegnarsi come non mai - anche visto il momento storico di grandi e spesso drammatici cambiamenti sociali e geopolitici in cui ci troviamo - a sviluppare approcci responsabili e sostenibili per massimizzare i benefici. Il viaggio continua, e spero che sempre più individui e organizzazioni abbraccino l'idea che il turismo possa essere un catalizzatore per una comprensione globale più profonda e, infine, per la costruzione di un mondo più pacifico e inclusivo.





VIAGGI A 4 ZAMPE

DI FABIO RIVA



Al giorno d'oggi il cane, come qualsiasi altro animale domestico, è diventato parte integrante della famiglia, un membro a tutti gli effetti, con doveri e diritti al pari di qualsiasi altro componente. O almeno, così dovrebbe essere... se ancora ci sono proprietari di cani che li considerano come peluche, da tenere legati e abbandonare alla prima difficoltà e occasione, ci sono molti altri che invece non si separano mai dal proprio amico a 4 zampe, neanche quando vanno in vacanza. Anzi, per molti non sarebbe neanche vacanza se non ci fosse il loro animale. Ed ecco che quindi diventa sempre più crescente in ambito turistico l'attenzione verso queste persone e famiglie che necessitano di "cure speciali" per il proprio cane durante le vacanze.

Sono ormai moltissime le strutture ricettive che accettano i cani e sempre di più le strutture come villaggi turistici e campeggi, agriturismi ecc, che non solo accettano gli animali, ma si attrezzano con veri e propri servizi dedicati, come un kit di benvenuto composto da ciotola per l'acqua e croccantini, lettini per cani e servizi di pet sitting o educatore cinofilo dedicato.

Prima di intraprendere un viaggio con il nostro cane però, è bene conoscere alcune normative e indicazioni per affrontare il viaggio e la vacanza intera in modo sereno e tranquillo.

Vediamo allora alcune di queste indicazioni:





VIAGGIARE IN AUTO

Secondo l'articolo 169 del Codice della strada per trasportare in auto più di un animale domestico è necessario munirsi di una rete o griglia divisoria da porre all'interno dell'abitacolo. A prescindere comunque dal numero di cani trasportati, l'importante è che questi non devono in alcun modo costituire un pericolo o un impedimento per il conducente e devono trovare sistemazione sul sedile posteriore del mezzo con utilizzo di un trasportino o di una cintura di sicurezza che può essere agganciata ad una pettorina (e mai ad un collare!). Uno strumento che può essere davvero utile è il kennel, un trasportino di dimensioni un po' più grandi e in metallo che può essere posto nel baule e che garantisce al nostro amico 4 zampe non

solo di stare tranquillo, ma anche una maggiore sicurezza in caso di incidente o tamponamento. È bene inoltre che il cane sia abituato sin da cucciola a salire in auto e ad affrontare qualche viaggio un po' più corto, in modo che non sia a disagio per viaggi più lunghi, dove è comunque necessario effettuare diverse soste al fine di farlo muovere un po' e fargli fare i bisogni.

VIAGGIARE IN TRENO

In Italia è possibile trasportare gratuitamente animali domestici di piccola taglia nella prima e nella seconda classe di qualsiasi categoria di treni. Naturalmente, è necessario che il nostro amico Fido sia custodito in un apposito trasportino o kennel, che non deve avere dimensioni



superiori a 70x30x50 e deve essere realizzato in maniera tale da evitare di arrecare danni sia ai viaggiatori che al mezzo con cui si viaggia. È bene ricordare che il singolo viaggiatore può trasportare un solo trasportino. Anche i cani più grandi possono viaggiare con te sul treno. Ogni passeggero può infatti trasportare un cane di qualsiasi taglia, purché sia tenuto al guinzaglio e sia munito di museruola, acquistando un biglietto alla metà del prezzo previsto per un biglietto di seconda classe/standard per la tratta desiderata. Bisogna ricordarsi di portare sempre con sé il certificato di iscrizione all'anagrafe canina e il libretto sanitario onde evitare spiacevoli multe.

VIAGGIARE IN NAVE

È possibile fare un viaggio in nave anche con i nostri amici a 4 zampe, anche se ogni compagnia può avere diversi regolamenti, ed è quindi sempre buona norma verificare sul sito della compagnia.

In alcuni casi viene infatti richiesta la vaccinazione antirabbica e il certificato di buona salute per il cane, rilasciato dal veterinario autorizzato; altre consentono ai cani di piccola taglia di viaggiare liberamente e per quelli di taglia grande prevedono l'obbligo del guinzaglio, mentre altre compagnie ancora permettono di trasportare qualsiasi cane, a prescindere dalla taglia.

Per quel che riguarda i cani guida per non-vedenti, invece, vale lo stesso regolamento previsto per i treni: possono viaggiare gratuitamente in tutte le navi. È possibile portare cani sui traghetti, mentre solitamente non è invece possibile viaggiare con il proprio cane sulle navi da crociera, se non in casi straordinari e con cani di taglia molto piccola. Per ulteriori informazioni si può consultare la normativa del Ministero della Salute del 27 agosto del 2004, che regola il trasporto degli animali sui traghetti. Alcuni traghetti e compagnie italiane ed europee, molto spesso, offrono dei servizi specializzati per gli animali domestici.



VIAGGIARE IN AEREO

Anche se non è certo il modo di viaggiare migliore per il nostro cane, solitamente le compagnie aeree consentono l'accesso in cabina ai cani di piccola taglia, il cui peso non sia superiore ai 10 chili. Devono sempre essere trasportati negli appositi trasportini, e non potranno essere fatti uscire se non su espressa autorizzazione del comandante.

Se il nostro amico a quattro zampe è di grande o media taglia, invece, dovrà per forza stare in stiva dell'aereo, in apposite gabbie. Questa ultima soluzione non è certamente un'esperienza piacevole per il cane, che può invece provocare traumi e paure. È quindi meglio evitarlo se possibile o almeno farlo per tratti di volo brevi. Alcuni tipi di aereo hanno una stiva pressurizzata che mantiene le stesse condizioni della cabina viaggio. Ciò comporta la prenotazione anticipata, poiché ci sono spazi limitati e il pagamento di una tariffa extra alla compagnia aerea. I passeggeri con animali di servizio, come i non vedenti che hanno bisogno di un cane di accompagnamento per camminare e trovare i loro posti, sono solitamente benvenute su qualsiasi compagnia aerea, grazie al loro ruolo di enorme importanza.

ASSICURAZIONE PER IL CANE

Quando si possiede un cane, indipendentemente dal viaggiare o meno, è sempre buona norma stipulare una polizza assicurativa che vada a coprire la responsabilità civile, nel caso in cui il cane provochi danni a cose o persone. Secondo l'art. 2052 del codice civile, infatti, «il proprietario di un animale è responsabile dei danni cagionati dall'animale stesso, sia che si trovi sotto la sua custodia sia che venga smarrito o fugga, salvo che provi il caso fortuito».

L'ordinanza del Ministro Martini del 3 marzo 2009, inoltre, dispone che «il proprietario di un cane e' sempre responsabile del benessere, del controllo e della conduzione dell'animale e risponde, sia civilmente che penalmente, dei danni o lesioni a persone, animali e cose provocati dall'animale stesso. Ci sono diverse compagnie assicurative che propongono polizze specifiche per i nostri amici a 4 zampe e che includono, oltre alla responsabilità civile per danni a terzi, anche la tutela legale in caso di controversie, le spese veterinarie per intervento chirurgico e non, assistenza in caso di smarrimento del cane o assistenza telefonica per trovare il veterinario più vicino (in caso di vacanza).

