

IDEE E SOLUZIONI PER L'OSPITALITÀ E LA RISTORAZIONE SHARING TOURISM

FAKE NEWS VS NEWSBRANDS: COME SALVARE IL TURISMO DALLA FALSA INFORMAZIONE



Nel 2016 "post-verità" è stata dichiarata parola dell'anno dall'Oxford English Dictionary, ed ora è guerra aperta alle notizie bufala che investono ogni campo, dalla politica alla scienza, dalla medicina alla storia. Come difendersi dalle fake news nel turismo, regno della manipolazione online?

La questione delle **fake news** è ormai protagonista nei titoli dei giornali e dei notiziari di mezzo mondo. In Italia la Presidente della Camera Laura Boldrini ha varato una campagna online, www.bastabufale.it, al fine di contrastare il fenomeno. Nel mondo del web, decine di migliaia di addetti, per mezzo di agenzie specializzate, si dedicano ogni giorno all'individuazione e alla **segnalazione delle informazioni false** che circolano e che alimentano non solo social network e siti di varia provenienza, ma anche testate che si spacciano per autorevoli e infine, naturalmente, siti di destinazione e di recensione.

Un numero crescente di viaggiatori cede alla tentazione di estrapolare dati e dichiarazioni e di re-tuitarli o ri-postarli centinaia quando non migliaia di volte, nell'intento di trasformare con disinvoltura tali contenuti,



attraverso una condivisione massiccia, in vere e proprie fake news. Ma quando ciò interessa l'industria dell'ospitalità e dei viaggi, è ancora peggio. Perché non ci sono levate di scudi da parte di giornalisti pronti a smascherare le falsità dalla realtà, fatto parzialmente dovuto alla percezione del turismo come materia più *soft* rispetto ad altre discipline e quindi più facilmente, e sembra legittimamente, manipolabile.

SOLUZIONE NEWSBRANDS

Una soluzione contro le fake news arriva in soccorso dai cosiddetti **newsbrands**, espressione nata nel mercato anglosassone per indicare un nuovo concetto di *media* che focalizzano la loro attività sulle news. In Italia, non a caso, i newsbrands sono costituiti da giornali e televisioni in grado di offrire un'**informazione di altissima qualità**, certificata e pertanto veritiera. Il pubblico riconosce i newsbrands come la fonte d'informazione madre, principale, immune da bufale e anche ben lontana e distinta dai social network.



Una tendenza che influenza pesantemente anche il **mondo della pubblicità**, poiché le imprese alberghiere hanno inequivocabilmente compreso che comunicare sui media ritenuti più autorevoli conferisce al loro messaggio pubblicitario maggiore **credibilità e affidabilità**.

Grazie alle nuove tecnologie, i newsbrands possono coprire uno spettro di **pubblico molto più ampio**, fino a includere anche la Generazione Z e i Millennials. Nonostante la maggior parte di questi strumenti sia gratuita, i consumatori sono costantemente alla ricerca di **contenuti di qualità** – così è la pubblicità 3.0.

ELIMINARE LE FAKE NEWS NEL TURISMO, SI PUÒ?

Nonostante i **siti di recensione** non siano ancora sull'orlo del baratro, e probabilmente mai lo saranno, il loro impatto è in **sensibile diminuzione** e i numeri lo dimostrano. Può sembrare un paradosso ma in una società caratterizzata da un sovraccarico informativo, la dipendenza da altri soggetti in grado, grazie alla loro autorevolezza, di filtrare una tale densità di conoscenza è persino maggiore.

Diventa quindi cruciale imparare a discernere il valore e il peso di fonti d'informazione diversificate: un *travel blogger*, una piattaforma di recensioni, un giornalista di settore, una DMO – Destination Management Organization -, una directory ufficiale come la Guida Michelin oppure dei brand multinazionali. Taluni prevedono che **bolle** come TripAdvisor e HolidayCheck, che rappresentano la cosiddetta, ed estremamente fuorviante, **democrazia del web** imploderanno, cedendo il passo a **siti verificati**. OTA, portali di destinazione e altri intermediari saranno pronti per la sfida contro le fake news nel turismo? Nel frattempo gli alberghi possono fare la loro parte, ciascuno nella gestione della propria *web reputation* e puntando sul *brand journalism*.

ANCHE FACEBOOK CONTRO LE NOTIZIE FALSE



Facebook, che non è di certo estraneo alle notizie bufala, ha collaborato con Fondazione Mondo Digitale per eliminare le fake news dal sito, o più verosimilmente per bloccarne la proliferazione.

In particolare, ha da poco pubblicato dieci suggerimenti per capire se la notizia che si sta leggendo è in realtà un'informazione fasulla.

Leggete attentamente e, se notate qualcosa di strano, segnalatelo!