



TRAVEL HASHTAG A CREMONA: OSPITALITÀ, MARKETING TERRITORIALE E TURISMO ACCESSIBILE I TEMI DELLA DECIMA EDIZIONE

La decima edizione di **Travel Hashtag**, l'evento-conferenza internazionale itinerante ideato per approfondire gli scenari del futuro dell'industria del turismo, è andata in scena a Cremona il 21 e 22 marzo scorso in collaborazione con il Comune di Cremona e Cremona Turismo ed il contributo di Regione Lombardia.

L'evento, unica tappa in Italia del 2023, per la prima volta aperta al pubblico e trasmessa in diretta televisiva, ha portato a Cremona diversi esperti del Travel con background internazionale che hanno dato vita a una serie di incontri e occasioni di confronto sul tema del turismo culturale con i principali stakeholders e imprenditori del territorio vocati all'incoming. *"La partecipazione e il forte coinvolgimento della città ci hanno permesso di rendere ancora più concreta la condivisione dei contenuti sul tema dello sviluppo turistico e della promozione delle città d'arte e cultura di piccole e medie dimensioni"* – spiega **Nicola Romanelli**, fondatore e presidente di **Travel Hashtag** – *"La qualità degli interventi e il livello dei relatori hanno reso il nostro format un laboratorio di contributi e spunti sul cui follow-up saremo tutti ingaggiati"*.

LA CONFERENZA DI APERTURA

Nella meravigliosa cornice dell'auditorium G. Arvedi del Museo del Violino, a dare il via ai lavori un'emozionante esibizione musicale della violinista giapponese **Lena Yokohama**, che ha suonato lo **Stradivari Vesuvius 1727**, introdotta da **Virginia Villa**, Direttrice della Fondazione Museo del Violino Antonio Stradivari. Si sono, quindi, alternati sul palcoscenico: **Dora Paradies**, Esperta di destination marketing, *"La proposta di valore delle destinazioni turistiche si deve aggiornare costantemente alle mutevoli esigenze del turista"*. **Giancarlo Dell'Orco**, consulente di destination management, *"Prima di definire un piano strategico occorre stimolare il confronto con le comunità locali, monitorarne il sentiment e coinvolgerle nella formazione"*. **Leonardo Cesarini**, COO di Trenord, *"Andiamo verso la creazione di hub di mobilità territoriale attorno alle stazioni ferroviarie e gestiti attraverso piattaforme digitali integrate MAAS, mobility as a service"*. **Massimiliano Zanardi**, COO del Gruppo Marzocco, *"Per rilanciare le piccole città e trasformarle in destinazioni serve creare una vera cultura di ospitalità del territorio e imparare a relazionarsi con le esigenze del turista internazionale, sviluppando il sistema destinazione attorno alle forme di hospitality"*. **Enzo Carella**, Presidente di FederTerziario Turismo, *"Il turismo è il tessuto connettivo del nostro sistema ed è fatto di persone: dobbiamo puntare su qualità e formazione per colmare la distanza tra mercato del lavoro e scuole e enti di formazione"*. **Valentina Quattro**, Industry Relations Director Italy & Spain di The Fork, *"Il pubblico premia chi sa raccontare il proprio prodotto puntando sul territorio e sui fornitori locali"*. **Simona Tedesco**, Direttore del mensile DOVE, *"La priorità è produrre contenuti di qualità basati su esperienze reali, vissute in prima persona"*. **Gianluca Galimberti**, Sindaco di Cremona, *"Servono una profonda e orgogliosa consapevolezza dei propri elementi di unicità, un'analisi qualitativa e continua dei dati e strategie che includano piani di promozione internazionale su tutti i media"*.

I TALK

A seguire, a Palazzo Trecchi, il primo dei tre approfondimenti è stato dedicato all'ospitalità delle città d'arte e cultura di piccole e medie dimensioni. Tutti concordi i relatori sull'approccio da adottare per attirare flussi internazionali: programmazione a medio-lungo termine e qualificazione del sistema ricettivo in modo integrato. **Alessandro Callari**, Regional Manager Italia, Malta e Israele di [Booking.com](https://www.booking.com) ha dedicato uno speciale focus al segmento in oggetto, fotografando le motivazioni di viaggio del turista internazionale e le relative differenziazioni per singole nazionalità. L'opportunità che emerge dall'analisi dei dati è la creazione di politiche e iniziative specifiche dedicate espressamente ai singoli segmenti di viaggiatori internazionali, in particolare attorno agli eventi sul territorio concepiti e dedicati ai viaggiatori internazionali nei periodi di bassa stagione. **Davide Scarantino**, Presidente Italianway, **Giorgio Palmucci**, di Confindustria Alberghi e **Marco Celani**, Presidente di AIGAB (questi ultimi due in video) hanno convenuto che lo sviluppo dell'ospitalità alberghiera ed extra-alberghiera serve in modo coordinato le mutevoli e articolate esigenze del viaggiatore di oggi, che sceglie la sistemazione hotel in occasione di alcuni viaggi, per poi optare per dimore storiche, ville o altre esperienze meno tradizionali in altre circostanze. L'essenziale è puntare sulla qualità degli asset e sulle proposte di esperienze. Da profondi conoscitori dell'ospitalità di alto livello, **Sauro Mariani**, hospitality advisor e **Massimiliano Zanardi**, COO di Marzocco Group, hanno evidenziato l'importanza della profilazione del cliente non solo per paese di provenienza e tipologia di viaggio, ma anche in relazione ad indicatori qualitativi sempre più particolareggiati di cui tenere conto nello sviluppo del prodotto.