VIAGGIARE ALL'ESTERO

Quando si decide di partire per l'Estero, è molto importante, ancor più di quando ci si sposta nel nostro Paese, programmare la vacanza con molto anticipo. Bisogna infatti tenere presente alcuni obblighi di legge che è necessario svolgere prima della partenza. Ogni stato può infatti richiedere diverse vaccinazioni o adempimenti.

Per conoscere gli obblighi sanitari da rispettare, può essere utile rivolgersi al Consolato delle Nazioni dove si vuole soggiornare.

Esempio in Canada e negli Stati Uniti è d'obbligo possedere il "Certificato internazionale di origine e sanità" del cane, che può essere rilasciato dalle ASL di competenza oppure da un veterinario ufficialmente a ciò preposto. Il certificato ha una validità di 30 giorni, ma posso verificarsi delle eccezioni: in Brasile, ad esempio, è valevole per soli 5 giorni.

Gli spostamenti all'interno dell'Unione Europea, sono invece stati semplificati. La Commissione europea, ha infatti previsto un passaporto che certifichi che l'animale gode di ottima salute, che sia stato vaccinato contro la rabbia e che sia stato sottoposto a determinati trattamenti antiparassitari obbligatori per l'ingrasso in alcuni Paesi europei. A questa regolamentazione, fanno eccezione quattro Stati (Irlanda, Svezia, Gran Bretagna e Malta), dove sono in vigore leggi più rigorose.





INSTAGRAM ADVANCE: ALGORITMO E INTERAZIONI

DI FABIO RIVA - RIVADIGITALSTUDIO.IT

In questo articolo cercheremo di capire meglio il funzionamento dell'algoritmo di Instagram e come la creazione dei contenuti sulla piattaforma deve tenere conto di diversi fattori molto importanti. Andremo inoltre a vedere quali sono le tipologie di interazioni e quali sono le più importanti da analizzare.

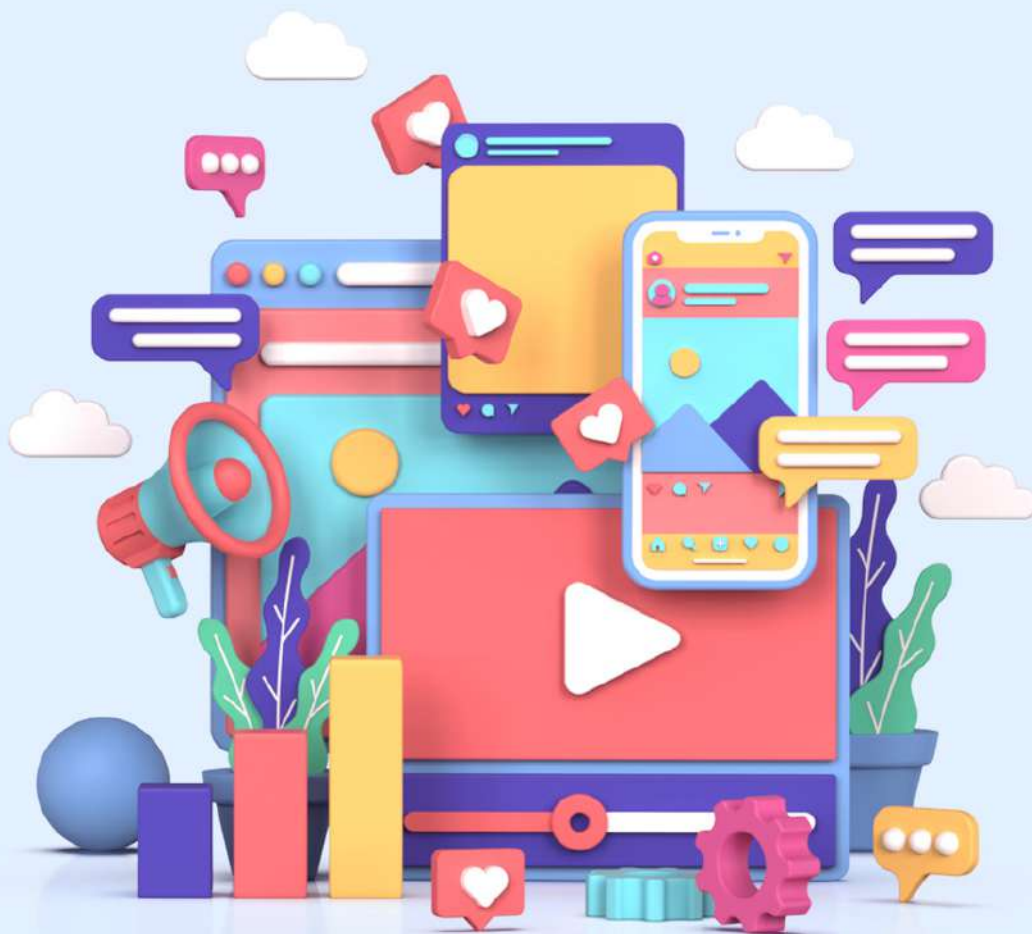
Nella creazione dei contenuti per Instagram, è fondamentale partire da un presupposto molto importante, l'obiettivo prioritario della piattaforma stessa. E per capire meglio questo obiettivo è necessario renderci conto che da quando è nato Instagram, così come per Facebook ed altre piattaforme social, nonostante non richiedesse al momento dell'iscrizione nessuna forma di pagamento, è sempre stata richiesta una registrazione dove andavamo ad inserire i nostri dati, quali nome e cognome, data di nascita ed altri dati legati alla residenza, ai nostri hobby, ecc.

Quando ci siamo iscritti ad Instagram quindi, anche se in apparenza lo abbiamo fatto in modo gratuito, abbiamo in realtà ceduto dei nostri dati, che sono stati mano a mano ampliati dalla piattaforma stessa grazie alle nostre azioni. Pensate ai like che lasciamo ai vari post, ai nostri commenti, ai nostri salvataggi.

Instagram è riuscita grazie ai suoi algoritmi molto complessi a creare un profilo completo della nostra "identità", a quali sono le nostre passioni, a cosa ci piace fare, al nostro lavoro, se andiamo spesso in vacanza, quali prodotti utilizziamo più spesso e così via. E a cosa possono servire tutti questi dati, o meglio a chi?

La risposta è molto semplice... alle aziende! A tutte quelle realtà commerciali che cercano su Instagram o su altre piattaforme nuovi clienti a cui vendere i propri prodotti e servizi. E per poter fare questo pagano Instagram nella creazione di





inserzioni pubblicitarie, con lo scopo di raggiungere più persone possibili in target e che possano essere interessati dai loro prodotti o servizi.

In sintesi quindi è fondamentale capire che Instagram vive attraverso i guadagni delle pubblicità, vendendo agli inserzionisti i nostri dati, in modo che essi possano creare campagne efficaci, mostrando determinate inserzioni a chi potenzialmente è interessato.

Instagram quindi, se da un lato ha interesse a creare campagne performanti, in modo che gli inserzionisti siano soddisfatti e continuino ad investire, dall'altro lato ha tutto l'interesse che le persone passino più tempo possibile sulla piattaforma, perchè in questo modo sono più soggetti a pubblicità da parte degli inserzionisti.

Da qua possiamo quindi dedurre che **l'obiettivo principale di Instagram è quello di far stare le persone più tempo possibile sulla piattaforma**, e l'unico modo per farlo è mostrare alle persone contenuti di loro interesse.

