

Da Momondo 5 consigli per rendere un viaggio speciale

Con il progetto "[The DNA Journey](#)", Momondo ha evidenziato una chiara correlazione tra i viaggi e la fiducia verso gli altri: chi viaggia di più si apre maggiormente ad altre persone, religioni, nazionalità e culture.

Partendo da questo assunto il metasearch ha stilato una lista di 5 consigli per essere veri cittadini del mondo e rendere un viaggio ancora più speciale:

1. ABBASSA LA GUARDIA

[girl-1195656_960_720](#)

Viaggiare significa esporsi a qualcosa di nuovo e diverso

2. PARLA AGLI SCONOSCIUTI

[pexels-photo-38940](#)

Uno sconosciuto è semplicemente un amico che non hai ancora incontrato

3. IMPARA A DIRE SÌ

[8965667000_8c7a955c17_b](#)

Un viaggio non riguarda solo la destinazione, ma anche ciò che accade strada facendo. "Sì" è la parola magica per scoprire un mondo di nuove esperienze. Sì, mi sono perso. Sì, voglio ballare. Sì, questo posto è libero. Sì, facciamo il bagno nudi.

4. CONDIVIDI LE TUE ESPERIENZE

[smartphone-381237_960_720](#)

Affrontare il mondo con una mente aperta ci rende una fonte d'ispirazione per gli altri. Fare in modo che amici e parenti vedano la bellezza e l'accessibilità del mondo attraverso i nostri occhi incoraggia gli altri a fare altrettanto.

5. COLTIVA LA TUA CURIOSITA'

[Bungee Jumping a Interlaken in Svizzera, foto di Carla Lane su Flickr](#)

Trovare il coraggio di fare qualcosa per la prima volta significa abbattere le barriere. La curiosità è la bussola che ci porta a vedere il mondo in modo più aperto.

A proposito di curiosità, Momondo [ha lanciato in Italia il 9 febbraio scorso il concorso "The DNA Contest"](#), ovvero la possibilità di scoprire le proprie origini attraverso il test del DNA. Tutti gli italiani avranno tempo fino al 15 marzo per poter inviare propria candidatura e scoprire da dove realmente provengono.

Dallo studio di Momondo "Value of Travelling" risulta che il 70% degli Italiani è convinto di discendere al massimo da due paesi, ma forse le cose non stanno proprio così.