



[Home](#) » [Lifestyle](#) » [Consigli](#) » [Libri](#) » **Nuovo turismo culturale di Elena Croci**

## Nuovo turismo culturale di Elena Croci

Quando il viaggio smette di essere orizzontale e diventa emozione da vivere, raccontare e condividere

**Non è più il tempo del "guardare e scattare"**. Il viaggiatore di oggi vuole sentire, vivere, appartenere. In un'epoca in cui il mondo è a portata di clic, il **vero lusso** diventa la capacità di fermare il tempo attraverso un'**esperienza culturale autentica, immersiva e personale**. È da questo nuovo paradigma che parte il **saggio** di **Elena Croci**, *Nuovo turismo culturale. Il marketing delle emozioni*, un testo che parla ai professionisti del settore, ma anche a chi sceglie il proprio viaggio come si sceglie un vino d'annata: con cura, desiderio e un pizzico di poesia.

**Hotel in Italia**

### ALTRI HOTEL IN ITALIA

Sporhotel  
Panorama,  
rigenerarsi in  
Trentino in un  
Resort di lusso

Hotel Caesius:  
resort con terme  
e spa al lago di  
Garda

Adler Spa Resort  
Thermae: relax e  
benessere alle  
terme di Bagno  
Vignoni



ITALIA TRENTINO-ALTO ADIGE

TRENTO

**SPORHOTEL PANORAMA, RIGENERARSI IN TRENTINO IN UN RESORT DI LUSSO**

ITALIA VENETO VERONA

**HOTEL CAESIUS: RESORT CON TERME E SPA AL LAGO DI GARDA**

ITALIA SIENA TOSCANA

**ADLER SPA RESORT THERMAE: RELAX E BENESSERE ALLE TERME DI BAGNO VIGNONI**

ITINERARI IN ITALIA

Casa Cecchin e il Durello: eccellenza vulcanica tra Lessini e Berici

Rapolano Terme: dove dormire, cosa vedere per un weekend relax in Toscana

Castelfranco Veneto: cosa vedere nella città murata del Giorgione

ESPERIENZE

-  **FOOD & WINE**
-  **OUTDOOR E SPORT**
-  **CULTURALI**
-  **BENESSERE**
-  **AVVENTURA**
-  **CROCIERA**
-  **PER FAMIGLIE**
-  **PER COPPIE**

LUOGHI

-  **MARE E ISOLE**
-  **MONTAGNA**
-  **BORGHIE E CITTÀ**
-  **LOCALITÀ TERMALI**
-  **NATURA**
-  **LAGO**

TEMI CALDI

- PASQUA**
- WEEKEND**
- WINE RESORT**
- ADULTS ONLY**
- UNESCO**
- CASTELLI**
- TRENO**
- MISTERO**

## Chi è il nuovo turista?

Il **nuovo turista** si distingue per un approccio consapevole, emozionale e rispettoso. Non cerca più solo la destinazione, ma **un'esperienza autentica che rifletta i suoi valori**.

Vediamo quali sono le sue principali caratteristiche:

**Off season**, evita le folle e preferisce viaggiare nei momenti e nei modi che gli permettono un contatto più autentico con il territorio.

**Sostenibile**, perché attento all'impatto ambientale e impegnato a ridurre la propria impronta ecologica.

**Autentico**, alla ricerca di esperienze legate alla cultura locale e lontane dal turismo di massa.

**Empatico e rispettoso**, interagisce con le comunità locali senza invadere, con spirito di ascolto e comprensione. **Valoriale**, alimenta il proprio benessere interiore attraverso esperienze significative che lasciano un segno. **Esperienziale**, desidera emozioni reali, non solo luoghi da "spuntare" su una lista.