Se creiamo quindi contenuti che fanno stare le persone più tempo su Instagram, la piattaforma sarà contenta e ci premierà dando più visibilità ai nostri contenuti. Se al contrario i nostri contenuti non piacciono alle persone, la piattaforma ci penalizzerà e sempre meno persone li vedranno.

Come fa Instagram a capire quali contenuti sono piaciuti alle persone? Attraverso il tempo di permanenza su un post e le interazioni (visibili e invisibili).



Appena pubblichiamo un contenuto, Instagram lo mostra ad una cerchia ristretta di persone (la community più fedele) ed analizza la reazione di queste persone nei primi minuti dalla pubblicazione. Se la reazione è positiva (le persone interagiscono con il post), si passa ad una seconda fase di test, nel quale mostra il contenuto ad un pubblico più ampio e così via. Se invece la reazione è negativa (le persone non interagiscono, mostrando così poco interesse per il post), il post viene penalizzato e non viene mostrato ad altre persone.

Per quanto riguarda invece le stories, l'algoritmo è totalmente separato da quello dei post. Anche nelle stories vanno sempre valutate le reazioni della community (visibili ed invisibili).

Le reazioni visibili sono ad esempio i like e i commenti, mentre quelle invisibili sono ad esempio il tempo di permanenza su una storia e se la persona ha proseguito nella visualizzazione della storia successiva o se è uscita, mostrando quindi scarso interesse. Un consiglio per quanto riguarda la pubblicazione delle stories è quello di spalmarele il più possibile nelle 24h.

Andiamo ora a vedere quali sono le principali interazioni della piattaforma e come leggerle al meglio.

LIKE > I like fanno capire quali argomenti sono interessanti per la nostra community. Se la nostra community non mette like ai nostri post, significa che le persone non ricevono nulla dal punto di vista emozionale o di utilità. Una buona prassi, che non deve però diventare un'esagerazione, è quella di

chiedere di mettere like se il post è piaciuto (ad esempio nei caroselli).

Quando si ottengono molti like su un post, il post può essere messo nella sezione hashtag o esplora, andando così a raggiungere ancora più persone. Il like viene considerato però una “vanity metric”, quindi è importante in una strategia non andare a ricercare solo i like, in quanto ci sono metriche molto più utili ed importanti.

COMMENTI > I commenti sono l’interazione in assoluto più difficile da avere. Indicano un buon coinvolgimento della community con i nostri contenuti.

Quando riceviamo commenti nei post è molto importante rispondere al più presto, cercando di portare avanti la conversazione e non troncare il messaggio.

SALVATAGGI > I salvataggi sono una metrica che Instagram tiene in molta considerazione, in quanto indicano che il contenuto che abbiamo pubblicato è ritenuto utile. La persona che salva il nostro post, può infatti andare in ogni momento a rivederlo in una sezione specifica del suo profilo, dove appaiono tutti i post che ha salvato. È importante andare quindi ad analizzare i post che hanno ottenuto più salvataggi, perchè ci indicano una tipologia di contenuto che può far crescere la nostra pagina.

Tipici contenuti che possono indurre le persone a salvare il post sono elenchi, tutorial e classifiche.

CONDIVISIONI > Attraverso le condivisioni abbiamo la possibilità di raggiungere in modo organico persone nuove senza dipendere dall’algoritmo di Instagram.





Le persone solitamente condividono contenuti che reputano molto vicini a loro. Anche qui può essere una buona prassi inserire una call to action per invitare le persone a condividere il contenuto. Le condivisioni sono quindi una metrica molto importante, in quanto è uno dei modi organici che ci permettono di crescere maggiormente e di ottenere nuovi follower.

Una strategia che può essere utilizzata per incrementare le condivisioni e quindi i follower molto in fretta è quella di creare dei freebie.

Ma di cosa si tratta?

I freebie sono dei contenuti di valore (ad esempio delle guide PDF) che vengono forniti in modo gratuito in cambio di una condivisione di un post. Solitamente viene chiesto di condividere un post o una storia tra le proprie stories e mantenerla per 24h. Successivamente il freebie verrà inviato via chat alle persone che hanno ottemperato alla richiesta. Questa strategia è davvero ottima per la crescita organica.

COPERTURA > La copertura è una “metrica invisibile”, ovvero che non lascia traccia, ma che può essere letta negli insight del post. Si riferisce al numero unico di persone che hanno visto il nostro post o storia (rappresenta quindi il reale traffico che siamo in grado di avere sul nostro profilo). La copertura è suddivisa tra chi ci segue e tra chi non ci segue (ovvero pubblico “freddo” che dobbiamo cercare di convertire in follower).

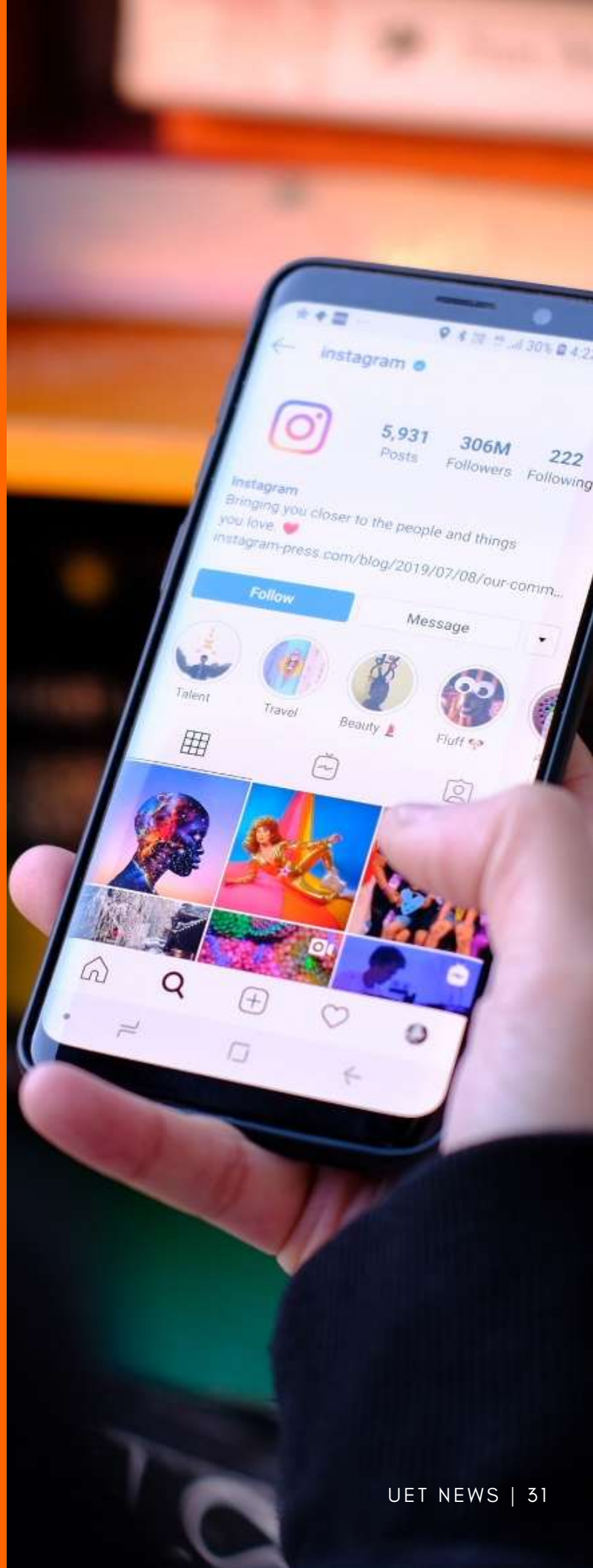
Ma in base all’algoritmo come facciamo ad aumentare la copertura dei post? Cercando di aumentare le interazioni dei nostri post (in questo modo, come già accennato, l’algoritmo ci premia e farà vedere il nostro contenuto a più persone), creando post di argomenti generali, usando hashtag molto verticali e di nicchia, inserire nei post la call to action che richiede la condivisione ed infine cercare di pubblicare negli orari nei quali la nostra community risulta più attiva su Instagram.

