

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA
SCUOLA DI LETTERE E BENI CULTURALI

Corso di laurea magistrale in
Scienze della Comunicazione Pubblica e Sociale

La metamorfosi dell'esperienza di viaggio
con l'avvento del Web 2.0: il Travel 2.0

Tesi di laurea in
Sociologia della Comunicazione Multimediale

Relatore Prof. Saveria Capecchi

Correlatore Dott.ssa Michela Zingone

Presentata da

Eleonora Lisa Schulze Battmann

Sessione

II

Anno accademico

2014 - 2015

Indice

Indice	4
Introduzione	6
1. Il Web 2.0	8
1.1. Breve storia del Web 2.0.....	8
1.2. La nascita del prosumer.....	14
1.3. User Generated Content	15
1.3.1. I blog	16
1.3.2. I wiki	17
1.3.3. I Social Network	18
1.4. Il Web tra condivisione e partecipazione.....	21
2. Il Travel 2.0	24
2.1. Il Web 2.0 nel turismo: la nascita del Travel 2.0	24
2.2. Breve storia del Travel 2.0.....	26
2.3. Dati sul Travel 2.0 in Italia e nel resto del mondo.....	29
2.4. Le agenzie di viaggio tradizionali	34
2.5. Online Travel Agencies	36
2.5.1. Booking.com	37
2.5.2. Expedia.....	40
2.6. L'User Generated Content nel Travel 2.0.....	42
2.6.1. I Social Network	43
2.6.2. I blog di viaggio	45
2.6.3. I siti di rating e il passaparola elettronico	49
3. La ricerca qualitativa: la formazione dell'esperienza di viaggio	53
3.1. L'esperienza di viaggio.....	53

3.2. Nota metodologica.....	57
3.2.1. Gli intervistati	58
3.3. Le tre fasi della formazione dell'esperienza di viaggio.....	60
3.3.1. L'organizzazione del viaggio	61
3.3.2 L'esperienza di viaggio	66
3.3.3 Il ritorno e la narrazione dell'esperienza di viaggio.....	69
3.3. La percezione della metamorfosi del Travel 2.0: i pareri degli intervistati.....	74
3.4. Nota conclusiva della ricerca.....	80
Conclusione	82
Bibliografia	85
Sitografia	89
Appendice I - Interviste ai fini della ricerca qualitativa	92
Appendice II - Intervista ad Andrea D'Amico, Regional Director di Booking.com per l'Italia	127
Appendice III - Intervista a Giulia Eremita, Responsabile Marketing e Comunicazione per Trivago Italia	129

Abstract

Con l'avvento del Web 2.0 si assiste ad una vera e propria rivoluzione. Cambiano le abitudini, le relazioni interpersonali, l'acquisto e la promozione di un prodotto, e si trasforma anche l'utente, ora sempre indipendente, capace di creare contenuti, di interagire con gli altri internauti e di reperire informazioni autonomamente.

Con la globalizzazione, con i nuovi mezzi di comunicazione, ci troviamo in un "villaggio globale" – citando Marshall McLuhan (1976) – le distanze si sono accorciate e si percepisce il mondo come una sorta di villaggio. Negli ultimi decenni il viaggio è cambiato, sebbene non sia più una pratica così densa di significato, se non in determinate situazioni, perlomeno è diventato accessibile ad un pubblico più vasto e più facile anche da organizzare.

È stata una rivoluzione iniziata più di vent'anni fa, ma a partire dagli anni 2000 il Web 2.0 e gli strumenti hanno coinvolto anche l'esperienza di viaggio; nasce ciò che viene definito come "Travel 2.0", dominato dai principi di condivisione e di partecipazione. Si è passati da un'era in cui per viaggiare bisognava recarsi in un'agenzia di viaggio, ad un'era in cui è possibile prenotare aereo, treno e alloggio comodamente da casa a qualsiasi ora del giorno, personalizzando e creando un'esperienza più consona alle proprie esigenze. Si assiste quindi ad un processo di disintermediazione, in cui è l'utente il protagonista, e il rapporto tra consumatore e produttore è diretto, rendendo marginale la necessità di intermediari quali le tradizionali agenzie di viaggi. Nei primi due capitoli di questo elaborato ho pertanto proposto una panoramica generale sul Web 2.0 e il Travel 2.0, necessaria per introdurre quest'idea di metamorfosi dell'esperienza di viaggio.

