

EDITORIALE

Buone vacanze, meglio se in Italia

di Francesco Chiappetta

Lo spot pubblicitario in onda per promuovere il turismo in Italia tenta di riportare nei confini nazionali parte dei 13 miliardi di euro che i nostri connazionali spenderanno per recarsi in luoghi esotici nell'estate in corso. La "sindrome di Marco Polo", come è stata definita dal giornalista Claudio Sabelli Fioretti (*C'era una volta la provincia*, Sperling, 1991), dalla metà degli anni Ottanta induce milioni di italiani a ricercare in mete lontane svaghi ed esperienze che potrebbero soddisfare entro i nostri confini.

L'immagine che riportiamo mostra una spiaggia della Sardegna, al di fuori dai circuiti turistici "di tendenza", ma che non ha nulla da invidiare alle più belle località proposte dai tour operator in tutto il mondo. Un solo esempio, ma che dovrebbe far riflettere chi, per esterofilia, esclude le mete nazio-



Cala Domestica, Buggerru (Prov. di Carbonia - Iglesias)

nali dalle proprie ipotesi di vacanza. Salvo poi ritrovarsi dall'altra parte del mondo in un luogo in cui si muove con difficoltà, non conoscendo la lingua, e di cui non comprende la cultura, riportando una esperienza superficiale che non lo arricchisce sul piano emotivo.

Riscoprire il nostro Paese non deve essere un gesto autarchico, motivato dalla solidarietà verso gli imprenditori locali, ma una scelta determinata dal desiderio di rilassarsi in località stupende, che offrono divertimento, natura, cultura e gastronomia di eccellenza.

Buone Vacanze!

INDICE

ESTATE 2010	INNOVAZIONE	INTERNET	MERCATO
Vacanze all'insegna della ecologia Il decalogo dell'eco-vacanza di Greenpeace	Navigatori satellitari: le carte stradali cedono alla tecnologia	Google rende omaggio all'architetto Josef Frank	Le scelte degli italiani per le vacanze dell'estate 2010

ESTATE 2010

Vacanze all'insegna della ecologia

di Annalisa Mancini

Dalla Guida Blu pubblicata in Tandem da Legambiente e Touring Club Italiano all'Ecolabel, il bollino dei prodotti e servizi bio, al Decalogo dell'Eco-vacanza di Greenpeace, sono innumerevoli i suggerimenti per vivere l'estate del 2010 all'insegna dell'ecologia. Ecoturismo, vacanza verde e turismo sostenibile sono sinonimo di una vacanza che coniuga rispetto delle risorse naturali e conoscenza del territorio e della cultura locale.

Una scommessa nell'era della globalizzazione, in cui è possibile raggiungere e visitare 'mordi e fuggi' ogni angolo del pianeta. Anche qui, insegnano gli esperti, dovrebbe valere il principio dei 'km zero', come per i prodotti agroalimentari. Primo requisito dell'eco-turista infatti è non emettere CO₂: sconsigliati i viaggi in aereo perché, dati alla mano, con un volo all'anno si supera immediatamente la quota pro-capite di impronta ecologica.

Occorre anche guardarsi dal pericolo di greenwashing, come gli eco-resort a cinque stelle che di ecologico hanno poco. Verificare, insomma, che 'eco' non sia solo l'etichetta ammiccante su un prodotto da vendere. Ci viene in aiuto la Guida Blu che Legambiente offre puntualmente ogni anno ai bagnanti: le spiagge selezionate non sono soltanto perle naturalistiche si trovano in riserve o aree naturali, ma vantano una gestione eco-compatibile dei rifiuti e del territorio. Tendono, insomma, all'impatto zero.

Per celebrare il decennale della guida, quest'anno Legambiente ha messo a punto anche itinerari naturalistici per imbarcazioni (a vela, ci auguriamo). Sei le località con il bollino in provincia di Roma: dalla riserva naturale di Capocotta (tra le poche aree di dune sabbiose sopravvissute all'edificazione delle coste italiane) all'evocativa Grotte di Nerone. Le spiagge selezionate ricevono



un voto espresso in vele, da 1 a 5. Tra quelle premiate con cinque vele, Chiarone (vicino Capalbio) e la celebre S. Vito Lo Capo.