IMPRESSION > Si riferisce al numero di volte in cui i nostri contenuti sono stati visti. Le impression saranno sempre maggiori rispetto alla copertura, in quanto una persona può vedere lo stesso post più volte e di conseguenza verrà conteggiato una sola volta nella copertura, mentre verrà conteggiato più volte nelle impression.

La “frequenza di visibilità” è il dato che ci indica la frequenza con cui i nostri follower vedono i nostri contenuti.

Nelle Stories, i due dati più importanti sono l’OPEN RATE, ovvero il numero di persone in % che hanno iniziato a guardare la nostra storia e il “COMPLETION RATE”, ovvero la percentuale di completamento, quante persone sono arrivate fino alla fine della storia. Questo dato ci aiuta a capire se stiamo comunicando bene e se le nostre storie suscitano interesse o meno nella nostra community.

Avendo appreso come funziona la base dell’algoritmo di Instagram e quali sono le principali metriche, nel prossimo articolo andremo a parlare del piano editoriale e di come strutturarlo al meglio.





NEW YORK: "THE CITY THAT NEVER SLEEPS..."

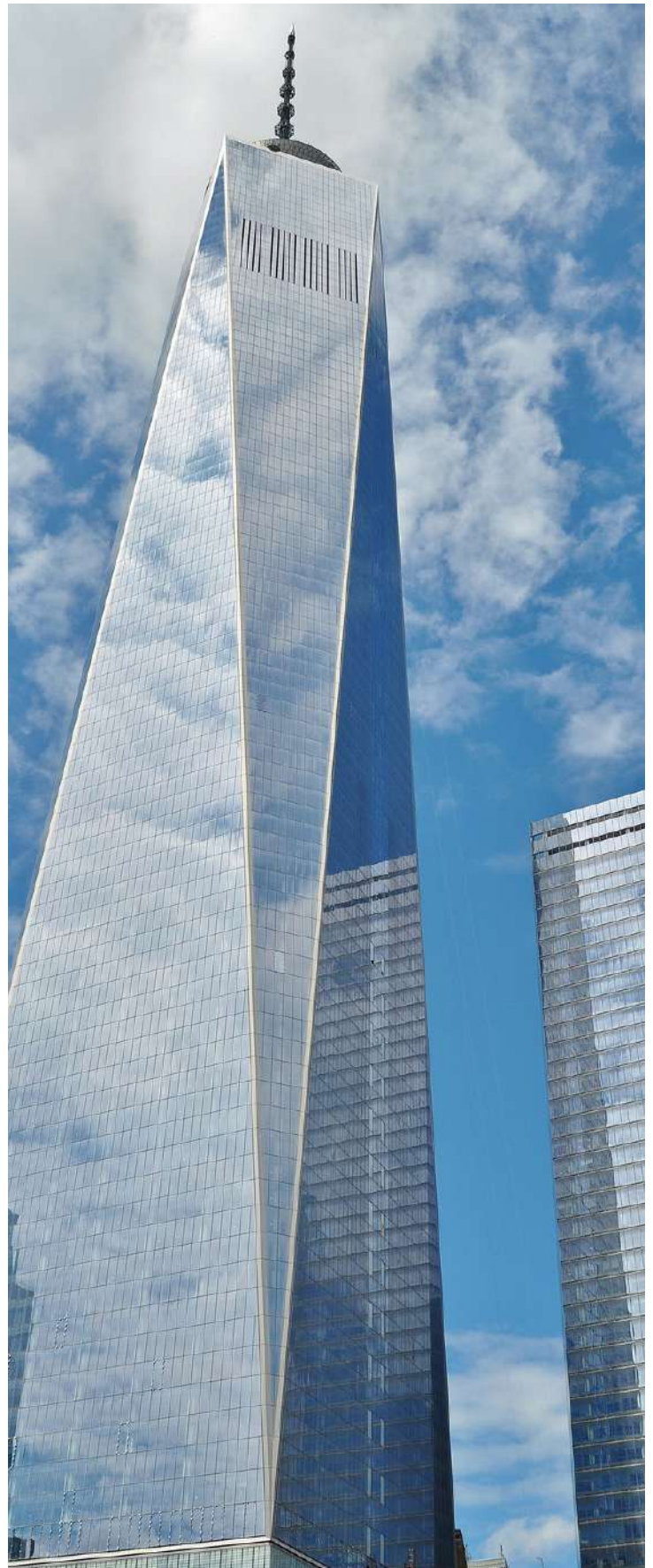
DI MATTEO PRATI - TRAVELMP.IT

La Grande Mela, così viene soprannominata la città cosmopolita per eccellenza. Senza nessun beneficio di dubbio è una delle mete turistiche più desiderate al mondo, un set cinematografico a cielo aperto che costantemente ispira scrittori e registi.

La potremmo definire anche come un grandissimo contenitore dove si mescolano il meglio dell'arte, del design, dell'architettura e della musica di tutto il mondo.

Da sempre riveste il ruolo del "sogno", l'emblema del "nuovo mondo", delle opportunità. New York è simbolo del viaggio oltreoceano, ma è anche un crogiuolo di culture e stili diversi che ogni giorno si incontrano nella sua frenetica e ricca quotidianità. New York è pura energia. Tutto qui è esagerazione, dalle sfavillanti luci che illuminano il traffico di Time Square, alla magnificenza assoluta di Broadway, fino all'imponente Statua della Libertà.

Una famosa canzone la definisce come "The city that never sleeps...", ed è proprio così, è una città attiva a qualsiasi ora (anche della notte) ma è anche una città che non si ferma, in costante evoluzione, dove nascono idee nuove, tendenze, mode che poi si propagano nel resto del mondo. È il luogo ideale dove poter vivere tantissime esperienze differenti e dove poter scoprire le più incredibili peculiarità della città caratterizzate da musei, parchi sconfinati, centri commerciali, locali di ogni stile e gusto. Situata sulla costa orientale dell'America settentrionale è ubicata alla foce del fiume Hudson che la separa da una serie di sobborghi nel New Jersey. Cinque sono le circoscrizioni in cui è divisa la città, solamente il Bronx si trova sul continente vero e proprio, mentre Brooklyn e Queens occupano l'estremità occidentale di Long Island, e Manhattan e Staten Island occupano due isole omonime di dimensioni intermedie. Esistono anche numerose isole di dimensioni più piccole, come Ellis Island e Liberty Island ed è proprio iniziando da queste che il viaggio a New York acquista un significato particolare. Un tempo proprio su Ellis Island sbarcavano le navi piene di immigrati provenienti dall'Europa e vi trascorrevano un periodo di quarantena prima di essere ammessi al resto degli Stati Uniti, ripercorrere oggi questo viaggio simbolico fa comprendere a tutti i visitatori quanta fiducia riponevano queste persone nel "nuovo mondo" e nella libertà fieramente rappresentata dall'omonima Statua. Risalendo Manhattan sono tantissimi i luoghi e monumenti importanti e significativi della città come il Financial District con Wall Street, una breve via dove si trova il New York Stock Exchange, la borsa di New York. È di rito fermarsi per una fotografia ricordo vicino al Charging Bull, la statua del toro, famosissimo simbolo di Wall Street. Fino all'11 settembre del 2001 questo distretto ospitava il World Trade Center. La zona di Ground Zero è ormai stata quasi completamente ricostruita, solamente lo spazio, un tempo occupato dalle Torri Gemelle, è rimasto vuoto.



