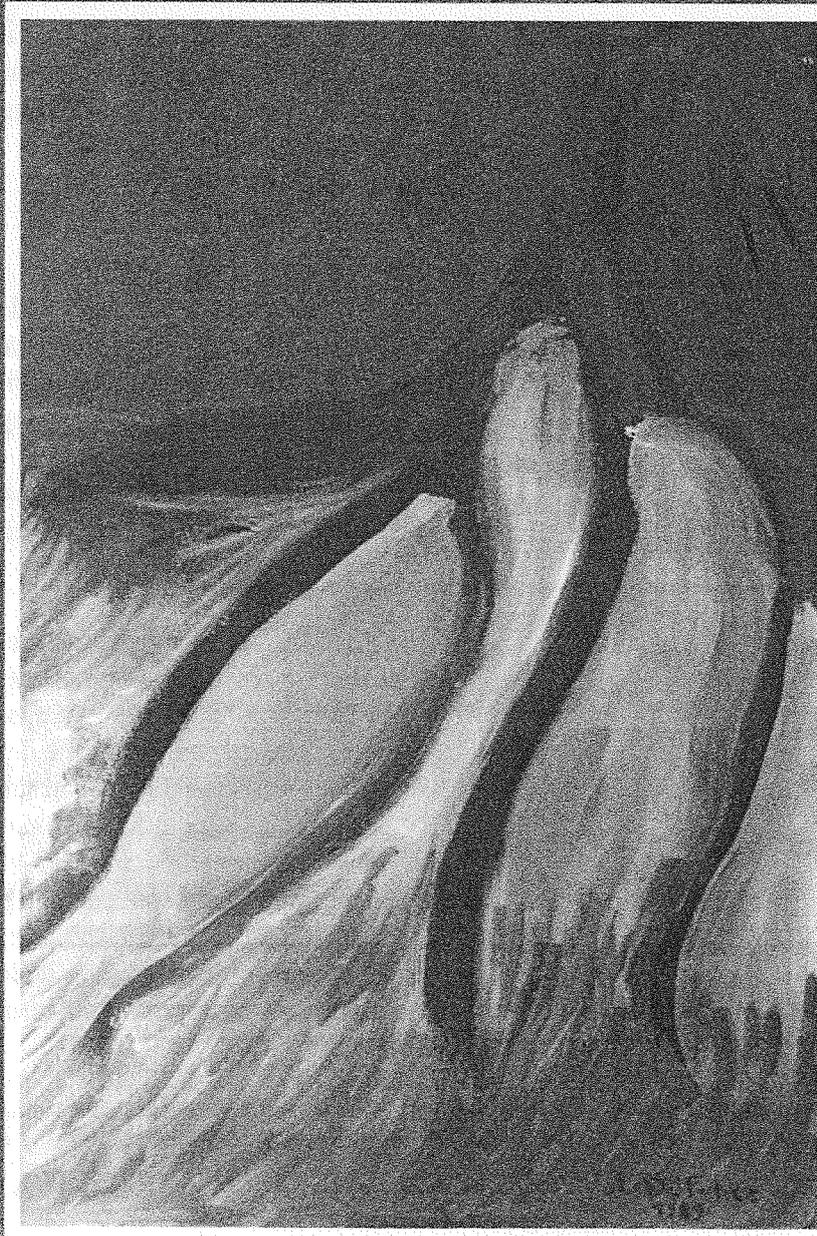


BARI ECONOMICA



Camera di Commercio · Bari



Cosimo Notarstefano*

L'OSSERVATORIO TURISTICO DELLA PROVINCIA DI BARI

L'informazione nel settore turistico

Recenti indagini svolte da autorevoli organismi internazionali (Organizzazione Mondiale del Turismo, World Travel and Tourism Council, Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico, Unione Europea) hanno confermato come l'assistenza alle imprese e l'informazione al consumatore turista debbano essere considerate come vere e proprie "leve di marketing" da utilizzare per aumentare il "valore" della vacanza in Italia.