La condivisione e la partecipazione sono gli argomenti base di tutto il primo capitolo, poiché rappresentano le fondamenta su cui si poggia il Web 2.0. Si inizia infatti con un breve excursus sulla nascita del Web, partendo dagli anni '90, anni in cui Tim Berners-Lee dà vita al World Wide Web, fino ad arrivare ai giorni nostri con l'introduzione di una nuova figura, definita come prosumer, e dei contenuti generati dagli utenti – UGC – come i blog, i wiki e i Social Network.

Dopo aver individuato i cambiamenti avvenuti nell'individuo e nelle sue reti sociali, nel secondo capitolo si approfondiscono le trasformazioni che il settore del turismo e l'esperienza di viaggio hanno subito. L'interazione e la partecipazione dei viaggiatori è aumentata in

maniera esponenziale in questi ultimi anni, per questo motivo, dopo una breve storia del Travel 2.0, è stato analizzato qualche dato riguardante la situazione attuale, toccando sia l'Italia che l'estero. Successivamente si parla di agenzie di viaggio tradizionali e di agenzie di viaggio online, quali Expedia e Booking.com, evidenziando le caratteristiche di ciascuna tipologia. Infine sono trattati gli User Generated Content, ripresi nel primo capitolo, applicati ora al settore del turismo, come i blog di viaggio o i siti di rating.

Al fine di analizzare in maniera più approfondita i cambiamenti che hanno attraversato il settore del turismo, ho eseguito personalmente una ricerca di tipo qualitativo, intervistando venti ragazzi nati tra il 1977 e il 1997, ovvero appartenenti alla "Net Generation", la generazione abituata già in tenera età ad utilizzare dispositivi elettronici ed Internet. Prefiggendosi come obiettivo lo studio e l'analisi della metamorfosi dell'esperienza di viaggio, le interviste sono state condotte considerando tre momenti tipici dell'esperienza di viaggio, interrogando i soggetti riguardo al loro personale utilizzo degli strumenti offerti dal Web 2.0 e dalle nuove tecnologie, quali le agenzie di viaggio online, i siti di rating, i blog e i social network, cercando di creare un confronto con le risorse "offline", quali le agenzie di viaggio tradizionali. In modo particolare, si sono volute analizzare le loro abitudini di viaggio, tenendo in considerazione i principi di partecipazione e di condivisione del Web 2.0, e la percezione che hanno avuto riguardo ai cambiamenti avvenuti in questi ultimi anni. Il terzo capitolo ha rappresentato quindi il terreno dell'analisi delle tre fasi dell'esperienza di viaggio.

Sono stati analizzati diversi aspetti, riportando di volta in volta le interviste condotte. Nella fase di pianificazione e di organizzazione di un viaggio, è stata riscontrata una predilezione verso le risorse online. Tuttavia, l'agenzia rimane la preferita per alcuni tipi di viaggi, quali i viaggi di nozze, o i viaggi intercontinentali, poiché è considerata più affidabile rispetto ad Internet. Per quanto riguarda le recensioni, si è potuto rilevare quanto esse siano considerate poco attendibili, moderatamente consultate e di inferiore importanza, rispetto all'economicità di un determinato servizio. Durante e dopo il viaggio, invece, i soggetti hanno dichiarato di fare un grande uso degli strumenti offerti dal Web, specialmente dei Social Network; principalmente utilizzati per condividere le foto con le proprie reti sociali, che siano esse gli "amici" su Facebook o i "follower" su Instagram. Al contrario, la narrazione che segue l'esperienza di viaggio, è preferita di persona, senza alcuna mediazione tecnologica, poiché si ha la possibilità di raccontare con qualche dettaglio o particolare in più, o episodi più privati,

o perché si preferisce fare una sorta di selezione degli interlocutori, e raccontare il proprio viaggio solo alle persone che realmente mostrano interesse.

Le risorse online sono alla fine dei conti le più utilizzate, perché sono rapide, comode e soprattutto convenienti, e permettono di prenotare e organizzare un viaggio direttamente dalla propria casa; sono inoltre più accessibili, poiché offrono la possibilità di viaggiare anche a diverse tipologie di target.