Le due enormi fontane quadrate del memoriale segnano la sagoma delle due torri e accanto ad esse un piccolo padiglione indica l'ingresso al 9/11 Museum, il museo della memoria che non lascia di certo indifferente qualsiasi visitatore. Sopra il memoriale dell'11 settembre svetta, con i suoi 541 metri, il One World Trade Center, noto anche come Freedom Tower.

Nelle vicinanze, stretta fra i grattacieli, spunta la Trinity Church. Sono numerosi i punti panoramici da cui godere di un panorama mozza fiato, tra questi il Top of the Rock e l'Empire State Building, ma non dimenticatevi dei vari roof da cui ammirare il tramonto durante un ottimo happy hour.

La vita mondana della città si concentra nella famosa Times Square dove i maxi schermi che rivestono le facciate dei palazzi abbagliano i passanti. Lì accanto, nei vari teatri di Broadway, non ci si annoia di certo, ogni sera c'è un'offerta diversa, un musical o uno spettacolo da seguire che lascia d'incanto chiunque decida di andare a teatro.

Esiste anche un'oasi di pace nella città e si chiama Central Park, lì è possibile rilassarsi staccando dalla frenesia di New York. Molti locali vi vanno per fare sport o semplicemente per "respirare". I turisti vi si recano per cercare luoghi famosi e instagrammabili, molti anche per fare un picnic sdraiati sull'erba. Ai lati di questo immenso parco si concentrano i musei della città dal Metropolitan, al MoMa, al Guggenheim, al Museo di storia naturale che ospitano al loro interno opere d'arte e reperti archeologici di grande importanza. Gli amanti della cultura e dell'arte impazziscono di fronte a tanta abbondanza concentrata in una sola città. Un viaggio a New York è sicuramente caratterizzato anche dallo shopping compulsivo e i negozi sulla Fifth Avenue sono il paradiso per gli amanti della carta di credito. Andare a New York vuol dire anche sperimentare cucine di tutto il mondo ma di sicuro non si può tornare a casa senza aver assaggiato i migliori Hamburger della città e i soffici panecake a colazione, ma attenzione alla linea!!!





FIRENZE E IL RINASCIMENTO

DI FABIO RIVA

Quando si utilizza la parola “Rinascimento” balena subito nella mente la città di Firenze, culla di questa corrente artistica e letteraria, che vede la nascita di personaggi di spicco tra i quali Michelangelo, Raffaello, Donatello, Petrarca e Boccaccio.

Molti storici considerano il Rinascimento il punto di passaggio tra il Medioevo e l'età moderna, in cui al centro non c'è più Dio, ma l'uomo, attraverso un rinnovamento culturale che traeva ispirazione dai classici Greci e Romani.



Il termine stesso sta ad indicare una “rinascita”, come venne definita dal Vasari, delle arti, della letteratura e della filosofia, dopo gli “anni bui” del Medioevo. Una nuova percezione dell’uomo e del mondo, dove ognuno poteva esprimere il proprio io interiore attraverso i suoi talenti, in un periodo di grandi stravolgimenti, con la nascita delle monarchie, la scoperta dell’America e la Riforma Protestante.

Anche se inizialmente le novità proposte da grandi maestri come Brunelleschi, Donatello e Masaccio non erano accettate di buon grado e in larga parte incomprese, il Rinascimento divenne, poco dopo, l’espressione artistica più apprezzata, grazie all’influenza di Cosimo De’ Medici prima e di Lorenzo De’ Medici poi, che fecero diventare Firenze la “culla” del Rinascimento. La loro politica fu caratterizzata infatti nell’interesse del bene pubblico e all’abbellimento della Città, che permise a diversi artisti di poter esprimere liberamente la loro arte e di avere i mezzi per poterlo fare.

Tra i primi fautori del rinascimento troviamo l’architetto Filippo Brunelleschi, considerato il primo ingegnere e progettista dell’età moderna. A lui si devono grandi invenzioni, come ad esempio la prospettiva ad unico punto di fuga. Si occupò della realizzazione di diverse opere architettoniche a Firenze, ma quella per cui sicuramente viene ricordato è la progettazione e costruzione della grande cupola di Santa Maria del Fiore.

La **Cattedrale di Santa Maria del Fiore**, che si erge sulle antiche rovine dell’antica Cattedrale di Santa Reparata, è un’imponente chiesa in stile Gotico, iniziata alla fine del XIII sec. da Arnolfo di Cambio e portata a termine solamente a metà del XV sec. Dopo la morte di Arnolfo di Cambio i lavori si arrestarono a tempo indeterminato, passando successivamente nelle mani di Giotto, a cui venne affidata la direzione dei lavori. Giotto si concentrò sulla progettazione e la costruzione del campanile, da cui prende il nome, e dopo la sua morte i lavori passarono in mano ad Andrea Pisano.

Al termine della costruzione del Campanile e del corpo della Basilica, si presentò una questione di grande rilevanza: la grande cavità larga 43 metri, della cui copertura nessuno, fino a quel momento, si era ancora posto il problema di trovare una soluzione concreta.

L'impresa era ardua, in quanto non erano mai state raggiunte altezze ed ampiezze simili per una struttura a volta, fino ad allora.

Venne indetto un concorso pubblico, dove Brunelleschi si aggiudicò la costruzione della cupola. L'architetto adottò una soluzione del tutto innovativa, predisponendo una doppia calotta autoportante durante la costruzione, senza ricorrere alla tradizionale centina e ad impalcature.

Venne così costruita una "doppia cupola", con un passaggio interno che permette di arrivare in cima salendo i suoi 463 gradini. L'interno della cupola è invece affrescato con il meraviglioso "giudizio universale" di Giorgio Vasari.

In Piazza del Duomo, oltre alla Basilica e al Battistero di Giotto, troviamo anche il Battistero di San Giovanni e il Museo dell'Opera, dove è possibile ammirare tutte le statue e le opere originali del Duomo, incluse le porte originali del Ghiberti.

A poca distanza dalla Cattedrale di Santa Maria del Fiore, troviamo **Piazza della Signoria**, una delle piazze storiche più famose di Firenze. Qui vi troviamo alcune opere davvero fantastiche, come la Fontana del Nettuno e la Statua equestre di Cosimo de' Medici. L'edificio che spicca di più sulla piazza è il famoso "**Palazzo Vecchio**", oggi sede del comune, e un tempo residenza della famiglia dei Medici, prima del trasferimento a Palazzo Pitti. All'interno vi troviamo anche un museo, con diverse opere di artisti rinascimentali.

Adiacente al Palazzo Vecchio vi troviamo uno dei musei più famosi del mondo, la "**Galleria degli Uffizi**", dove vi sono raccolti alcuni dei più importanti capolavori di artisti come Raffaello, Botticelli, Giotto, Tiziano, Caravaggio, Leonardo da Vinci e tanti altri.





