

Viaggi

La formula



A Ferrara

Winter Wonderland - Natale in Giostra per i più piccoli

Un villaggio Lego sulla neve, con la ricreazione della saga di Star Wars, inaugura il Winter Wonderland - Natale in Giostra, venerdì 16 e sabato 17 alla Fiera di Ferrara. Il parco divertimenti al coperto più grande d'Italia festeggia il suo quinto compleanno con tanti eventi speciali: oltre al Winter Brick Mattoncini, i Super Pigiardini PJ Masks (26 dicembre), il cenone di

Capodanno, lo Spal day (3 gennaio) con alcuni atleti della squadra biancazzurra e torneo di calcio balilla, l'arrivo della Befana che distribuirà più di 1.500 calze, gli spettacoli live dei famosi youtuber Favij (7 gennaio) e i Mates (14 gennaio). L'ingresso al parco costa 4 € (ridotto 3 €, gratis i bambini sotto i 2 anni) (C.R.d'A.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lei
Ilaria Cazziol,
milanese
26 anni.
Professione
digital
specialist

Lui
Marco Mignano,
28 anni
marchigiano.
Professione
programmatore
freelance

Per seguire Ilaria e Marco nel loro viaggio:
www.viaggiosoloandata.it

11 luglio

Inizia il viaggio (2017)

22 mila

I chilometri da percorrere

Milano	Mosca	Ulan Bator	Pechino
<p>Ilaria e Marco si iscrivono a Workaway un sito per trovare lavoro in giro per il mondo in cambio di vitto e alloggio in famiglia. Quindi partono in aereo per Mosca</p> <p>www.workaway.info</p>	<p>20 le ore di volo per arrivare 200 gli euro spesi con volo AirBaltic</p> <p>Da qui prendono la Transmongolica verso Ulan Bator</p>	<p>20 i giorni di treno trascorsi 320 euro il costo del trasporto</p> <p>Ilaria e Marco trovano lavoro</p> <p>10 i giorni passati nel deserto del Gobi a accudire cavalli e capre insieme ai nomadi, prima di ripartire verso Pechino</p>	<p>3 mila i chilometri tra treno e bus per arrivare</p> <p>Dormono in tenda sulla Grande muraglia sotto la volta celeste</p>

Una spesa di 24 euro al giorno, 5 mesi di viaggio e 22 mila chilometri percorsi. È questa la tabella di marcia che si sono imposti Ilaria e Marco lo scorso 11 luglio alla partenza da Milano. Un viaggio «lento e low cost» con Mosca come destinazione iniziale. Da lì è partita l'avventura di 8.000 chilometri sui treni russi della Transmongolica, con uno stop nel deserto del Gobi prima di toccare Pechino. E poi giù a Shanghai per salire su una nave mercantile fino in Giappone. Ma anziché proseguire verso Est sono tornati indietro in Nepal per un trekking solitario al campo base dell'Everest a quota 5.500. Il percorso è continuato sugli sgangherati bus e treni notturni da Varanasi fino alla punta dell'India. Adesso, in questo zigzagare attorno al globo sono a Bangkok. Sempre rispettando a persona il budget iniziale, con trasporti, vitto e alloggio inclusi. Loro appartengono alla tribù dei «nomadi digitali». Giovani determinati che zaino in spalla hanno come obiettivo quello di viaggiare con soluzioni risparmiose. E per mantenersi lavorano strada facendo, sfruttando le potenzialità di Internet. Chi sono? Lei Ilaria Cazziol, milanese 26enne, prima della partenza era assunta con un contratto a progetto in una famosa agenzia di comunicazione come digital specialist. Lui Marco Mignano 28 anni marchigiano, programmatore freelance specializzato in app, videogiochi e realtà aumentata. Raccontano al Corriere: «Pur amando il nostro lavoro ci affascinava l'idea del nomadismo digitale, con la possibilità

Voli dai prezzi stracciati, treni, pullman notturni e anche un cargo: così Ilaria e Marco hanno costruito il viaggio della vita, attraversando l'Oriente. Ma in questi cinque mesi hanno anche lavorato, pascolando cavalli e capre in Mongolia e realizzando un progetto turistico a Tokyo. Ecco la loro storia