Bibliografia

- Anderson P. (2007) *What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education*, JISC Technology and Standards Watch
- Antonioli Corigliano M., Baggio R. (2011) *Internet & Turismo 2.0. Tecnologie per operare con successo*, Egea, Milano
- Antonioli Corigliano M., Baggio R. (2002) *Internet & Turismo. Tecnologie per competere*, Egea, Milano
- Amaturò E. (2012) *Metodologia della ricerca sociale*, De Agostini Scuola, Novara
- Arvidsson A., Delfanti A. (2013) *Introduzione ai media digitali*, il Mulino, Bologna
- Barreda A., Bilgihan A. (2013) *An analysis of user-generated content for hotel experiences*, Journal of Hospitality and Tourism Technology Vol. 4 No. 3, Emerald, pp. 263-280
- Bennato D. (2011) *Sociologia dei media digitali*, Laterza, Roma-Bari
- Bichi R. (2007) *La conduzione delle interviste nella ricerca sociale*, Carocci editore, Roma
- boyd d., Ellison N. (2008) *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, Journal of Computer-Mediated Communication, 13, pp. 210 - 229
- Buhalis D., Law R. (2008) *Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet – The state of eTourism research*, Tourism Management, 29, Elsevier, pp. 609-623
- ComScore ed Expedia MediaSolutions (2013) *Travel Content Journey*
- Dabholkar P. A. (2006) *Factors influencing consumer choice of a “rating web site”: an experimental investigation of an online interactive decision aid*, Journal of Marketing Theory and Practice, 14 (4), pp. 259-273.
- Dell’Ara G. (2009) *Le nuove frontiere del marketing del turismo*, FrancoAngeli, Milano
- Ferri P., Mizzella S., Scenini F. (2009) *I nuovi media e il web 2.0. Comunicazione, formazione ed economia nella società digitale*, Edizioni Angelo Guerini e Associati SpA, Milano

- Garibaldi R, Peretta R. (2011) *Facebook in Tourism. Destinazioni turistiche e Social Network*, FrancoAngeli, Milano
- Gentile R. (2002) *Agenzie di viaggi e network. Nuove tendenze della distribuzione turistica in Italia*, Hoepli, Milano
- Gillmor D. (2004) *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, O'Reilly Media, Sebastopol, CA
- Granieri G., Perri G. (2009) *Linguaggi digitali per il turismo*, Apogeo, Milano
- Green N. (2002) *On the move: Technology, mobility, and the mediation of social time and space*, The Information Society, 18(4), pp. 281-292
- Gretzel U., Jamal T. (2009) *Conceptualizing the creative tourist class: Technology, mobility, and tourism experiences*, Tourism Analysis, 14(4), pp. 471-481
- Hennig-Thurau T. et al. (2004) *Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?*, Journal of Interactive Marketing, 18 (1), pp. 38–52.
- Iannone R., Rossi E., Salani M.P. (2005) *Viaggio nel viaggio. Appunti per una sociologia del viaggio*, Meltemi editore, Roma
- Jennings G. ,Lee Y.S., Ayling A., Lunny B., Cater C., Ollenburg C. (2009) *Quality Tourism Experiences: Reviews, Reflections, Research Agendas*, Journal of Hospitality Marketing & Management, 18:2-3, pp. 294-310
- Jenkins H. (2010) *Culture partecipative e competenze digitali : media education per il XXI secolo*, Guerini Studio, Milano
- Jenkins H. (2006) *Cultura convergente*, trad it. Maggioli Editore, Santarcangelo di Romagna 2014
- Jenkins H., Ford S., Green J. (2013) *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, trad it. Maggioli Editore, Santarcangelo di Romagna 2013
- Kaufman J. (2009) *L'intervista*, trad. it il Mulino, Bologna
- Lovink G. (2011) *Ossessioni collettive. Critica dei social media*, trad. it. Università Bocconi Editore, Milano 2012
- Lucidi F., Alivernini F. e Pedon A. (2008) *Metodologia della ricerca qualitativa*, il Mulino, Bologna