L'edificio, costruito con un perimetro a forma di U, doveva essere all'epoca sede degli uffici di tredici importanti Magistrature che regolavano l'amministrazione dello Stato mediceo.

L'inizio della costruzione risale al 1560, per mano di Giorgio Vasari che concepì la Galleria come esaltazione prospettica della Torre di Palazzo Vecchio.

La Galleria venne aperta al pubblico nel 1769 da Pietro Leopoldo da Lorena, che volle mettere in mostra la collezione di opere d'arte appartenuta un tempo alla famiglia Medici.

La visita agli Uffizi richiede diverse ore per poter ammirare con calma tutte le opere che vi sono conservate, tra cui alcune delle più famose al mondo, come ad esempio il doppio ritratto dei Duchi di Montefeltro, con l'inconfondibile profilo di Federico da Montefeltro, realizzato da Piero della Francesca, per non parlare dell'opera "La nascita di Venere" di Sandro Botticelli o la sua "Primavera".

Altre opere di estrema importanza che possiamo trovare tra la sale degli Uffizi sono "Il Tondo Doni" di Michelangelo, e "l'Annunciazione" di Leonardo da Vinci.

Da non perdere, il famoso "Corridoio Vasariano", voluto da Cosimo de' Medici in occasione del matrimonio del figlio Francesco con Giovanna d'Austria, nel 1565, che consentiva ai Medici di spostarsi liberamente (ed in tutta sicurezza) dalla sede del governo, ovvero Palazzo Vecchio, alla loro residenza in Palazzo Pitti, senza dover attraversare le strade di Firenze. Il corridoio infatti è sopraelevato e percorre parte della galleria, superando poi l'Arno sopra a Ponte Vecchio ed arrivando successivamente nel Giardino di Boboli e da lì in Palazzo Pitti.

Ponte Vecchio, uno dei simboli di Firenze, è considerato uno dei ponti più bello al mondo. In passato, era la sede di macellerie e di botteghe di frutta e verdura, oggi invece possiamo trovare raffinate botteghe orafe, con una meravigliosa vista sul fiume e su Firenze.

Dalla sponda opposta dell'Arno troviamo **Palazzo Pitti**, che deve il nome al suo primo proprietario, il banchiere Luca Pitti, che fece edificare l'edificio alla metà del 400.

Venne poi acquistato nel 1550 da Cosimo de Medici e successivamente fu sede degli Asburgo e dei Savoia. Attualmente ospita quattro musei: il Tesoro dei Granduchi al piano terra, la Galleria Palatina e gli Appartamenti Imperiali e Reali al piano nobile del Palazzo, la Galleria d'Arte Moderna e il Museo della Moda e del Costume al secondo piano. Alle spalle di Palazzo Pitti troviamo il **Giardino dei Boboli**, il parco storico di Firenze, in cui si può vivere una meravigliosa passeggiata dopo la visita del Palazzo. Il giardino, voluto da Cosimo de Medici, si estende per ben 45.000 mq. ed è uno dei più importanti esempi di giardino all'italiana al mondo. Altra destinazione da non perdere in una visita a Firenze è la **Chiesa di Santa Maria Novella**, situata a pochi passi dall'omonima stazione ferroviaria. La basilica, fu il simbolo a Firenze dell'ordine dei Domenicani, che ne volle la costruzione, terminata nella metà del XIV sec. La facciata di Santa Maria Novella, composta da marmo bianco e verde, è fra le opere più importanti del Rinascimento fiorentino, pur essendo stata iniziata in periodi precedenti e completata definitivamente solo nel 1920. La parte inferiore venne infatti lasciata pressoché intatta nel suo assetto medievale, mentre la parte superiore vide l'intervento di Leon Battista Alberti, che cercò di uniformare "il nuovo e l'antico" grazie all'utilizzo della tarsia marmorea.

La Basilica merita una visita anche per i suoi bellissimi interni e per ciò che custodisce. E' lunga 99 mt. e suddivisa in tre diverse navate sovrastate da archi e volte decorate. Di grande importanza troviamo l'enorme Crocifisso di Giotto e La Trinità del Masaccio.

Firenze come abbiamo detto è considerata la culla del Rinascimento e questo è stato possibile grazie alla Famiglia De' Medici e al loro impegno verso la cultura e la bellezza. Tappa quindi obbligatoria è quella di visitare le tombe di questa antica e potente famiglia fiorentina, protagonista della storia italiana ma anche di quella europea. Stiamo parlando delle **Cappelle Medicee**, una grande cupola situata nel grande complesso della Chiesa di San Lorenzo, la chiesa della famiglia Medici.





Ultima tappa da non perdere è sicuramente la Galleria dell'Accademia, che ospita molte importanti opere d'arte, ma famosa principalmente per le sculture di uno dei più grandi artisti e scultori del Rinascimento, Michelangelo Buonarroti. La galleria, meta ogni anno di migliaia di turisti, è così chiamata perché originariamente costruita dal granduca Pietro Leopoldo di Lorena per ospitare gli studenti della vicina Accademia delle arti e del disegno, in modo che potessero trovarvi opere d'arte su cui esercitarsi per la propria formazione artistica. L'Accademia ospita una delle opere più emblematiche di Michelangelo, il famoso David, collocato in una tribuna costruita appositamente dopo il trasferimento della statua da Piazza della Signoria. La statua rappresenta Davide, l'eroe biblico che si scontrò contro il gigante Golia. L'allegoria vuole significare la vittoria

dell'intelligenza sulla forza bruta e il coraggio, rimarcando quindi i principi del Rinascimento. La statua fu realizzata utilizzando un unico blocco di marmo già utilizzato da altri artisti, secondo il principio di Michelangelo per la quale la "figura" era già presente nel blocco di marmo e doveva essere solo tirata fuori.

In altre sale della Galleria troviamo capolavori anche di altri grandi artisti italiani, come Sandro Botticelli. Vi troviamo inoltre una sezione più recente che ospita il Museo degli Strumenti Musicali, che ospita antichi strumenti tra i quali alcuni appartenuti a Bartolomeo Cristofori, inventore del pianoforte.

Ci sarebbe da parlare ancora molto di Firenze e di tutto quello che è possibile vedere, in quanto possiamo dire che l'intera città è un'opera d'arte da scoprire. Sicuramente una delle più belle e simboliche città d'Italia, che ci rappresenta in tutto il mondo per la sua bellezza e cultura.



VIAGGI IN CAMPER: UN TREND IN CONTINUA CRESCITA

DI FABIO RIVA

Partire in camper vuol dire vivere un'esperienza unica, fare una vacanza in libertà, immersa nella natura, in cui nessun giorno è uguale a un altro. Come evidenziato da APC (Associazione Produttori Camper), continua il trend positivo per il settore del camper in Italia dove nel primo trimestre 2023 è stato registrato un +9% nella produzione di camper e di caravan rispetto allo stesso trimestre del 2022.

L'aumento è importante (+19%) anche in rapporto al primo trimestre 2019 (il periodo pre-pandemico) a testimonianza che il settore negli ultimi quattro anni è cresciuto in modo significativo. Nell'ultimo semestre del 2023, da giugno a novembre, si è verificato un aumento del +12,26% delle immatricolazioni di camper in Italia, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Percentuali in crescita ancora maggiore nell'ultimo

trimestre, da settembre a novembre 2023, che vedono un +22,27% rispetto allo stesso periodo del 2022.