Lo stesso principio si applica alle strutture turistiche (tra cui alberghi, campeggi, agriturismi, rifugi di montagna) che richiedono il marchio europeo Ecolabel, il fiore verde che campeggia anche su detersivi, alimenti e capi di abbigliamento. Qui la valutazione è più quantitativa che qualitativa: non è necessario l'interesse naturalistico del luogo, sufficiente invece l'impegno a rispettare l'ambiente risparmiando risorse idriche ed energetiche, riducen-

(Continua a pagina 3)

ESTATE 2010

Vacanze all'insegna della ecologia

(Continua da pagina 2)

do i rifiuti, salvaguardando la biodiversità e impiegando prodotti biologici e locali.

Il marchio ha un'alta visibilità: sono 143 le strutture ricettive italiane che l'anno chiesto e ottenuto (dati del 2009), ma la cifra è in costante crescita. La gran parte si trova nelle regioni a statuto speciale, con una concentrazione in Trentino e Piemonte. Molti gli agriturismi e le iniziative per attirare gli ecoturisti, come quella del Consorzio dell'Alta Badia, battezzata 'Stop ma con gusto'.

Chi sceglie di rinunciare all'auto e ne consegna le chiavi all'arrivo, con un gesto simbolico, riceve in cambio una cassetta di prodotti tipici biologici. Ancora una volta, quindi, il turismo sostenibile va di pari passo con la valorizzazione dei prodotti locali. L'offerta è resa più allettante dall'abbonamento gratuito a un pacchetto di servizi pubblici (trasporti, funivie e svaghi locali).

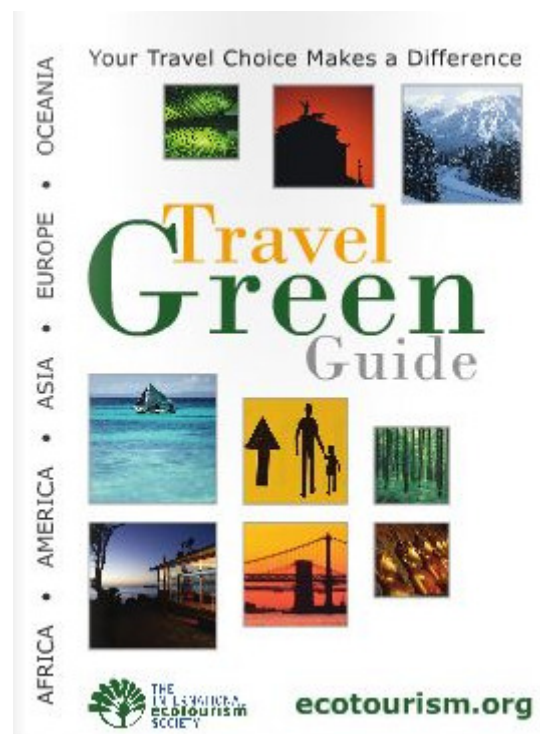
Per i viaggiatori internazionali, l'autorità in materia è ancora una volta il National Geographic, mentre

MARCHIO
DI QUALITÀ ECOLOGICA
DELL'UNIONE EUROPEA



ATTRIBUITO A BENI O SERVIZI
CHE SODDISFANO REQUISITI
AMBIENTALI DEL SISTEMA
DELL'UE DI MARCHIO
DI QUALITÀ ECOLOGICA

l'organizzazione di riferimento per gli esperti del settore è TIES, acronimo di The International Ecotourism Society. Con base in California, organizza convegni e incontri in tutto il mondo. Sul sito potete scaricare gratuitamente la Travel Green Guide del 2009, che non si discosta molto dal classico decalogo di Greenpeace ma ci ricorda, in più, che il turismo responsabile è una risorsa indispensabile per l'economia dei paesi in via di sviluppo.