Questa componente del sistema di offerta turistica risulta estremamente rilevante e sono molte le valutazioni di inadeguatezza riscontrate in tal senso.

Già nel 1994, il Libro bianco sull'antiturismo del C.N.E.L. segnalava le deficienze:

- della segnaletica autostradale, ferroviaria, aeroportuale e portuale delle zone turistiche,
- delle aree archeologiche,
- dei musei e delle gallerie,
- dei centri commerciali,
- della rete sanitaria,
- degli uffici pubblici,
- delle biglietterie per i mezzi di trasporto,
- delle centrali di prenotazione.

Non a caso, anche i risultati di diverse ricerche svolte dall'E.N.I.T. sul turista estero in Italia dimostrano che la totale assenza di una strategia di assistenza, rende pressochè inefficace ogni politica di comunicazione promozionale e pub-

blicitaria, poichè i turisti (sia italiani che stranieri) ed i *tour operators* lamentano una preoccupante carenza di informazione sulle destinazioni italiane.

Il problema

L'influenza nella scelta dell'Italia dei materiali informativi nonché delle campagne promozionali e dei servizi pubblicitari è relativamente modesta a fronte di un peso preponderante delle esperienze personali dirette o indirette spesso contraddistinte da gravi carenze di assistenza, infrastrutturali e gestionali riscontrate.

Tre elementi di debolezza emergono sugli altri:

1) l'inefficienza e la scarsa presenza di presidi di assistenza turistica nel Mezzogiorno d'Italia

Mentre gli altri paesi ad alta vocazione turistica concentrano buona parte dei loro sforzi sulla assistenza alle imprese ed ai turisti, le azioni di comunicazione ed informazione nel nostro paese procedono per le diverse regioni senza modalità e stili opportunamente coerenti prive di un chiaro ed organico disegno ispiratore. Per far fronte a tale situazione, nell'ambito delle politiche strutturali attivate tramite il *Programma Operativo*

* Professore di Legislazione del Turismo presso l'Università di Lecce, Jean Monnet Professor di "Politica di Coesione Economica e Sociale dell'Unione Europea" presso il Politecnico di Bari, l'Università di Bari e l'Università di Lecce.

Multiregionale per lo Sviluppo e la Valorizzazione del Turismo Sostenibile nelle Regioni dell'Obiettivo 1 1994-1999, gestito dal Dipartimento del Turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri (Sottoprogramma II destinato a migliorare la qualità dei servizi offerti al consumatore) sono stati approvati 14 progetti.

2) la scarsa disponibilità (specie quando serve) di:

- materiale informativo nei luoghi appropriati
- tempi della comunicazione
- disponibilità delle pubblicazioni in periodi coerenti con i tempi della decisione di acquisto.

3) la bassa penetrazione degli strumenti e dei contenuti di comunicazione utilizzati:

- pubblicazioni poco pratiche di grande pregio ma di basso contenuto informativo
- manca il coordinamento informazione/strumento di comunicazione utilizzato.

La costituzione dell'Osservatorio Turistico Provinciale e del Presidio di assistenza alle imprese e al consumatore turista

Alla luce di tali considerazioni e al fine di attivare un sistema di orientamento e di informazione all'impresa e agli enti erogatori dei servizi pubblici, tale da sostenere l'adeguamento delle prestazioni nei confronti dell'utenza, risulta strategicamente opportuno prevedere la costituzione ed il funzionamento (nell'area turistica della Provincia di Bari) di un Osservatorio Turistico Provinciale ed annesso Presidio di assistenza alle imprese e al consumatore turista.