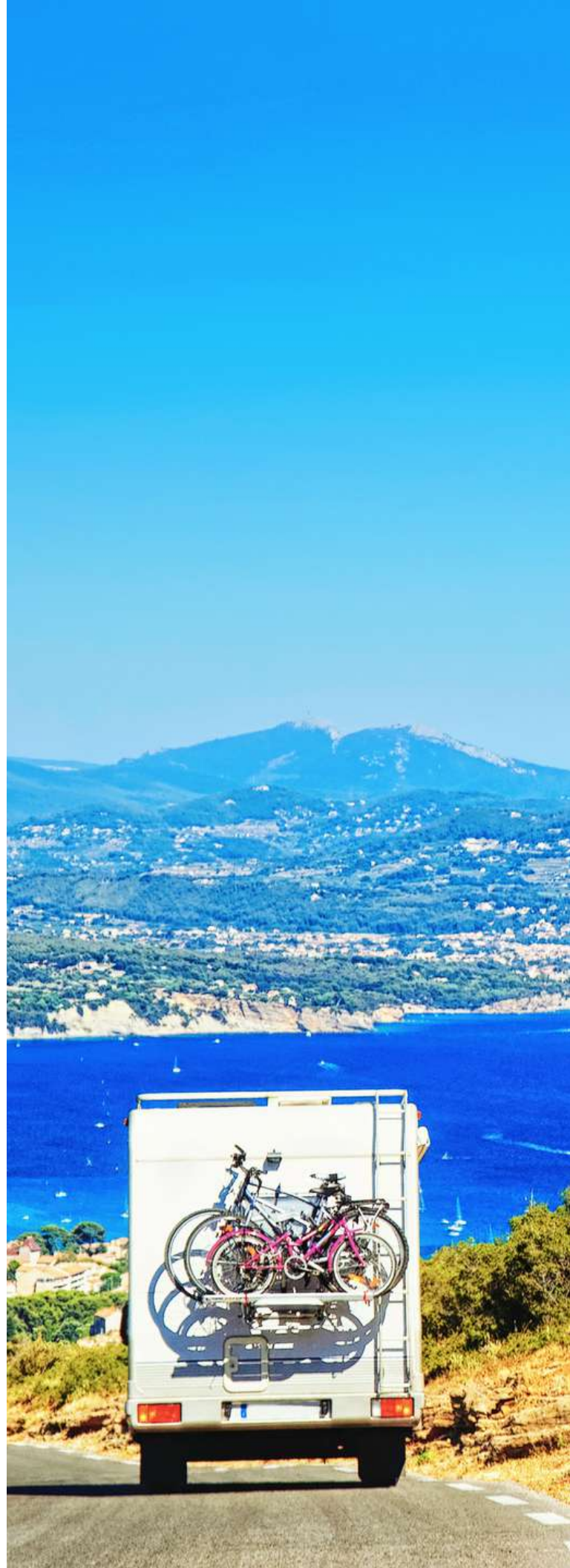
Un vero e proprio trend, il “Camper Life” destinato a crescere ancora nel 2024. E se i prezzi di produzione e di acquisto di camper usati ha subito un notevole incremento (parliamo del 30/40% in più rispetto a 2 anni fa), ciò non spaventa i nuovi appassionati che sempre più si avvicinano a questo “stile di vita”.

La pandemia, e l'esigenza di trascorrere vacanze all'aria aperta e con i propri famigliari, inclusi i propri animali domestici, ha accelerato un processo già in atto da qualche anno, attirando sempre più nuovi camperisti desiderosi di partire anche all'ultimo minuto, “camper in spalla” per un ponte o un weekend senza dover praticamente prenotare nulla se non l'area campeggio.

Ma perchè le vacanze in camper sono diventate così attrattive?

In camper hai la libertà di decidere l'itinerario giorno per giorno e scegliere quali luoghi visitare seguendo l'ispirazione del momento, senza vincoli di prenotazioni né orari. Puoi fermarti in campeggio oppure in sosta libera nella natura, in montagna o in riva al mare, visitare città d'arte, scoprire posti nuovi e destinazioni insolite. Viaggiare in camper vuol dire anche vivere in sintonia con i ritmi della natura, senza la frenesia della quotidianità a cui siamo abituati. Potrai decidere tu quando partire, dormire senza sveglia e avere sempre a disposizione la sicurezza e l'igiene della tua cucina, del tuo bagno e del tuo letto.

Il camper è una piccola casa in cui avrai tutte le comodità a cui sei abituato e potrai portare con te tutto ciò che ti serve per le vacanze e le attività sportive e/o i tuoi fedeli amici animali. Avrai tutto a portata di mano come a casa, ma ovunque nel mondo.



Negli ultimi anni si è visto inoltre un cambiamento relativo alla tipologia: dal camper “classico” stiamo assistendo all’ascesa della generazione Van. I turisti di questo settore prediligono un veicolo più compatto e agile, che permetta di muoversi comodamente e facilmente in città, trovando parcheggio praticamente ovunque. Perfetto anche per praticare discipline sportive ovunque, adatto al tempo libero e alla vacanza. Questo mezzo, è arrivato a coprire oltre il 45%

delle immatricolazioni e permette alla nuova generazione di camperisti di guardare ad una vita più attiva, all’insegna dello sport, della dinamicità e della scoperta.

A questo si aggiunge un fattore sicuramente determinante: l’incremento dello smart working, che ha portato sempre più persone a viaggiare per il mondo mentre si lavora, dove la casa in cui si lavora può affacciarsi ogni volta su un panorama completamente differente.





Una tendenza sempre più presente soprattutto tra i giovani, che non vogliono più sacrificare la loro “libertà” con il classico lavoro d’ufficio. La vacanza ha quindi assunto dei contorni molto meno definiti, tanto che qualsiasi momento di tempo libero può trasformarsi in una vera e propria vacanza. Si è passati quindi dall’idea della vacanza classica di 1 o 2 settimane nel periodo estivo, allo sfruttare anche i weekend, i ponti e persino i giorni di riposo per vivere esperienze vacanziere.

Ed è anche grazie a questa nuova visione del tempo libero che il camper è diventato il mezzo preferito per assolvere al meglio questo compito: non è necessario prenotare con largo anticipo la vacanza, si parte quando si vuole, anche all’ultimo minuto, decidendo al momento la destinazione e l’itinerario.

E per chi non ha la disponibilità di acquistare un camper o non ha spazio dove tenerlo, le società che offrono la possibilità di noleggio sono sempre di più. Una soluzione che può dimostrarsi molto conveniente ed offrire ai dubbiosi la possibilità di fare una prima esperienza prima di procedere ad un eventuale acquisto.

Nel prossimo articolo andremo a parlare di come funziona il noleggio, delle diverse tipologie di camper e a dare qualche chiarimento sulle normative vigenti in tema camper.



IL PUBBLICO, FULCRO DI OGNI EVENTO: COSA E' CAMBIATO DA IERI A OGGI?

DI MARTA FORTUNATO - 4EVENTICHEVORREI.IT

Se fino a ieri gli Eventi erano visti e vissuti come sorta di “festa in grande”, oggi si comincia a pensare agli eventi come “feste limitate”.

Per poter fare un evento, come ben si immagina, è necessario il coinvolgimento da parte del pubblico, nonché il fulcro delle strategie di event marketing. Di fatti, non esiste evento senza audience.

Ma cos'è l'Audience?

Il termine “audience” sta ad indicare la partecipazione del pubblico o telespettatori, partecipazione e coinvolgimento che deve sempre

essere misurato, considerato e analizzato, senza darlo per scontato.

Come dare quindi, la giusta importanza al Pubblico?