- Mariani M.M., Baggio R., Buhalis D. & Longhi C. (2014) *Tourism management, marketing, and development. Volume I: The importance of Networks and ICTS*, Palgrave Macmillan, New York
- Mascheroni G. (2007) *Le comunità viaggianti. Socialità reticolare e mobile dei viaggiatori indipendenti*, FrancoAngeli, Milano
- McLuhan M. (1976) *La galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografico*, Armando Editore, Roma
- Minazzi R. (2015) *Social Media Marketing in Tourism and Hospitality*, Springer International Publishing Switzerland
- Mintel Group (2014) *The Changing Face of Technology in Travel and Tourism*
- Munar A.M., Gymóthy S., Cai L. (2013) *Tourism Social Media: Transformations in Identity, Community and Culture*, Emerald, Bingley (UK)
- Neuhofer B., Buhalis D. (2012) *Understanding and managing technology-enabled enhanced tourist experiences*, The 2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management, Corfu, June
- Neuhofer B., Buhalis D., Ladkin A. (2012) *Conceptualising technology enhanced destination experiences*, Journal of Destination Marketing & Management, 1(1-2), pp. 36-46.
- Neuhofer B., Buhalis D., Ladkin A. (2014a) *A Typology of Technology-Enhanced Tourism Experiences*, International Journal of Tourism Research, 16, pp. 340-350
- Neuhofer B., Buhalis D., Ladkin A. (2014b) *Co-Creation through Technology: Dimensions of Social Connectedness*, in Xiang, Z. and I. Tussyadiah (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, Springer Verlag, Vienna, pp. 339-352
- Osservatorio Nazionale del Turismo (2014) *Le performance di vendita delle imprese del ricettivo*, a cura dell'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche
- Polizzi G. (2010) *La comunicazione della destinazione turistica al tempo di Internet*, McHraw-Hill, Milano
- Prunesti A. (2010) *Social media e comunicazione di marketing. Pianificare e gestire le attività di marketing e comunicazione dell'era del web 2.0*, FrancoAngeli, Milano
- Teti A. (2009) *Il futuro dell'Information & Communication Technology. Tecnologie, timori e scenari futuri della "global network revolution"*, Springer-Verlag Italia, Milano

- Think with Google (2014) *Google Travel Study - The 2014 Traveler's Road to Decision*, Ipsos MediaCT
- Toffler A. (1980) *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*, New York, Bantam, trad. it. La terza ondata, Sperling & Kupfer, Milano 1987
- Tung V. W. S., Brent Ritchie J. R. (2011) *Exploring the essence of memorable tourism experiences*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 4, pp. 1367–1386
- Tussyadiah I. P., Fesenmaier D. R. (2009) *Mediating the tourist experiences Access to Places via Shared Videos*, *Annals of Tourism Research* 36(1), pp. 24-40
- Unione Nazionale Consumatori (2015) *Turismo: come scegli la tua vacanza on-line?*, in collaborazione con Airbnb
- Uriely N. (2005) *The Tourist Experience. Conceptual Developments*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 1, pp. 199–216
- Wang D., Park S., Fesenmaier D. R. (2012) *The Role of Smartphones in Mediating the Touristic Experience*, *Journal of Travel Research*, vol. 51 no. 4, pp. 371-387

Sitografia

- <http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html> – (Consultato il 29.06.2015)
- <http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html> – (Consultato il 29.06.2015)
- https://en.wikipedia.org/wiki/File:Time_youcover01.jpg – (Consultato il 5.07.2015)
- <http://www.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206txt.html> – (Consultato il 12.08.2015)
- <https://it.wikipedia.org/wiki/Wikipedia> – (Consultato il 24.08.2015)
- https://it.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Attendibilit%C3%A0_di_Wikipedia – (Consultato il 24.08.2015)
- <https://it.wikipedia.org/wiki/Wiki> – (Consultato il 27.08.2015)
- http://henryjenkins.org/2006/11/eight_traits_of_the_new_media.html – (Consultato il 28.08.2015)
- <https://it-it.facebook.com> – (Consultato il 28.08.2015)
- <http://www.tnooz.com> – (Consultato il 10.09.2015)
- <http://www.theguardian.com/travel/2014/mar/12/how-25-years-of-the-web-inspired-travel-revolution> – (Consultato il 10.09.2015)
- <http://www.sabre.com> – (Consultato il 10.09.2015)
- <http://www.lonelyplanet.com> – (Consultato il 10.09.2015)
- <https://www.expedia.it> – (Consultato il 10.09.2015)
- <http://www.it.lastminute.com> – (Consultato il 10.09.2015)
- <http://www.kayak.it> – (Consultato il 10.09.2015)
- <http://www.skyscanner.it> – (Consultato il 10.09.2015)
- <http://www.tripadvisor.it> – (Consultato il 10.09.2015)
- <http://www.booking.com> – (Consultato il 10.09.2015)
- <https://www.airbnb.it> – (Consultato il 10.09.2015)
- <http://www.tripadvisor.it/TripAdvisorInsights/n2643/aumentate-le-prenotazioni-da-dispositivi-mobili-grazie-ai-dati-offerti-da-tripbarometer> – (Consultato l'11.09.2015)