Tale Osservatorio Turistico Provinciale quale fondamentale presidio informativo (composto peraltro da personale poliglotta) dovrà fornire informazioni ed assistenza all'utenza al fine di agevolare le diverse componenti del sistema turistico:

- informazioni sanitarie

- informazioni sui trasporti urbani ed extraurbani
- assistenza per la compilazione di denunce o segnalazioni di inadempienze contrattuali e non
- consulenza in caso di smarrimento o furto di documenti e denaro
- informazione mirata su *targets* specifici (giovani, anziani, disabili, gruppi scolastici, ecc.)
- informazioni sulle disponibilità ricettive e sui servizi offerti.
- somministrazione di materiale promo-pubblicitario dell'offerta turistica (*brochures, dépliant, guide*)
- di carte stradali, mappe tematiche di circuiti turistici, paesaggistici-naturali, storico-culturali, enogastronomici
- calendario degli avvenimenti culturali, sportivi e ricreativi

L'informazione al turista quale vero *humus* fertile di contatti consente di :

- far comprendere e conoscere meglio le diverse destinazioni
- indurre un migliore uso del territorio e valorizzazione delle risorse
- stimolare l'interesse verso servizi/prodotti aggiuntivi (escursioni, guide, prodotti tipici enogastronomici, artigianato locale, calendario degli avvenimenti culturali, sportivi e ricreativi)
- "arricchire" in definitiva l'esperienza della vacanza

In tale presidio potranno inoltre essere disponibili, in forme differenziate da caso a caso (a seconda: delle specificità di ciascuna località

turistica interessata, del relativo segmento di mercato e della correlata tipologia di clientela), i seguenti servizi:

- acquisto di biglietti per i trasporti locali, musei, mostre e spettacoli
- prenotazione di taxi e auto a noleggio
- organizzazione di riunioni d'affari
- acquisizione della disponibilità di fax e computer
- cambio valuta
- ricerca di interpreti
- indicazione delle guide turistiche
- diffusione di prezzi e tariffe
- acquisto di tessere telefoniche
- iscrizione a corsi di lingua, storia dell'arte, letteratura, danza, teatro, poesia, canto recitazione

Per connotare l'informazione e l'assistenza turistica sotto il profilo dell'efficacia, occorre verificare che nell'*output* finale siano presenti alcuni requisiti fondamentali quali la completezza, l'affidabilità, la coerenza, la tempestività e l'accessibilità dei dati che si producono. A questi requisiti occorre altresì aggiungere anche quello della comparabilità che scaturisce da una più stretta integrazione delle fonti bibliografiche nazionali e internazionali, dei dati statistici che si realizza anche attraverso l'adeguamento delle definizioni e delle classificazioni a *standard* omogenei.

Nella sua reale ottica tale iniziativa intende costituire non solo un presidio di assistenza all'impresa turistica ed al turista ma, anche, di promozione attraverso l'adeguamento delle componenti del sistema turistico alle tendenze,

alle esigenze dell'utenza turistica nazionale ed internazionale, al fine di fornire un sistema strutturato di informazioni ai turisti, la cui assenza causa effetti disagiati specie nei segmenti di utenza più deboli (giovani, anziani, disabili, stranieri).

I principali riferimenti di tale centro che fungeranno da fonti delle informazioni saranno rappresentati da:

- enti pubblici ed amministrazioni pubbliche impegnate nel campo dell'informazione turistica
- amministrazioni pubbliche competenti per i servizi urbani (specie nei settori trasporti e sanità)
- autorità che gestiscono l'ordine pubblico
- enti ed istituzioni che operano nei settori dello sport, spettacolo, beni culturali e ambientali
- società e professionisti nel settore dei servizi
- organizzazioni associative e operatori economici della ricettività, convegnistica e pubblici esercizi

Si prevede che tale presidio possa trovare forme di collegamento tra i suddetti enti, tra di loro e con le più vicine stazioni di polizia, pronto intervento e strutture sanitarie.

Le azioni di orientamento da realizzare si configurano come un sistema strutturato e completo di servizi informativi deputati al trasferimento di conoscenze, di consigli, di indicazioni qualitative e quantitative sulla domanda turistica.

Saranno privilegiate con particolare riguardo quelle azioni di immediato impatto nei confronti delle prestazioni all'utenza.