Il turismo accessibile, invece, è stato il focus del secondo talk. Dopo il saluto istituzionale del **Ministro per la disabilità Alessandra Locatelli**, **Travel Hashtag** ha affrontato i temi e le esigenze di questo segmento direttamente con chi vive e si occupa di disabilità

come principale area di business. Partendo dalla constatazione che esiste un enorme potenziale, la discussione ha toccato aspetti tecnici, pratici e strutturali: come rispondere e gestire la crescente domanda di chi vive forme diverse di disabilità e ricerca servizi di turismo culturale e esperienziale di qualità? Per **William Del Negro**, Fondatore di Willeasy, startup Innovativa a vocazione sociale, la risposta è nell'integrazione dei dati in un unico database che permetta di fornire informazioni e soluzioni ai differenti tipi di necessità speciali. Una strada che intende percorrere anche **Marta Grelli**, fondatrice di Travelin, piattaforma che raccoglie servizi di accessibilità per permettere di fruire di servizi turistici e culturali anche ad utenti con disabilità cognitiva, motoria, sensoriale e fisica. **Luigi Passetto**, Responsabile Turismo Accessibile dell'associazione ANGLAT, ha portato la sua esperienza pluriennale come tour operator specializzato nella costruzione e vendita di pacchetti turistici per persone con disabilità, evidenziando la difficoltà nel reperire strutture alberghiere e servizi turistici adatti per il suo target di clientela. Un tasto toccato senza filtri dalla nota giornalista e diversity teller **Valentina Tomirotti** che ha raccontato quanto sia poco libera la scelta di viaggio per un disabile: " *Ci sono luoghi che non posso e che non potrò mai visitare*". La strada tracciata dal Comune di Cremona per favorire inclusione e accessibilità è stata presentata dall'Assessore alle Politiche Sociali **Rosita Viola**, che ha concluso i lavori della prima giornata.

Il terzo e ultimo talk, in agenda nella mattina di mercoledì 22 marzo, è stato dedicato alla valorizzazione del territorio attraverso una rinnovata consapevolezza e una nuova cultura del turismo, con contributi di grande ispirazione e indirizzo, come quello di **Alessandra Priante**, Direttore Europa di UNWTO. I relatori hanno evidenziato come esistano spazi per nuove esperienze e per lo sviluppo di nuove nicchie di turismo, segmentate per nazionalità e interessi dei viaggiatori. **Roberta Garibaldi**, Vicepresidente del Comitato Turismo OCSE ha parlato delle opportunità nel turismo eno-gastronomico e dell'importanza dei dati a supporto di politiche di promozione e sviluppo dei territori. **Davide Cassani**, Presidente di APT Emilia-Romagna ha fornito insight stimolanti sulle necessità dei viaggiatori appassionati di bicicletta e delle differenze con i turisti stranieri interessati a esperienze di scoperta lenta dei territori in versione bike & food. **Silvia Livoni Colombo**, esperta di marketing territoriale, ha approfondito le varie sfaccettature del ciclo-turismo e le opportunità di un segmento in crescita esponenziale. **Giancarlo Dell'Orco**, esperto di destination management, ha parlato della rinascita dei borghi e di alcune iniziative di sostenibilità sociale e coinvolgimento delle comunità locali che hanno fatto notizia. **Leonardo Cesarini**, Direttore Commerciale di TRENORD, ha presentato il progetto Gite in Treno, che combina itinerari di prossimità in Lombardia con esperienze di sport, divertimento cultura e spettacolo che hanno rappresentato un prodotto innovativo in grado di generare 8.8 milioni di viaggiatori leisure. **Antonio Nicoletti**, Direttore Generale APT Basilicata – in video collegamento – ha condiviso le opportunità di sviluppo delle aree interne e dei borghi grazie al Turismo delle origini, ovvero il viaggio di riscoperta della terra d'origine dei propri avi italiani compiuto dalle nuove generazioni di discendenti di italiani all'estero. **Zaira Magliozzi**, Art & Travel Storyteller e Content Creator, si è soffermata sui nuovi format di comunicazione e sull'importanza di emozionare e trasferire contenuti di qualità per raccontare in modo efficace una destinazione. In chiusura, **Barbara Manfredini**, Assessore al Turismo del Comune di Cremona, ha rivendicato la capacità di Cremona di fare sistema dentro e fuori i confini cittadini, mentre **Paolo Rizzi** dell'Università Cattolica di Piacenza ha presentato alcuni spunti e dati relativi al lavoro di analisi a supporto alla definizione del piano strategico del turismo della città di Cremona.

"Si è tratto di un importante laboratorio che sarà frutto di condivisione anche con gli operatori che non hanno potuto essere presenti per trovare insieme nuove forme di comunicazione del 'bello e del buono' della nostra città e del territorio. Da raccontare ai nuovi mercati nazionali e internazionali", è il commento dell'Assessore al Turismo Barba Manfredini.

Per il sindaco di Cremona **Gianluca Galimberti** " *Travel Hashtag a Cremona è stata un'esperienza formativa e di stimolo di grande rilevanza che ci permetterà di acquisire ancora maggiore consapevolezza rispetto alle potenzialità che la nostra città può e deve esprimere soprattutto sui mercati internazionali*".

Travel Hashtag Ltd | 8 Hillview Road | London | NW7 1AJ | hello@travel-hashtag.com | www.travel-hashtag.com