ESTATE 2010

Il decalogo dell'eco-vacanza di Greenpeace

1. Scegli il turismo responsabile

on finanziare alberghi a elevato impatto ambientale, preferendo strutture ben integrate nel contesto naturale e in grado di favorire lo sviluppo reale delle popolazioni locali.

2. Utilizza le tue vacanze per andare a scoprire le ultime grandi foreste primarie del Pianeta

La foresta africana dei grandi primati, la foresta pluviale amazzonica, le foreste del Paradiso delle isole del Pacifico, le selve boreali del Nord Europa, la Foresta delle Nevi in Siberia, la Foresta del Grande Orso in Nord America, la giungla temperata del Sud America.

3. Whalewatching

Se vuoi ammirare le balene e gli altri cetacei rivolgiti a operatori che adottano misure per non arrecare eccessivo disturbo agli animali. Ricorda che Giappone, Norvegia e Islanda sono i paesi che continuano a uccidere le balene;

4. Non acquistare specie a rischio d'estinzione

Paesi africani e asiatici offrono purtroppo una vasta gamma di prodotti, cibo e medicine alternative ricavate da specie a rischio di estinzione: il corallo, gli elefanti, le tartarughe, i rinoceronti, gli orsi, le scimmie, le balene, alcuni uccelli tropicali. Il loro utilizzo è una grave minaccia alla biodiversità del pianeta;

5. Evita l'aereo se non strettamente indispensabile. Preferisci il treno e la nave

Si calcola che i voli a brevi distanze risultino, in proporzione, ancora più inquinanti perché la maggiore quantità di CO₂ si libera nella fase iniziale e finale del volo. L'impatto sul clima dell'aereo è 10 volte quello di un viaggio in treno anche per l'emissione di vapore acqueo in quota, dove rimane a lungo. Approfitta delle vacanze per andare di più

a piedi o in bicicletta: ridurresti le tue emissioni di CO₂, giocando un ruolo attivo nella lotta ai cambiamenti climatici. Se l'auto ti è indispensabile, organizzati per viaggiare con più persone;

6. Contribuisci a proteggere il mare acquistando con attenzione il pesce

Evita pesce spada, tonno e gamberoni. Non consumare pesce sottomisa illegale e informati sempre su dove e in quali condizioni è stato pescato prima di acquistarlo. Preferisci il pesce azzurro e quello locale;

7. Non usare pesticidi chimici e articoli da mare in PVC

Preferisci le candele alla citronella che ti mettono al sicuro dalle zanzare e creano atmosfera. Non acquistare articoli da mare in PVC: nel ciclo di produzione del PVC viene emessa diossina, inoltre sostanze chimiche dannose possono essere liberate da questi prodotti anche durante il loro utilizzo;

8. Scegli viaggi enogastronomici OGM free

Preferisci negozi e ristoranti che utilizzano prodotti biologici. Evita gli organismi geneticamente modificati non solo per salvaguardare la tua salute, ma anche perché costituiscono una grave minaccia per l'ambiente;

9. Pratica l'escursionismo di basso impatto

A tutti piace passeggiare in un ambiente incontaminato, perché rimanga tale è necessario lasciare meno tracce possibili del nostro passaggio: riportare indietro tutto quanto non è rapidamente biodegradabile, non disturbare gli animali, non accendere il fuoco se c'è pericolo di incendi e assicurarsi di spegnerlo attentamente con terra o acqua prima di andare;

10. Anche in vacanza non dimenticare di differenziare sempre i tuoi rifiuti

Ove possibile, porta con te una borraccia e riempi nei bar o alle fontanelle evitando l'acqua minerale in bottiglie di plastica.

INNOVAZIONE

Navigatori satellitari: le carte stradali cedono alla tecnologia

di Federica Chiappetta

La tecnologia ha cambiato il modo di viaggiare, sia all'interno della nostra città che nel percorrere gli itinerari turistici. Le carte stradali sono ora il contenuto – aggiornato con elevata frequenza – di strumenti portatili che pianificano gli spostamenti, indicano le distanze e i tempi previsti di percorrenza, monitorano le condizioni del traffico e segnalano la presenza di apparecchi per il controllo della velocità. Tutto in uno strumento che pesa meno di due etti e che si può agevolmente mettere in tasca quando si giunge a destinazione.