Basandosi sulle finalità proprie di tale iniziativa, la costituzione del C.D.I.A.I.C.T. (Centro di Documentazione, di Informazione e di Assistenza alle Imprese ed al Consumatore Turista), che applicherà un approccio interdisciplinare e inter-

settoriale del fenomeno turistico e del tempo libero, si renderà necessaria al fine di dotare il presidio di una struttura evolutiva capace nel corso degli anni di estendere il suo campo di azione fronteggiando progressivamente le istanze provenienti dal settore. Risulta, quindi, essenziale:

1) la costituzione di un fondo bibliotecario che provveda alla:

- a) Raccolta sistematica della documentazione (libri, articoli e riviste specializzate, indagini di mercato, studi e tesi)
- b) Classificazione per materia, per autore e per indice geografico
- c) Analisi dei contenuti (della documentazione)
- d) Ricerca ed Elaborazione (della documentazione) mirata alla realizzazione di:

Publicazioni – Bibliografie – Traduzioni

2) il coordinamento da parte dell'Assessorato al Turismo della Provincia di Bari di:

- a) Comitato tecnico (composto da rappresentanti di enti, associazioni di categoria, istituzioni culturali)

3) la realizzazione di un Centro di Documentazione, di Informazione, di Assistenza alle Imprese

ed al Consumatore turista deputato all'attivazione di:

- a) Servizio Domande/Risposte (attraverso la predisposizione della turiscoteca informatizzata)
- b) Diffusione (risultati di indagini, ricerche, analisi, studi e rapporti vari)
- c) Centro di edizione (pubblicazione dei vari studi e indagini condotte)

4) la predisposizione di un Laboratorio strutturato sotto forma di una Banca dati quale essenziale strumento per la:

- a) Ricerca fondamentale e applicata
- B) Pubblicazioni scientifiche e pedagogiche

Sarà particolarmente rilevante assicurare un elevato grado di raccordo di ordine istituzionale, organizzativo-funzionale e operativo tra i soggetti coinvolti (Provincia, APT, Comuni, CCIAA, Consorzi di varia natura, Associazioni di categoria, Università, IAT, Istituzioni culturali, Pro-Loco) che dovrà stabilire un rapporto di stretta collaborazione sulle medesime azioni intraprese.

**LA STRUTTURA DELL'OSSERVATORIO TURISTICO PROVINCIALE
PRESIDIO DI ASSISTENZA ALLE IMPRESE E AL CONSUMATORE TURISTA
DELL'ASSESSORATO AL TURISMO REGIONALE**



(In tali presidi potranno inoltre essere disponibili, in forme differenziate da caso a caso, i seguenti servizi: informazioni sanitarie, sui trasporti urbani ed extraurbani, assistenza per la compilazione di denunce o segnalazioni di inadempienze contrattuali e non; consulenza in caso di smarrimento o furto di documenti e denaro, informazione mirata su targets specifici (giovani, anziani, disabili, gruppi scolastici, ecc.),- informazioni sulle disponibilità ricettive e sui servizi offerti, somministrazione di materiale promo-pubblicitario dell'offerta turistica (*brochures, dépliants, guide*), di carte stradali, mappe tematiche di circuiti turistici, paesaggistici-naturali, storico-culturali, enogastronomici, calendario degli avvenimenti culturali, sportivi e ricreativi, acquisto di biglietti per i trasporti locali, musei, mostre e spettacoli, prenotazione di taxi e auto a noleggio, organizzazione di riunioni d'affari, acquisizione della disponibilità di fax e computer, cambio valuta, ricerca di interpreti, indicazione delle guide turistiche, diffusione di prezzi e tariffe, acquisto di tessere telefoniche, iscrizione a corsi di lingua, storia dell'arte e letteratura italiana, danza, teatro, poesia, canto e recitazione)

RICERCA FONDAMENTALE E APPLICATA

PUBBLICAZIONI

AZIONI PROMOZIONALI

BIBLIOTECA - LABORATORIO

RACCOLTA SISTEMATICA DELLA DOCUMENTAZIONE
RICERCA
CLASSIFICAZIONE

ANALISI DEI CONTENUTI
BIBLIOGRAFIE
ELABORAZIONE

PUBBLICAZIONI
TRADUZIONI