Fare 22 mila chilometri con **24 euro** al giorno



On the road
Ilaria Cazziol insieme con il compagno Marco Mignano: hanno viaggiato insieme per cinque mesi

grazie a computer e connessione Internet di lavorare in mobilità da ogni parte del mondo». Detto fatto. Prima i due avventurosi sfogliano il web e verificano le possibilità di viaggiare risparmiando. Poi programmano l'avventura verso Oriente. Nello zaino smartphone e pc, per mantenere vivo il network di lavoro dei loro clienti.

Un ruolo importante nella decisione lo ha giocato

Workaway. Un sito di work-exchange ovvero di scambio di lavoro volontario per vitto e alloggio in famiglia. «È un network globale dove si trovano migliaia di offerte — precisa Ilaria — dall'accudire animali, a lavori in fattorie organiche e attività con i bambini». Il workawayer (chi cerca lavoro) contatta online gli host (chi lo offre) e si accorda per il soggiorno, stabilendo ore di impegno e condizioni di manteni-

mento. Un'esperienza non solo volta al risparmio perché evita permanenze in hotel, ma valida dal punto umano per la condivisione di conoscenze e l'opportunità di venire a contatto con stili di vita del posto, www.workaway.info. Così il lavoro i due globetrotter 2.0 lo hanno trovato via web, lungo la strada. Che cosa hanno fatto? Nel deserto del Gobi aggregati a una famiglia di nomadi mongoli hanno accudito per una decina di giorni cavalli e capre, vivendo con loro nella yurta. A Tokyo grazie alle conoscenze informatiche partecipano con altri giovani alla stesura di un progetto di turismo online. Mentre a Goa in India si occupano per una settimana di curare cani e gatti randagi in un campo hippies.

Semplici le regole per risparmiare? «Viviamo come i locali evitando ristoranti per turisti per privilegiare lo street food — continua Marco — e poi niente taxi ma solo bus, dormiamo in ostelli e guest house, cercando il massimo comfort grazie a scelte oculate in fase di prenotazione». E poi



Pur amando il nostro lavoro ci affascinava l'idea del nomadismo digitale, cioè il poter lavorare da ogni parte del mondo

l'idea vincente di portare la tenda li ha fatti risparmiare in tante occasioni, oltre a regalare ai due ragazzi emozioni uniche. Come dormire sulla Grande Muraglia cinese sotto le stelle. Lontano dalla ressa della folla.

Grande attenzione al risparmio per i mezzi di trasporto. Una voce che di solito incide non poco nei viaggi. I voli ad esempio li hanno prenotati in anticipo, scartando quelli diretti per optare su più scali. Così Milano Mosca con AirBaltic a fronte di 20 ore è costato solo 200 euro. Idem da Tokyo a Katmandu in Nepal, 24 ore 250 euro con AirAsia. Capitolo a parte treni e autobus, privilegiando tratte notturne e percorsi con più fermate si impiega più tempo, ma i costi scendono. E non poco. Così l'intera Transmongolica per oltre 20 giorni di treno è costata 320 euro e l'autobus Katmandu Varanasi 20 euro per 24 ore di viaggio. Altra scelta di vacanza a basso costo è quella di imbarcarsi su una nave mercantile al posto dell'aereo. Lo hanno fatto tra Shanghai e Osaka, in 48 ore so-

Aerei

Stelle in alta quota
Menù speciali
per Air Dolomiti



Natale tricolore ad alta quota. È la proposta gourmet per le Feste di Air Dolomiti (21 dicembre-10 gennaio): i passeggeri della Business Class potranno riscoprire i sapori italiani in un ideale viaggio gastronomico fra le delizie di Emilia-Romagna, Toscana e Puglia. L'alta cucina è firmata JRE (Jeunes Restaurateurs), nelle proposte degli chef Aurora Mazzucchelli (ristorante «Marconi» di Sasso Marconi) con la sua colazione speciale