Le innovazioni nel settore sono numerose e l'obiettivo che ci poniamo è di descrivere le caratteristiche fondamentali su cui basare la scelta di un navigatore satellitare portatile, qualora l'auto di cui si dispone non ne abbia uno di serie.

Dimensione dello schermo: i modelli più economici hanno uno schermo di 3,5 pollici; è preferibile scegliere modelli da 4,3 pollici in su (4,7 oppure 5 e anche 7 pollici), in formato 16:9. Alcuni navigatori integrano un ricevitore DVB-T per vedere i canali in chiaro della tv digitale terrestre.

Tecnologia di ricezione satellitare: attualmente, la più efficiente è GPS SiRF Instant Fix II

Bluetooth vivavoce: il navigatore può integrare un ricevitore bluetooth per consentire di rispondere alle chiamate sul cellulare in modalità vivavoce, evitando rischi e multe.

Informazioni sul traffico: conoscere le informazioni sul traffico in tempo reale e pianificare il percorso in base ad essi; in Italia il servizio è offerto da Infoblu in due modalità: TMC Standard (solo autostrade) e TMC Premium (autostrade e strade



primarie delle grandi località e delle città)

Guida corsia: nel descrivere la strada, è utile che la rappresentazione di essa consenta di individuare con adeguato anticipo la corsia da percorrere, e gli svincoli complessi.

Svincoli autostradali: la rappresentazione degli svincoli autostradali in modalità 3D, o anche solo la riproduzione realistica dei cartelli di indicazione.

Punti di interesse: sono elementi rilevanti per il guidatore: stazioni di servizio, parcheggi, ma anche ristoranti o altri luoghi censiti in appositi elenchi realizzati da esperti di settore. E' possibile anche caricare intere guide turistiche (ristoranti, alberghi, luoghi da visitare, corredate da informazioni e foto). E' possibile anche caricare punti di interesse definiti dall'utente.

Modalità di uso: alcuni navigatori possono essere utilizzati anche nei percorsi pedonali e utilizzando i mezzi pubblici. Se si è interessati a questa funzione, valutare la durata delle batterie (al litio), in genere di circa 3,5- 4 ore.

Altre funzioni: i modelli più avanzati propongono funzioni extra quali: visualizzazione di foto caricate dall'utente, calcolatrice, convertitore di valuta; inoltre servizi extra consultabili in modalità live (meteo, elenco telefonico, ricerca Google local, ecc).

INTERNET

Google rende omaggio all'architetto Josef Frank

di Annalisa Mancini

Così appariva il logo di Google a chi ha aperto la pagina www.google.it lo scorso giovedì 15 luglio: un intreccio multicolore di foglie e frutti, effetto dell'ennesimo trasformismo del motore di ricerca che ha reso omaggio all'architetto e disegnatore Josef Frank nel 125° anniversario della sua nascita. Ebreo viennese di nascita (e omonimo di Anna) ma svedese d'adozione, Frank è il fondatore del funzionalismo, stile architettonico che rifiutava l'estetica a favore della sobrietà e praticità e ricercava l'armonia tra uomo e natura. Dal funzionalismo sono nati Bauhaus e il genio di un altro Frank, Lloyd Wright.

Poco conosciuto dal pubblico italiano, Josef Frank è anche il precursore del design stilizzato e naif del colosso IKEA e si aggiunge al lungo elenco dei personaggi celebrati dalla creatività di Google: Gandhi, Albert Einstein, Leonardo da Vinci, i pittori Munch e Magritte, e il regista giapponese Akira Kurosawa.



dalla nascita. Vi siete mai chiesti, ad esempio, che cosa significa questa parola? Probabilmente non sapete che "Googol" è il termine matematico coniato da un bambino di nove anni per indicare un 1 seguito da 100 zero, quindi un numero infinitamente grande. Il piccolo inventore in questione, Milton Sirota, ha il merito di aver suggerito al nonno, il matematico americano Edward Kasner, che per primo ha utilizzato la grandezza nel libro *"Mathematics and the Imagination"*, una parolina facile da memorizzare e quasi onomatopeica.