## Cultura pop, ma non superficiale

Il turismo culturale, secondo Elena Croci, **non è più un prodotto da confezionare in modo classico**, fatto di visite guidate, musei e itinerari storici. Oggi, tutto può essere cultura: l'**enogastronomia**, il **benessere**, lo sport, persino il tempo libero. Il vero punto è **come viene costruita l'esperienza attorno a questi contenuti**, e soprattutto, come viene percepita dal viaggiatore.

La **cultura** si fa pop, ma non perde la profondità. Diventa uno strumento per **trasmettere emozioni, rafforzare l'identità individuale e creare appartenenza**. È un passaggio chiave, che trasforma la visita in un museo o il soggiorno in un **borgo storico** in un atto intimo e trasformativo, da vivere ma anche da raccontare, condividere, postare.

## Desiderio mimetico: viaggiare per essere, non per avere

Un concetto centrale del saggio è quello di **desiderio mimetico**, mutuato dal pensiero di René Girard. Croci lo applica con grande lucidità al turismo contemporaneo: **non desideriamo semplicemente un'esperienza, ma la desideriamo perché altri l'hanno vissuta, postata, mostrata**.

È l'era della narrazione continua, dove ogni viaggiatore è anche storyteller e ambasciatore del proprio stile di vita. Questo ha ridefinito le regole del marketing turistico: **le esperienze devono essere memorabili, distintive, condivisibili**, capaci di generare reazioni anche in chi le guarda da lontano.

## Dalle emozioni alle decisioni: neuroscienze e turismo

Con l'eleganza di chi sa fondere ricerca scientifica e visione strategica, Croci richiama il lavoro del neuroscienziato **Antonio Damasio** per spiegare che **le emozioni influenzano direttamente le nostre scelte**. Viaggiamo per emozionarci, ma anche perché emozionarci ci fa sentire vivi, connessi, parte di qualcosa.

Non è solo una questione di piacere momentaneo. Il viaggio culturale diventa **un'esperienza**

**che lascia tracce**, che costruisce benessere soggettivo e consapevolezza. Il turismo, in quest'ottica, non è solo consumo, ma un vero e proprio **processo di crescita personale**.

### Italia: una bellezza da ritradurre

Il cuore del libro guarda inevitabilmente all'Italia. Croci pone una domanda scomoda ma necessaria: **abbiamo davvero tradotto il nostro immenso patrimonio culturale in un'offerta all'altezza del turista contemporaneo?**

Il rischio, oggi più che mai, è che **l'Italia resti prigioniera della sua stessa storia**, incapace di trasformare la sua eredità in un linguaggio moderno, accessibile, desiderabile. Mentre città emergenti come Dubai costruiscono da zero un'attrattiva globale, il Bel Paese rischia di **restare immobile**, se non impara a rinnovarsi, a innovare nei format, nella narrazione e nei servizi.

### Il tempo verticale e il nuovo benessere

Altro tema cruciale del saggio è **la trasformazione del concetto di tempo**. Il turismo post-Covid ha spinto verso un nuovo approccio: **il tempo libero non è più ritagliato, ma integrato** nella vita quotidiana. Il lavoro da remoto, il work-life balance e la ricerca di benessere hanno modificato le dinamiche del viaggio.

Il turista di oggi **non vuole più solo "vedere", ma "vivere"**. E lo vuole fare in modo fluido, senza ostacoli, con esperienze ben progettate, emotivamente coinvolgenti, ma anche comode, accessibili, compatibili con la sua routine. Croci parla di **tempo verticale**, cioè qualitativamente profondo, ricco, soddisfacente.

### La cultura come ponte tra territorio e identità

Uno dei passaggi più forti e ispiranti del testo riguarda la **connessione tra identità del turista e quella del territorio**. Oggi, dice Croci, l'esperienza culturale deve saper creare una **relazione biunivoca**, dove entrambi – luogo e visitatore – si arricchiscono reciprocamente.

