

Supporto tecnico-scientifico funzionale e propedeutico alla creazione di un Osservatorio Regionale sul Turismo

Executive Summary

01/2012

CONTENUTI DEL DOCUMENTO

Il documento presenta una sintesi degli obiettivi, delle attività e dei principali risultati cui si è pervenuti nello svolgimento della ricerca "Supporto tecnico-scientifico funzionale e propedeutico alla creazione di un Osservatorio Regionale sul Turismo". Il progetto è stato cofinanziato dalla Regione Autonoma della Sardegna con Legge Regionale 7 agosto 2007, n. 7, "Promozione della ricerca scientifica e dell'innovazione tecnologica in Sardegna".

INDICE

1	Obiettivi.....	4
2	Metodologia e fasi della ricerca	5
2.1	Inquadramento logico	5
2.2	Le fasi della ricerca	6
3	Principali risultati	8
3.1	Il quadro complessivo dell'informazione statistica in materia di turismo	8
3.2	Le priorità di indagine	9
3.3	Le principali criticità del sistema informativo	10
3.4	Possibili soluzioni alle criticità	12
3.5	Definizione delle metodologie di raccolta e di analisi dei dati tramite indagine diretta	14
3.6	La raccolta sistematica e la divulgazione dei dati	15
4	Sviluppi futuri.....	17

1 Obiettivi

OBIETTIVO GENERALE

L'obiettivo generale del progetto di ricerca è stato quello di analizzare il sistema informativo sardo, individuare le principali metodologie di analisi e studiare le procedure più idonee per maturare, codificare e diffondere una conoscenza scientificamente fondata, sistematica e costantemente aggiornata sullo stato e sull'evoluzione dello sviluppo turistico regionale, in relazione alle componenti della domanda e dell'offerta e del loro rapporto con l'ambiente e il contesto competitivo di riferimento, al fine di promuovere la crescita del settore e un incremento dei benefici che ricadono sul territorio.

OBIETTIVO SPECIFICO

L'obiettivo specifico quindi è stato quello di offrire un supporto tecnico e scientifico che sia funzionale e propedeutico alla creazione di un Osservatorio Turistico Regionale (OTR) con compiti di raccolta, elaborazione, analisi e diffusione di dati e informazioni sul turismo in Sardegna a vantaggio di operatori pubblici e privati.

OBIETTIVI OPERATIVI

A livello operativo, gli obiettivi sono stati:

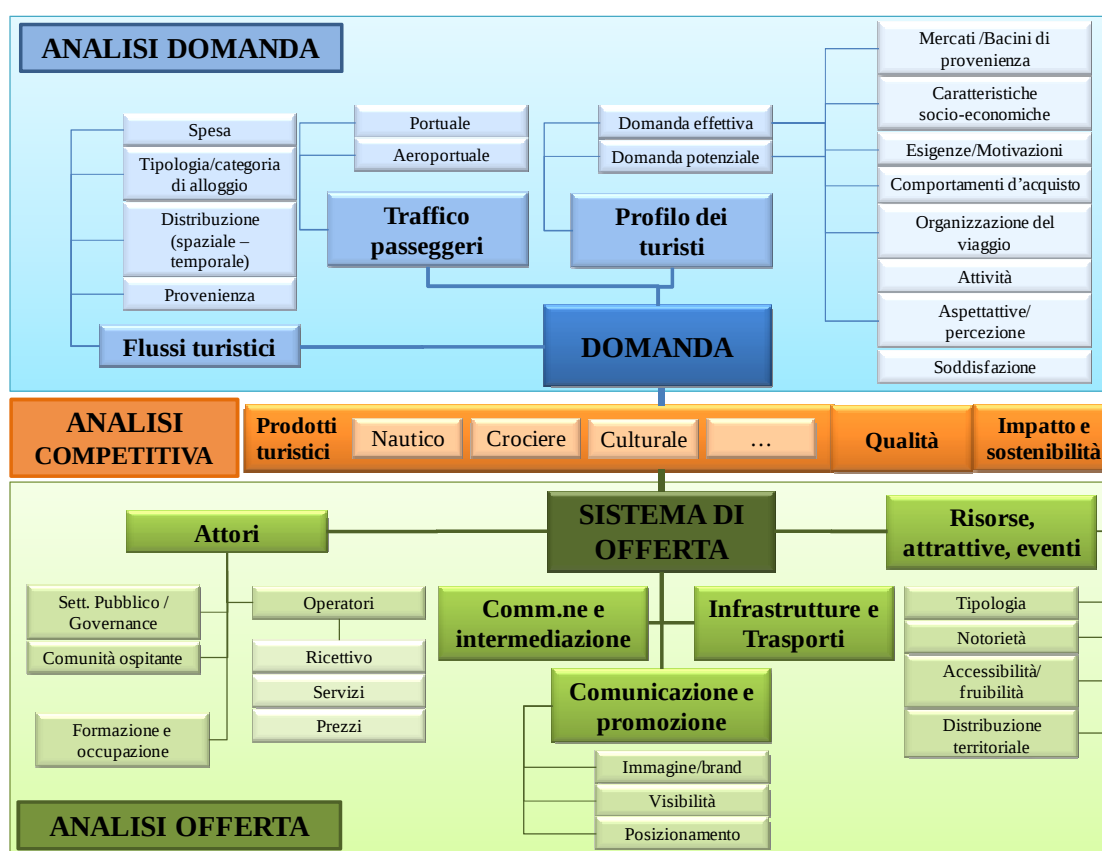
1. Disegnare il quadro complessivo dello stato dell'informazione statistica indispensabile all'analisi del fenomeno turistico in Sardegna;
2. Individuare le principali criticità e carenze del sistema informativo;
3. Stabilire una scala di priorità delle indagini necessarie allo studio del settore;
4. Comprendere le origini delle criticità, osservando in particolare i processi di acquisizione delle informazioni;
5. Individuare possibili soluzioni per l'ottimizzazione delle procedure e delle modalità di acquisizione/elaborazione/diffusione delle informazioni;
6. Definire le principali metodologie di indagine e di analisi dei dati;
7. Definire modelli di indagine per l'analisi consuntiva e congiunturale;
8. Definire proposte per la diffusione dei risultati.