Prima cosa da fare, studiare il proprio mercato di riferimento. Quest'ultimo è importante sapere che è sempre al centro di ogni obiettivo aziendale e quindi anche fulcro centrale di ogni evento pubblico o privato. Per fare un esempio: organizzare una fiera del settore hotellerie, richiederà sicuramente un gruppo di telespettatori

che lavora in questo settore, da studenti del turismo, ai professionisti e così via... Una volta individuato il target al quale ci si intende rivolgere, si passerà all'analisi del "coinvolgimento". Fase estremamente importante negli ultimi anni, poiché basata sul marketing esperienziale basato totalmente sul far provare emozioni ed esperienze uniche e memorabili, capaci di portare e raggiungere il successo dell'evento. Successo che si andrà ad ottenere solo se i partecipanti si saranno sentiti realmente coinvolti dall'inizio alla fine.

Ma che cosa è cambiato da ieri a oggi?

Nel 2020 a causa della diffusione della pandemia da Covid-19, portò molti cambiamenti in tutto il mondo e in tutti i settori, uno tra questi anche il settore Eventi.

Se fino al 2019 gli eventi nascevano come strumento di comunicazione con lo scopo di coinvolgere il pubblico creando fenomeni di collettivizzazione, spingendo gli individui a viaggiare tra città, regioni e stati, dal 2020 tutto questo processo è cambiato.

Con la famosa regola "niente assembramenti", ogni evento programmato fu cancellato e posticipato a data da definirsi. Questo ha fatto sì di modificare la natura degli eventi stessi, avvicinandosi sempre più al nuovo sistema del "fare eventi digitali".

E le aziende che utilizzavano l'event marketing per aumentare i loro profitti? Come hanno fatto a sopravvivere?

La pandemia ha cambiato la vita di ognuno di Noi. Le stesse aziende, che fin dai tempi utilizzano l'organizzazione eventi come attività di marketing



e comunicazione, hanno cercato di rimanere in linea con i tempi di oggi, creando e realizzando fiere, convention, meeting attraverso tutte le piattaforme online disponibili.

Il loro “stare al passo con la pandemia” ha fatto sì di creare ancor più fiducia e certezza nel pubblico. Il nuovo modo di essere presenti, la loro nuova immagine di comunicazione digitale non ha fatto perdere l’entusiasmo e i valori consolidati del loro mercato.

Il doversi riadattare e velocizzare nel rapido cambiamento, non è stato facile e non lo è ancora oggi per molte aziende.

Ma proviamo a fare un passo indietro: se ieri l’organizzazione di eventi faceva sì di far vivere esperienze al proprio pubblico, come è possibile creare lo stesso effetto attraverso il mondo del digitale?

Pensare di partecipare ad un corso online, piuttosto che ad una fiera online, spinge a pensare che l’aspetto emozionale ed esperienziale possono essere poco presenti; ma se si valutasse questa nuova esperienza da un altro punto di vista, si potrebbero avere vantaggi differenti, attraverso l’intangibilità di ogni aspetto.

Basta pensare ad esempio alla possibilità di salvare l’evento, che altrimenti sarebbe posticipato o cancellato; meno costi, che non significa fare un evento a zero costi, bensì saranno più limitati in termini di logistica (catering, magazzini, trasporti...); superamento delle distanze geografiche e limiti di capienza degli spazi fisici, come le sale meeting, incrementando di conseguenza il numero di partecipanti all’evento online. Ma non solo. Anche dalla parte degli organizzatori stessi dell’evento si avrà maggior valore, basti pensare all’attenzione sui contenuti da mostrare al pubblico, ad una nuova attenzione



rivolta alla professionalità digitale e maggior flessibilità anche in termini di tempistiche da parte dei relatori stessi.

Riadattare un evento, una fiera, una conferenza stampa per il web non è facile, ma si cerca sempre di mettere come obiettivo, volto al successo, quello del coinvolgimento del pubblico e quello del far vivere, in modo un po' differente, un'esperienza unica da ricordare.

Se un evento online viene organizzato in modo impeccabile, rimarrà anche in questo caso un ricordo indelebile nelle menti degli individui coinvolti.

Ricordo quando partecipai ad una fiera sul turismo online, organizzata dall'Agenzia Toscana Geco Eventi, dove registrandomi avevo a disposizione il mio avatar e potevo girare tra tutti i padiglioni che erano stati perfettamente riprodotti, dall'allestimento grafico al posizionamento di tutti gli stand presenti. La particolarità di questa fiera, nonché un valore aggiunto che mai dimenticherò, è stata quella di poter colloquiare con gli altri avatar presenti, che non erano altro che professionisti del settore o visitatori che realmente esistono.

La possibilità di potersi scambiare i contatti e poter avere una sorta di chat avatar a disposizione, ha fatto sì che il tutto sembrasse il più reale possibile. Una cosa non da poco, dove il pubblico, è stato messo come fulcro centrale di tutta la fiera virtuale. Insomma, hanno davvero provato a farci vivere un'esperienza unica, dove il digitale si avvicinava al mondo reale.

Ma cosa bisogna aspettarsi da tutto questo?

Sicuramente gli eventi non smetteranno mai di esistere, sia per un punto di vista del marketing, sia per un punto di vista della socializzazione. Il desiderio di incontrare persone con i tuoi stessi interessi o il provare esperienze uniche e memorabili, resteranno sempre punto fondamentale di ogni evento.

Ma tutto questo avverrà attraverso mezzi innovativi della tecnologia, che continua e continuerà a stupire, almeno fino a quando l'emergenza della pandemia non si placherà e non farà tornare alla normalità tutti gli eventi.

Normalità che andrà a creare un nuovo equilibrio tra le due dimensioni, dove l'innovazione della tecnologia e la collettività dello stare insieme, daranno vita ad eventi ibridi, e quindi al nuovo modo di fare ed organizzare eventi.





LETTERE AL DIRETTORE

Cosa ne pensa della proposta del Ministro del Turismo, Daniela Santanchè sulla regolamentazione a livello nazionale della tassa di soggiorno?

Il Ministro del Turismo si riferisce alla tassa di soggiorno, denominandola anche Tassa di scopo, poiché intende dire che tale tributo dovrebbe essere poi investito a favore del turismo. Occorrerebbe meglio comprendere cosa si intende per TURISMO, poiché troppo vasto è il campo semantico di riferimento.

Cosa ne pensa del progetto "FS Treni Turistici Italiani"?

Un ottimo progetto che consentirebbe la realizzazione di una forma di slow tourism, sicuramente rivolto a fasce di giovani e persone meno giovani, nonché un'attenzione anche al

settore lusso con carrozze che richiamano i fasti dell'Oriente express, una nicchia tutta da esplorare!!

Secondo un recente studio, si sta diffondendo sempre più la moda di scambiare casa per le proprie vacanze, soprattutto nelle grandi città. Secondo lei questa tendenza in crescita può essere una minaccia all'ospitalità alberghiera?

Non penso possa costituire una minaccia poiché i servizi resi dallo scambio di case per le proprie vacanze si rivolge ad utenti con esigenze molto definite che probabilmente non avrebbero fruito del comfort di alberghi e hotels anche di lusso



Hai anche tu delle domande da porgere alla Dott.ssa Marina Ambrosecchio?

Scrivi alla mail
direzionegenerale@uetitalia.it
e le risposte verranno pubblicate sui prossimi numeri di UET News



UETnews.

MENSILE DI FORMAZIONE E INNOVAZIONE TURISTICA