- <http://www.tripadvisor.it/TripAdvisorInsights/n2006/unindagine-di-tripadvisor-rivela-che-gli-italiani-si-classificano-tra-i-viaggiatori-piu-connessi> – (Consultato l'11.09.2015)
- <http://www.panorama.it/economia/opinioni/prenotare-hotel-internet-siti-dominano-mercato/> – (Consultato il 12.09.2015)
- <http://www.booking.com/content/about.it.html?sid=eafeedc2d498f20617d821d2521eec39;dcid=4> – (Consultato il 12.09.2015)
- http://www.booking.com/index.it.html?sid=eafeedc2d498f20617d821d2521eec39;dcid=1;bb_ltbi=0&sb_price_type=total& – (Consultato il 12.09.2015)
- <http://pacchetti-vacanze.expedia.it> – (Consultato il 12.09.2015)
- <http://www.booking.com/faq.it.html?sid=50abe8799ee5cd98c2ab7fc2dd92c0ea;dcid=4> – (Consultato il 13.09.2015)
- <http://www.tripadvisor.it/TripAdvisorInsights/n2006/unindagine-di-tripadvisor-rivela-che-gli-italiani-si-classificano-tra-i-viaggiatori-piu-connessi> – (Consultato il 14.09.2015)
- <http://blog.edreams.it/smartphone-e-vacanze-studio-edreams/> – (Consultato il 14.09.2015)
- <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/> – (Consultato il 14.09.2015)
- travelbloggeritalia.it/comunicato-stampa-e-nata-lassociazione-italiana-travel-blogger/ – (Consultato il 14.09.2015)
- <http://www.turismoconsigli.com/> – (Consultato il 14.09.2015)
- <http://www.turismoconsigli.com/classifica-travel-blogger-italia-2014/> – (Consultato il 14.09.2015)
- http://www.tripadvisor.it/PressCenter-c4-Fact_Sheet.html – (Consultato il 14.09.2015)
- <http://www.tripadvisor.it/TripAdvisorInsights/n2252/tripbarometer-aprile-2014-edizione-italiana> – (Consultato il 14.09.2015)
- <https://compassunibo.wordpress.com/2015/03/14/internet-cambia-il-nostro-modo-di-viaggiare-cosa-ne-pensano-booking-e-trivago/> – (Consultato il 25.09.2015)
- <http://www.viaggiaredasoli.net> – (Consultato il 27.09.2015)
- <http://www.viaggiaredasoli.net/perche-viaggiare-da-soli/> – (Consultato il 27.09.2015)
- <http://www.viaggiaredasoli.net/consigli-pratici-per-chi-viaggia-da-solo/> – (Consultato il 27.09.2015)

- <http://www.viaggiaredasoli.net/esperienze-di-viaggio/> – (Consultato il 27.09.2015)
- <http://www.gate309.com> – (Consultato il 27.09.2015)
- <http://www.gate309.com/category/viaggiare-low-cost/> – (Consultato il 27.09.2015)
- <http://www.gate309.com/category/organizzazione/> – (Consultato il 27.09.2015)
- <http://www.gate309.com/category/10-cose-da-fare-a/> – (Consultato il 27.09.2015)
- [http://www.treccani.it/enciclopedia/esperienza_\(Dizionario-di-filosofia\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/esperienza_(Dizionario-di-filosofia)/) – (Consultato il 29.09.2015)
- <http://www.castiglioneviaggi.it> – (Consultato il 30.09.2015)
- <http://www.castiglioneviaggi.it/newsletter.html> – (Consultato il 30.09.2015)