di benvenuto «Torta di pane e cioccolato» e la «Torta di tagliatella con marmellata di arance amare» per lo spuntino pomeridiano; Leonardo Vescera («Il Capriccio», Vieste/Fg) punta sui profumi del mare con il «Salmone di Polpo marinato in scorza d'arancia, maionese di mandorle e polvere di olive»; Filippo Saporito («La Leggenda dei Frati», Firenze) propone a cena «Polpette di Cinta senese, crema di zucca gialla accompagnati

da una crostata salata al sesamo con cipolle rosse di Certaldo». Air Dolomiti, forte del pluripremiato servizio di bordo «Settimocielo», rinnova inoltre la collaborazione con le cantine storiche Marchesi Antinori e Famiglia Cottarella: una gamma di vini da degustare piacevolmente in viaggio. www.airdolomiti.it.

M.Fu.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Shanghai

Salgono su una nave mercantile per arrivare in Giappone a Osaka

48 Le ore di nave

160 Gli euro spesi



Tokyo

Da Osaka prendono il treno verso Kyoto, poi Monte Fuji.

Lavorano partecipando alla stesura di un progetto di turismo online



Katmandu

Fanno un trekking al campo base dell'Everest a quota

5.500 metri

Poi proseguono verso l'India direzione Varanasi, tutto in bus e treni notturni

Lavorano una settimana a Goa occupandosi di curare cani e gatti randagi in un campo hippies



Bangkok

Con un volo low cost di AirAsia, Ilaria e Marco arrivano nella capitale thailandese



24 euro

I soldi spesi, in media, al giorno

5 mesi

La durata del viaggio

no passati dalla Cina al Giappone con 160 euro, grazie allo sconto studenti. «Un'esperienza unica di viaggio lento — racconta Ilaria — fra i tramonti infuocati del Mare della Cina e il tempo disponibile, utile quando si viaggia per una pausa di riflessione e poi l'opportunità di condividere la vita di bordo». Da non perdere il loro diario di viaggio, con tanti consigli e indicazioni. Una delle più utili: «Una volta arrivati sul posto, per i tour evitare il più possibile gli intermediari». Basta informarsi bene su Internet su quanto hanno fatto altri viaggiatori 2.0, secondo la regola aurea della sharing economy. Da non perdere poi la dettagliata descrizione del trekking al campo base dell'Everest. La lettura si fa tutta d'un fiato e vi farà percorrere i sentieri della «vetta del mondo» assieme a loro, www.viaggiosoloandata.it.

Ma antesignani di percorsi low cost furono negli anni 50 Valentino Rolando e Adriano Sada. Appassionati delle due ruote partirono da Torino e di chilometri ne fecero 28 mila. Circumnavigando il globo in oltre 24 mesi e 300 tappe da Est a Ovest. Ai tempi della posta e del telefono (col filo) vivevano dell'ospitalità della gente incontrata lungo la strada e lavoretti fatti day by day. Una storia entusiasmante raccontata nel libro «Due biciclette intorno al mondo» (Ediciclo editore, 20 euro). Ilaria e Marco dopo oltre mezzo secolo e con mezzi ben diversi li stanno emulando. I due nomadi digitali sono giovani coraggiosi, pieni di inventiva e voglia di fare. Alla faccia dei bambocci choosy (schizzinosi) tanto cari a un'ex ministra del Lavoro. Sono ragazzi che lottano e non si arrendono di fronte alle difficoltà. Nel Belpaese sono tanti come loro.

Umberto Torelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La scheda

● La prima tappa del viaggio è stata Mosca: circa 2.700 chilometri coperti in aereo. Da lì è partita la nuova avventura della Transmongolica, un percorso di 8.000 km che attraversa il deserto del Gobi e termina a Pechino

● Poi ancora 1.200 km per raggiungere Shanghai e andare in Giappone con un cargo

● Da Tokyo i due nomadi digitali hanno raggiunto il Nepal per un trekking al campo base dell'Everest. Dopo aver attraversato l'India in bus e treno sono arrivati a Bangkok

Montegrappa



Head-Office: 0424 522232 - Boutique: Bassano del Grappa P.zza Garibaldi 0424 220108 - Milano Via Borgospesso 02 76004682