Uno accompagnato da una coda di zeri, nelle intenzioni dei fondatori di Google, doveva rappresentare l'enorme massa di informazioni contenute nel labirinto di Internet e che quello destinato a diventare il motore di ricerca più famoso al mondo avrebbe dovuto estrarre e ordinare. Tanto che Larry Page e Sergey Brin avevano scelto proprio il termine di Kasner per registrare il proprio dominio.

Ma le cose sono andate diversamente: è intervenuto un errore, simile a quelli in cui incorrono a volte gli impiegati dell'anagrafe con nomi stranieri o inusuali, e uno dei marchi più famosi della storia è diventato "Google" (di cui "Googol" non è altro che la trascrizione fonetica). Un errore, a giudicare dal successo planetario di Google, nato sotto una buona stella.



Il musicista veneziano Antonio Vivaldi è l'ultimo della serie, omaggiato il 4 marzo con uno schizzo quasi mobile, che riecheggia visivamente le melodie dei celeberrimi concerti per archi conosciuti con il nome di "Quattro Stagioni".

La creatività, in effetti, è nelle corde di Google fin



MERCATO

Le scelte degli italiani per le vacanze dell'estate 2010

di Francesca Vespignani

Anche se parte degli italiani sono già in vacanza mentre scriviamo queste osservazioni, un riepilogo dei più recenti sondaggi sul tema può essere utile per comprendere quali sono i trend in atto e l'evoluzione del turismo in questa estate.

Le vacanze estive del 2010 beneficiano delle minori possibilità di usufruire di periodi di ferie durante la primavera scorsa, per assenza dei cosiddetti "ponti" in occasione di festività quali il 25 aprile e il 1 maggio.

Quest'anno solo una famiglia su 10 rinuncerà alle vacanze: saranno in tutto 39 milioni gli italiani che partiranno per la villeggiatura, 1,5 milioni in più rispetto all'anno scorso (dati Confesercenti-Swg); si riducono invece i giorni di vacanza, che scendono mediamente da 14 a 12: su questo dato influiscono i 2 milioni di persone per le quali le ferie saranno rappresentate da gite di 2 o 3 giorni (48-76 ore) al mare o in città d'arte.

In vacanza ... Quando?

Le vacanze estive sono per la maggior parte degli italiani l'unico momento di lunga pausa di svago. Mentre negli altri paesi europei le ferie sono ripartite nell'ambito dell'anno solare in base alle scelte personali, e in genere ogni singolo periodo di vacanza non supera i 7 - 10 giorni, gli italiani tendono ancora a utilizzare i mesi centrali dell'estate (luglio e agosto) per prendersi un intervallo di tempo più ampio, che in molti casi sfiora un intero mese di ferie.

I mesi di luglio e agosto sono stati scelti dal 92% dei vacanzieri, mentre settembre attrae solo il 17% di essi (la somma delle percentuali non dà 100 perché molte persone godono di più di un periodo di vacanza).



In vacanza ... Dove?

La ricerca realizzata dall'Osservatorio Integrato dei viaggi e del turismo di Amadeus Italia con l'ausilio di Google Italy, pubblicato dagli inizi di giugno, conferma le abitudini già consolidate: il 65-70% continua a prediligere le località marine, scegliendo le spiagge di Sardegna, Sicilia ed Emilia Romagna. Tuttavia, crescono le preferenze per località meno costose, in montagna e campagna. La montagna - in soli quattro anni - ha aumentato la sua quota di mercato dal 12 al 16%, mentre il turismo verde nello stesso periodo è cresciuto dal 7 all'8% del totale (dati sondaggio Confesercenti-Swg).

Le mete nazionali attirano due turisti su tre (64%); i viaggi all'estero riguardano per il 24,5% destinazioni in Europa, per il 6% nel continente americano, per il 4% in Asia e Pacifico e circa l'1,5% in Africa; quest'ultimo dato appare insolitamente alto, ma include i viaggi in Sudafrica per assistere alle partite dei Mondiali di calcio.

