



[Turismo esperienziale | Riviera di Bellezza e Turismo 4.0 presentati a Salotto Kapperi | Giardini d'autore](#)

Rimini, 17 maggio 2021 – I turisti oggi sono dei veri e propri “cittadini temporanei” delle località che visitano e le loro necessità, per tanti aspetti, sono sovrapponibili alle esigenze degli abitanti del luogo. Queste le premesse che hanno guidato la presentazione di “Turismo 4.0” e “Riviera di Bellezza”, un libro e un sito dedicati al mondo del turismo firmati da **Adrias Online**, una delle principali agenzie di marketing e comunicazione italiane verticali dedicate al settore.

La cornice di presentazione dei progetti è stata la mostra *Giardini d'Autore*: il più importante evento dedicato al green del territorio, organizzato nel grande polmone verde della città di Rimini dal 14 al 16 maggio, presso Piazza sull'Acqua, Ponte di Tiberio, Borgo San Giuliano.

Salotto Kapperi è stato il talk organizzato nella prima giornata della manifestazione dall'agenzia Nuova Comunicazione. Valentina Ridolfi,

Coordinatrice progetti Piano Strategico Rimini, ha dialogato con il Sindaco della città Andrea Gnassi e con Francesco Piersimoni, cofondatore di Adrias Online insieme a Barbara Canducci e autore del libro **Turismo 4.0. Innovazione, marketing e CRM per un approccio centrato sull'ospite.**

IL LIBRO TURISMO 4.0

È un **libro interdisciplinare che parla di innovazione, marketing turistico 4.0 e turismo esperienziale.** A partire da un approccio ad ampio spettro, Piersimoni – con esperienza ventennale nel marketing turistico e specifiche competenze nel digital marketing applicate al travel – ha parlato alle strutture alberghiere e a chi lavora con i turisti. Al **lettore B2B** ha consigliato di mantenere sempre una visione orientata alla soddisfazione del turista anche nei giorni di soggiorno, massimizzando durante la vacanza *l'interazione digitale* col cliente.

“La nascita e il rapido sviluppo della sharing economy e dei suoi servizi basati sulla condivisione ha portato profonde modifiche nella società e nella cultura. Cambiamenti che si riflettono anche nel turismo: condivisione, comunicazione, esperienze ed espressione di sé sono diventati centrali nel modo di vivere il viaggio. Se lo scopo del turista un tempo era *tornare a casa riposato e rilassato*, oggi desidera qualcosa in più: rientrare arricchito, soddisfatto, cambiato da conoscenze e da esperienze autentiche” spiega l'autore.

Piersimoni ha parlato del valore del **turismo esperienziale** che pensa per nicchie e offre vacanze *taylor made*, originali e nuove, adatte alle esigenze del singolo visitatore. “È il turismo dei giorni nostri che nasce da e per una generazione cresciuta con il digitale e Internet, abituata ad avere tutto su misura”. Una conferma arriva anche da una ricerca di Skift, celebre società americana specializzata in trends e analisi sul comportamento, le motivazioni e le preferenze dei viaggiatori. Alla domanda “Che cosa è più importante per te quando pianifichi un viaggio?”, solo il 35% degli intervistati risponde che è “Riposarsi e ricaricarsi”.

“Per poter offrire, a ciascun turista, un'esperienza di soggiorno personalizzata in funzione dei propri interesse e desideri, i dati messi a disposizione dal digitale diventano fondamentali. L'obiettivo, grazie a strumenti quali il CRM – *Customer Relationship Management* – è costruire proposte di soggiorno specifiche “*data driven*” (basate per tanto sui dati) e di riuscire a proporre nicchie di turisti con specifiche esigenze” conclude Piersimoni

RIVIERADIBELLEZZA.IT – IL NUOVO SITO DEDICATO AL TURISMO ESPERIENZIALE NELLA RIVIERA ADRIATICA

A partire dall'importanza, oggi ancora di più, di offrire a un potenziale turista un'idea di vacanza che risponda ai propri reali interessi e desideri, **Adrias Online ha studiato un nuovo progetto. È “Riviera di**

Bellezza", un progetto editoriale dedicato al turismo esperienziale che è stato protagonista di una tavola rotonda organizzata nella giornata di domenica, sempre in occasione della mostra Giardini d'Autore.

L'evento di presentazione, che porta nuovamente la firma di Nuova Comunicazione, è stato moderato da **Rita Celli, giornalista e professionista della comunicazione.**

Ospiti della presentazione **Vanessa e Valentina Bartolucci** dell'Hotel Continental di Gabicce e **Andrea Cavallotti** di Dubo Design.

"Riviera di Bellezza pone l'esperienza al centro di una vacanza: prima le persone s'innamorano di una località e delle sue peculiarità e, in un momento successivo, prenotano in una delle strutture" spiega Barbara: "Il sito racconta le bellezze, da qui il richiamo nel nome, della Riviera romagnola, delle Marche e della Riviera abruzzese e propone ai turisti idee e suggerimenti per poter vivere pienamente queste destinazioni, mostrando luoghi meno noti, raccontando storie e aneddoti sconosciuti, spiegando tradizioni e abitudini locali e, insieme, raccontando le diverse esperienze che un luogo ha la possibilità d'offrire, così da rendere la vacanza unica e speciale per tutti".

Il progetto nasce per raccontare i tantissimi aspetti della nostra Riviera che non tutti conoscono. "Alcuni ancora pensano che vi siano solo la spiaggia, la buona tavola e l'ospitalità tipica. Certo, questi sono le fondamenta della nostra storia turistica, ma c'è anche molto altro. Penso al Parco del Mare, a Rimini che è candidata Capitale per la Cultura 2024, ai borghi dei nostri entroterra che sono fra i più premiati con le bandiere Arancioni del Touring Club" continua Barbara.

Riviera di Bellezza è un prodotto editoriale che guida e consiglia il turista sugli itinerari da percorrere, per vivere un'autentica esperienza di soggiorno. Il materiale pubblicato è inedito, i testi sono articoli redatti da copy professionisti e le immagini sono scattate da fotografi esperti che hanno viaggiato per i territori e desiderano, con i loro racconti fotografici, far vivere un'idea di vacanza. "Parliamo di bellezza! Noi desideriamo raccontarla con contenuti di qualità, storytelling, materiale visivo che possa generare empatia con i nostri lettori" spiega Barbara.

Oggi il turismo esperienziale è una realtà. "I souvenir, in un'epoca in cui la personalizzazione è forte e presente per quasi tutte le tipologie di prodotti, sono le emozioni associate a un'esperienza originale, autentica e personalizzata. Se una volta la nostra offerta balneare era sufficiente, ora complice il digitale e le tecnologie, le aspettative sono differenti. Il turismo dei prossimi anni non potrà essere un'eccezione. Sarà importante imparare a diversificare l'offerta".

Laura Ravasio cell. 348 9330574 email ravasio@nuovacomunicazione.com

Barbara Bastianelli cell. 335 1386454 email barbara@nuovacomunicazione.com

Ufficio Stampa

Per richieste e approfondimenti

Greta La Rocca, 333.3191963, greta@gretalarocca.com

Eleonora Tosco, 3911857887, press@eleonoratosco.it