La tecnologia ha un ruolo centrale in questa dinamica. **Postare immagini di un museo, di una performance artistica, di un piatto tipico non è solo comunicazione personale**, ma un atto di promozione territoriale. Il turista diventa media, influencer, veicolo di memoria collettiva.

### Non solo analisi, ma una proposta concreta

Il libro non si limita a descrivere le trasformazioni in atto, ma **offre una visione per il futuro del turismo culturale italiano**. Croci propone un cambio di paradigma: passare da un turismo orizzontale, lineare, del solo "vedere e fotografare", a un **turismo verticale**, che coinvolge il turista in un processo di conoscenza, emozione e partecipazione.

Un approccio che, se ben sviluppato, può rappresentare **una leva strategica per il rilancio del sistema Paese**. Non solo per attrarre flussi turistici, ma per restituire senso e valore alla nostra cultura, anche attraverso nuovi format, nuove reti, nuove narrazioni.

### Elena Croci: una voce autorevole tra cultura, marketing e società

L'autrice, **Elena Croci**, è una figura di rilievo nel panorama italiano della comunicazione e del marketing culturale. Fondatrice di *Comunicazione Culturale* nel 2005, è oggi docente di *Fondamenti di marketing culturale* all'**Accademia di Brera di Milano** e ha insegnato *Turismo culturale* all'**Università Cattolica di Milano** e alla **Fondazione Campus di Lucca**.



Elena Croci

Croci ha anche una carriera particolare alle spalle: **Capitano dell'Esercito Italiano (riserva selezionata)**, ha svolto missioni in Afghanistan e Medio Oriente come specialista in tematiche legate alla memoria storica e all'identità collettiva. Ha pubblicato per il Ministero della Difesa e oggi lavora come **consulente per enti e società nazionali e internazionali**, elaborando strategie legate al concetto evolutivo di benessere.

Tra le sue pubblicazioni precedenti:

- *Affari di tempo* (Lupetti)
- *L'evoluzione del concetto di benessere individuale e aziendale* (McGraw-Hill)
- *Iperidentità, tra reale e virtuale* (FrancoAngeli)

Il suo sito ufficiale: [www.comunicazioneculturale.it](http://www.comunicazioneculturale.it)

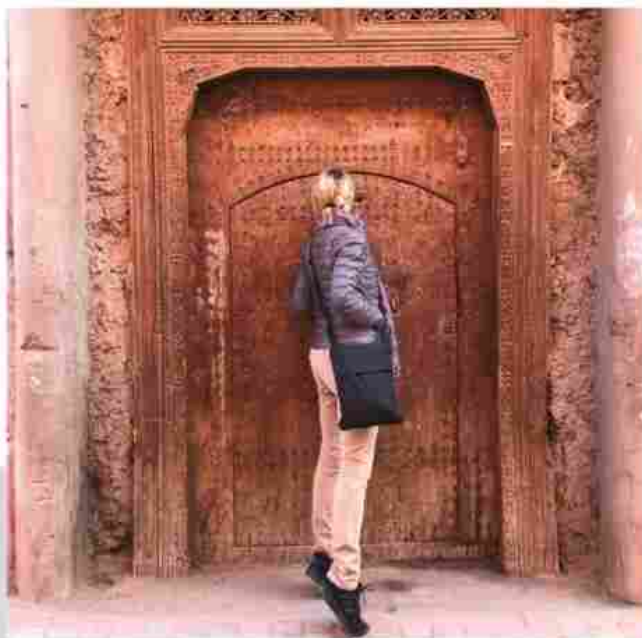
NUOVA EDIZIONE AGGIORNATA E AMPLIATA

PUBBLICO, PROFESSIONI E LUOGHI DELLA CULTURA

Elena Croci

## Nuovo turismo culturale

Il marketing delle emozioni



FrancoAngeli

**Titolo:** Nuovo turismo culturale

**Autore:** Elena Croci

**Editore:** FrancoAngeli

**Prezzo di copertina:** 24 Euro

[Libri](#)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600