Nelle boutique monomarca e presso i rivenditori autorizzati

MONTEGRAPPA.COM

mod. ITALIA

Consigli

Ecco i trucchi dei Millennials

Sono i protagonisti dell'era digitale e considerano il viaggio non un bene accessorio ma una necessità. I Millennials, giovani adulti del mondo globale, sono ipercorteggiati dai player globali del turismo che li seducono con offerte soprattutto via Facebook, Twitter e Instagram. Quando si tratta di spendere (il turismo è solo uno dei loro molteplici interessi esperienziali) i giovani nati fra i primi anni 80 e il 2000 sono pragmatici e velocissimi nell'individuare il best deal.

Nel caso dei viaggi, le loro ricerche online partono dalla situazione migliore per comprare un volo: tre settimane prima della partenza sul medio raggio; a gennaio per i voli intercontinentali dell'estate, il martedì per i viaggi low cost e, ancora più specifico, il pomeriggio per cliccare l'ok all'acquisto perché le compagnie aeree al mattino si concentrano sulle variazioni delle tariffe business. Campioni della switching economy i consumatori fino a 35 anni cambiano brand (hotel, voli e altri servizi) anche per differenze di pochi euro: il principio è strappare sempre e comunque il miglior prezzo, al 99% online. Le altre strategie dei Millennials in viaggio sono diverse e complementari fra loro: l'uso dei social per avere informazioni in tempo reale su sconti e offerte, scelte di Paesi poco visitati per vivere esperienze da condividere con i propri coetanei a colpi di like, personalizzare i viaggi bypassando qualsiasi agenzia specializzata in *taylor made travel*.

La tecnologia è al servizio del desiderio di conoscenza, soprattutto verso le altre culture: gli studiosi William Strauss e Neil Howe hanno definito i Millennials come una generazione «con un forte senso di comunità, sia locale che globale». Fra i servizi legati al viaggio i must riguardano anche la mobilità urbana una volta a destinazione: car sharing e bike sharing ovunque siano disponibili, pernottamenti in ostelli 2.0 o utilizzando Airbnb (ma anche gflats.com, Housetrip e Homeaway), voli domestici acquistati con largo anticipo quando il viaggio è internazionale per ridurre al minimo il budget. Secondo una ricerca della Società degli agenti di viaggio americani (www.asta.org) i Millennials comprenderanno il 50% dei viaggi business da qui al 2020 diventando protagonisti anche di questo settore in chiave bleisure. La società di consulenza Boston Consulting group in una ricerca li definisce come «Sky Warriors»: pagano per più spazio per le gambe (in economy) sfruttando tutti i programmi fedeltà in miglia aeree e prenotano con le Ota (come Booking.com, Expedia, Trivago) un viaggio con tempi di connessione brevi e privilegiando le compagnie che offrono i migliori servizi a bordo.

E quando si tratta di scegliere un servizio ecco la strategia dei Millennials: sovrapporre le ricerche sui motori di comparazione voli e hotel con i consigli che arrivano da Facebook, Instagram e Twitter impostando hashtag mirati per avere offerte e promozioni in tempo reale. Non a caso la grande sfida degli operatori del turismo è il feedback sui social e la gestione del post viaggio perché fidelizzare gli infedelissimi Millennials che cambiano brand di continuo è un'impresa. Ma non solo: dai social arrivano anche i migliori consigli da chi ha visitato destinazioni meno battute ai quattro angoli del globo e condivide foto e testi con altri coetanei globetrotter che considerano queste dritte come una Bibbia. L'agenzia di viaggi americana Top Deck Travel specializzata esclusivamente in viaggi per Millennials, indica all'88% la percentuale di clienti che trovano dritte di viaggi o suggerimenti da nuove mete da Facebook. Anche Instagram è piazza di scambio di ispirazione e di informazioni fondamentali: basta digitare @visit per avere l'elenco di migliaia di enti del turismo e di promozioni di città (da visitabudhabi a visitmelbourne) con ogni foto che aiuta a costruire il proprio itinerario.

Fabrizio Guglielmini

© RIPRODUZIONE RISERVATA