

DISCIPLINARE DI QUALITÀ

HOMO FABER – LE MARCHE DEL SAPER FARE



Sono stati individuati n. 14 standard di qualità. Ogni standard identifica un attributo specifico che l'esperienza turistica, per essere definita tale, deve possedere.

Il turismo esperienziale si fonda su una idea di trasformazione che coinvolge simultaneamente il fornitore dell'esperienza (cd. *host*) e il fruitore (cd. *turista*). Per questo, si intende analizzare ciascun attributo considerando entrambe le prospettive dei soggetti in gioco.

L'*host*, per poter pubblicare l'esperienza, deve riconoscere la presenza degli attributi e quindi il rispetto del seguente disciplinare. Allo stesso tempo, il turista, compilando un breve questionario al termine dell'esperienza, ne "certifica" la qualità in una scala di valori.

Gli standard sono stati divisi in 3 macro gruppi (in ordine: la struttura, la comunicazione, gli effetti).

Di seguito, i primi 6:

LA STRUTTURA

1) L'esperienza è un'attività unica con *scene* e *attori* definiti, costruita con attenzione e preparazione, ma non per questo "teatrale" e finta.

T.: mi sono sentito parte di una vera e propria rappresentazione scenica, proposta da persone altamente qualificate.

2) L'esperienza è una storia coinvolgente costruita intorno a un preciso filo conduttore, che rappresenta la passione dell'*host*. Per questo è unica.

T.: mi sono sentito parte di una storia appassionante e autentica che avrei potuto vivere soltanto lì.

3) L'esperienza include un fattore *inaspettato*, che genera stupore e un ricordo memorabile.

T.: sono stato fortemente sorpreso dalla presenza di un elemento inaspettato.

4) L'esperienza è eclettica, capace quindi di unire la dimensione artistica / enogastronomica con altri interessi (natura, cultura, storia). È l'interazione personale con

questa profondità di contenuto, che ciascuno percepisce in maniera personale in base al proprio vissuto, che rende ogni esperienza unica.

T.: sono stato coinvolto in un racconto emozionante che ha unito differenti aspetti della cultura locale.

5) L'esperienza è esclusiva: l'host si rivolge a un pubblico ristretto (max. 15 persone) e ben definito.

T: ho percepito un forte senso di personalizzazione, come se l'esperienza fosse stata pensata per me.

6) L'esperienza è sostenibile, ossia valorizza le piccole produzioni locali ed è a basso impatto ambientale. Il turismo esperienziale, a differenza del modello *Disney*, ha infatti lo scopo di preservare la qualità del luogo visitato e di abbattere la logica di standardizzazione (alto impatto ambientale, alto volume di persone in un luogo e rendimento monetario relativamente basso per il fornitore, per persona ricevuta).

T: ho apprezzato l'adozione di pratiche ambientali sostenibili messe in campo dall'azienda e la promozione (e la difesa) della tradizione locale e di uno stile di vita autentico.



Di seguito il **secondo macro gruppo di 4 standard**:

LA COMUNICAZIONE

7) Offrire un'esperienza significa anche saperla proporre, ossia saper comunicare con testi, foto e video accattivanti, capaci di motivare il viaggio e la scoperta di un nuovo mondo.

T: la presentazione dell'esperienza è stata originale e mi ha spinto a prenderne parte.

8) L'host motiva il desiderio promettendo "la cosa giusta" in maniera onesta e credibile, non creando dunque false aspettative.

T: l'esperienza vissuta è stata fedele alla presentazione e ha pienamente mantenuto le aspettative create.

9) La presentazione dell'esperienza deve essere completa, in grado di fornire tutte le informazioni utili per poter partecipare al meglio (e in sicurezza) all'esperienza.

T: l'host mi ha fornito informazioni accurate e complete in merito allo svolgimento dell'attività e ai possibili rischi.

10) L'host si impegna a comunicare con il turista sia prima dell'esperienza (es. indicazioni stradali, contenuti preparatori per stimolare il desiderio, etc.), sia dopo la realizzazione (follow up, es. messaggi di ringraziamento, feedback, novità dell'azienda, etc.).

T: ho percepito una grande attenzione e una grande cura da parte dell'host nei miei riguardi prima e dopo l'esperienza



Di seguito il terzo macro gruppo di 4 standard:

GLI EFFETTI

11) L'esperienza, incoraggiando relazioni autentiche e motivando l'incontro di diverse culture, amplia gli orizzonti personali e favorisce una cultura di integrazione e di promozione della diversità. Condividere la propria cultura richiede un atteggiamento di piena apertura da entrambe le parti e un desiderio di accogliere "nuova conoscenza".

T: mi sono sentito parte di un ambiente multiculturale, che mi ha fortemente stimolato

12) L'esperienza, coinvolgendo tutti e cinque i sensi, immerge il visitatore nella cultura del posto e gli regala momenti di evasione dalla realtà ordinaria.

T: durante l'esperienza ho provato più volte la sensazione di fuga dalla mia realtà quotidiana.

13) L'esperienza genera una trasformazione, ossia una crescita interiore basata sulla condivisione di valori e sull'apprendimento di nuove conoscenze / abilità / insegnamenti di cui far tesoro per la vita di tutti i giorni. Nessuno dei due avrà successo senza la piena partecipazione dell'altro.

T: mi sento arricchito dall'esperienza vissuta e porterò sempre un ricordo con me della giornata.

14) L'esperienza genera appartenenza e un legame forte host - turista. Per questo il visitatore è propenso ad acquistare i prodotti tipici dell'azienda e del territorio e a *passare parola* al ritorno a casa.

T: ho acquistato al termine dell'esperienza i prodotti tipici dell'azienda e del territorio e desidero fortemente far conoscere questa realtà ai miei familiari e amici.

