



PEOPLE

La donna che fa parlare il territorio

Giovane, bella e appassionata, Sylvie Scala sta portando una nuova consapevolezza nel modo di vivere il turismo. Consulente di marketing ed esperta di viaggi, grazie al suo background e al suo ingresso in Artès incoming tour operator – pionieri in Italia del turismo esperienziale – ha messo insieme le sue competenze rivoluzionando il modo di fare vacanza **di Luciana Sidari**



Cosa c'è di nuovo nel panorama turistico di oggi? A risponderci è **Sylvie Scala** (foto in alto e a destra), consulente marketing e designer di esperienze turistiche per hotel. Oggi Sylvie è la prima in Italia a proporre pac-

chetti turistici esperienziali pensati ad hoc per strutture ricettive ed aziende in cerca di proposte di intrattenimento originali per i propri clienti. «Il turismo negli ultimi anni ha avuto una crescita media globale del 5%», spiega Sylvie, «mentre il mercato specifico “esperienziale” è aumentato molto di più: vale ormai il 40% delle motivazioni di acquisto dei viaggiatori, che desiderano entrare nell'anima del territorio sentendosi “locali con i locali”. Questo tipo di domanda incontra una buona offerta turistica in Francia, Stati Uniti e Spagna, mentre in Italia, nonostante le infinite potenzialità del territorio, questo “racconto del luogo” è ancora poco conosciuto».

- 72% degli intervistati preferisce acquistare meno oggetti materiali e più esperienze
- 88% ha come primo sogno nel cassetto quello di viaggiare
- 71% preferisce viaggiare con amici e famiglia e prenotare localmente
- Fascia d'età tra i 18 e i 34 anni

Ricerca condotta da Skift e Peak (The Rise of Experiential Travel) su un campione di 50mila viaggiatori

Il turismo esperienziale, secondo lei sarà solo una moda passeggera?

«Il turismo esperienziale non è e non sarà mai solo una moda: per creare un prodotto turistico veramente esperienziale bisogna seguire delle regole; innanzitutto legare l'experience di viaggio a qualcosa avvenuto solo in un luogo preciso, quello dell'hotel, intessendola con gli interessi degli ospiti. La seconda è la formula innovativa dello "storyliving": il turista diventa protagonista di una storia che vive assieme ai residenti del posto, che condividono con l'ospite eventi, personaggi ed emozioni che permeano quel territorio».

Un viaggio che le piacerebbe "disegnare"?

«Nel nostro Paese le suggestioni per condurre gli ospiti in un percorso alla scoperta della storia locale attraverso delle attività guidate non mancano di certo. E'utile anche far riscoprire la storia delle nostre eccellenze grazie a chi l'eccellenza la produce con passione ogni giorno. Per esempio, abbiamo di recente realizzato un'attività nelle cantine delle Colline del Prosecco, per far vivere ai turisti un'esperienza di condivisione e divertimento insieme ai locali. Attraverso il superamento di diverse prove pratiche e teoriche come imparare a degustare e distinguere i diversi bouquet, e teoriche - la risoluzione di alcuni enigmi alla scoperta del "Segreto del Pentagono d'Oro" - gli ospiti si "sono sfidati" per aggiudicarsi il titolo di "Prosecco Ambassador". Intrecciare queste attività con le leggende del luogo e contest fotografici da condividere sui social diventa poi una strategia per diventare "virali". L'esperienziale, quindi, è la relazione che crea emozione, che permette al turista di ritornare per il piacere della conoscenza di un territorio, di un piatto, della storia, di un evento, attraverso la condivisione e lo scambio e grazie alla memorabilità e autenticità dell'esperienza vissuta con i "locals". Quindi si può tranquillamente affermare che nel turismo esperienziale il prodotto non sono (solo) i servizi ma le persone».

Quali limiti ha il nostro Paese?

«L'Italia pur risultando tra i paesi più desiderati dagli stranieri, viene percepita come una destinazione dove è ancora difficile organizzare un viaggio. Noi italiani siamo considerati un po' improvvisati,



Sylvie, la trevigiana che disegna esperienze turistiche per alberghi

Originaria di Volpago del Montello (Treviso), Sylvie Scala, dopo il diploma turistico, ha lavorato nel settore delle agenzie di viaggi e tour operator. Poi, con due collaboratori ha dato vita al progetto "Visitmontello", guidando un pool di strutture ricettive, ristoratori e produttori locali. Sono seguiti altri anni di specializzazione nel turismo esperienziale e, dopo un master regionale, è entrata a far parte della squadra di Artes Incoming Tour Operator, pionieri in Italia di questo trend, come progettista, consulente e operatore di turismo esperienziale. Un gruppo, questo, che ha formato oltre trecento professionisti e progettato altrettante "storie di viaggio", tutte novità assolute.

inaffidabili e disorganizzati. Ci rovina la consapevolezza arrogante di disporre di bellezze storiche, artistiche, paesaggistiche, culturali uniche al mondo. Questo ci ha portato ad investire poco nella formazione e di fatto mancano competenze di alto livello e reti turistiche strutturate e forti. Per questo per il turismo esperienziale i buyers stranieri guardano soprattutto a mercati più organizzati come Francia e Spagna».

Gli ingredienti che fanno la differenza?

«Legare l'attività a qualcosa avvenuto solo in un determinato luogo-territorio e alla passione di chi la coordina che crea emozione attraverso la condivisione. È fondamentale la formula innovativa dello storyliving, in cui il turista diventa protagonista di una storia da vivere insieme, che si svolge sul palcoscenico del territorio, e qui entrano in campo competenze di semiotica e storytelling.