I recenti eventi politici hanno influenzato le scelte turistiche, riducendo l'interesse verso paesi quali la Grecia (in cui è calato in modo particolare il turismo dalla Germania) e la Thailandia, su cui solo le offerte last minute potranno contribuire a recuperare visitatori qualora la situazione generale sia migliorata.

In vacanza ... Come?

Sul piano logistico, la vacanza significa riposo as-

(Continua a pagina 8)

MERCATO

Le scelte degli italiani per le vacanze dell'estate 2010

(Continua da pagina 7)

soluta, per tutti i componenti della famiglia: questo è il motivo per cui il classico villaggio *all inclusive* ottiene il 27% delle preferenze, seguito dal 20% di scelte per l'hotel. Affittare un appartamento per le vacanze è una decisione che riguarda oggi solo il 14% dei turisti, persone che accettano di occuparsi della loro vita quotidiana (gestione della casa, preparazione dei pasti) anche durante la pausa estiva.

Quest'ultima è una scelta dovuta a motivi di budget oppure dalla necessità / volontà di essere più liberi rispetto agli orari "imposti" da una struttura ricettiva, oppure poter gestire in prima persona l'alimentazione dei più piccoli di casa.

Per coloro che scelgono una struttura a pagamento (il 70% dei turisti), rispetto all'anno scorso aumenta la scelta del "3 stelle", dal 60 al 66%, a scapito delle 2 stelle (dal 12 all'8%); rimane stabile l'accesso a strutture di lusso (4 o 5 stelle), in cui trova spazio il 25% dei turisti.

Colpisce l'attenzione verso quei piccoli lussi che rendono più comoda e piacevole la vita quotidiana: nelle loro scelte, i consumatori chiedono la presenza di piscina nei residence, di centri benessere in alberghi e villaggi turistici, di accesso a internet e tv satellitare nelle case in affitto.

In vacanza ... a che prezzi?

Il sondaggio realizzato a maggio da lastminute.com su un campione di 1.000 persone segnala l'importanza delle vacanze degli italiani: nonostante la crisi, non vi è alcuna intenzione di rinunciare, anche se i due terzi degli intervistati sono intenzionati a spendere meno di € 1.000 a persona e solo un quarto (23%) del campione spenderà tra 1.000 e 2.000 euro a testa. La spesa media per le vacanze torna ai livelli del 2008: attestandosi a € 1022, in crescita rispetto ai € 946 del 2009.

I budget disponibili non sono elevati, e pertanto consentono mediamente otto giorni di vacanza, per i quali, come già è iniziato a verificarsi dalla stagione 2009, si preferiscono strutture a 3 stelle oppure appartamenti privati, residence o agriturismo.

In vacanza ... perché?

La scelta del luogo di vacanza non si svolge più secondo l'antico dilemma "mare o monti": come ha segnalato il ministro per il Turismo, M.V. Brambilla "Un tempo però si partiva scegliendo una destinazione, adesso ci si orienta a seconda di ciò che si vuole fare". Un cambiamento che chiede agli operatori di costruire un'offerta diversificata, con circuiti "a tema" che possano rispondere a qualsiasi esigenza dei clienti.

SENTIERI DIGITALI

Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 - Roma
Tel. 06 5195 6778
Fax 06 5193 250

Iscrizione Tribunale di Roma
n. 538 del 4 dicembre 2007

Direttore responsabile

Francesco Chiappetta
f.chiappetta@sentieridigitali.it

Vice direttore esecutivo

Marilena Giordano
m.giordano@sentieridigitali.it

Redazione

Andrea Chiappetta
a.chiappetta@sentieridigitali.it
Andrea La Mesa
a.lamesa@sentieridigitali.it

Collaboratori in questo numero:

Federica Chiappetta
Annalisa Mancini
Francesca Vespignani

Per la pubblicità, scrivere a:
promo@sentieridigitali.it

Editore

SI-IES Istituto Europeo Servizi Srl
Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 Roma



Associato
All'Unione Stampa Periodica Italiana
(USPI)