2 Metodologia e fasi della ricerca

2.1 Inquadramento logico

Nello svolgimento della ricerca si è seguita una logica specifica per l'interpretazione del fenomeno turismo. Tale logica, schematizzata nella figura seguente, consente di suddividere in diversi ambiti e sotto-ambiti l'intero campo di indagine di cui si dovrebbe occupar un OTR.

Figura 1 - Schema interpretativo



Il concetto fondamentale è la visione del fenomeno turistico quale momento di interazione tra domanda e offerta. Il fulcro, nonché punto di incontro, di tale interazione è il prodotto turistico, il quale può essere osservato da due prospettive: il punto di vista della domanda e quello dell'offerta.

Tale visione permette di delineare tre ambiti di indagine e di analisi:

1. domanda
2. offerta
3. competitività

Come rappresentato nella figura, per ognuno di questi è possibile individuare, ancor più nel dettaglio, ambiti via via più circoscritti.

Oltre ai prodotti, l'analisi competitiva deve considerare anche l'analisi qualitativa dei singoli prodotti/servizi e del complessivo sistema di offerta (regionale, provinciale, ecc.), dato che anche la qualità dipende dall'interazione domanda-offerta e quindi dall'incontro tra le caratteristiche, effettive e comunicate, del prodotto e l'aspettativa/percezione del consumatore.

Infine, dato che anche la capacità di carico di una destinazione dipende dalle caratteristiche del sistema di offerta e dall'interazione di questo con la domanda e che la capacità di sostenere l'attività turistica è fattore di competitività, anche l'analisi della capacità di carico e quindi della sostenibilità (economica, fisica e sociale) viene inclusa nell'analisi di competitività.

Nella realtà è evidente che i confini tra i vari ambiti non sono sempre così netti e definiti. La schematizzazione e quindi le separazioni nette proposte rispondono all'esigenza di seguire una direttrice nell'attività di ricognizione delle fonti statistiche e di presentazione dei risultati.

2.2 Le fasi della ricerca

Seguendo questo schema di interpretazione, la ricerca si è svolta lungo tre fasi:

Fase 1 – Ricognizione delle fonti statistiche e dei dati

Fase 2 – Processi di acquisizione - diffusione delle informazioni e metodologie di analisi

Fase 3 – Definizione dei modelli di indagine consuntiva e congiunturale

FASE 1 - RICOGNIZIONE DELLE FONTI STATISTICHE E DEI DATI

La prima fase della ricerca è stata riservata alla ricognizione delle fonti statistiche che rilevano con periodicità costante dati e informazioni, di natura qualitativa e quantitativa, relativi al fenomeno turistico nella sua dimensione locale, regionale e nazionale.

L'attività di ricognizione ha permesso di perseguire i primi tre obiettivi operativi e di individuare così le principali criticità del sistema informativo e stabilire una scala di priorità delle indagini necessarie allo studio del settore.

È stato necessario effettuare una mappatura delle diverse fonti statistiche e costruire così una Banca Dati costruita allo scopo di ordinare e sistematizzare le tipologie di dati che vari Istituti, pubblici e privati, rilevano regolarmente su domanda e offerta turistica.

La banca dati si configura quale strumento dinamico di consultazione e di lavoro che permette di:

- definire quali analisi è possibile condurre con l'attuale disponibilità di dati;
- individuare gli ambiti di indagine per i quali non vengono rilevate/pubblicate informazioni o non sono disponibili a livello regionale e/o locale;

- sulla base delle esigenze informative e dei risultati dell'attività di cui al punto precedente, definire quali indagini è necessario condurre nel breve periodo per integrare il quadro informativo.

Il data set comprende 387 record ed è suddiviso per mercato di riferimento (domanda e offerta). Complessivamente sono state analizzate 35 indagini condotte da 19 Istituti.

Le informazioni sono state raccolte principalmente tramite:

- consultazione dei portali on-line dei vari Istituti e della documentazione in questi pubblicata
- colloqui telefonici con i responsabili dei servizi di statistica degli stessi Istituti.

La tabella 1 indica le informazioni rilevate per ciascuna indagine.

Tabella 1 - Campi della Banca Dati

CAMPO DS	MODALITA' (ESEMPIO)
Ultimo anno disponibile	2009
Tipo di rilevazione	Campionaria
Campione	Individui
Numerosità campione	3500
Unità territoriale minima di rilevazione	Provincia
Periodicità rilevazione	Trimestrale
Periodicità pubblicazione	Annuale
Ritardo rilascio (mesi)	12
Tipo di indagine	Consuntiva
Unità di osservazione	Italiani
Variabili rilevate	Presenze
Disaggregazione settoriale	Provenienza
Specificità	Regione italiana - Paese estero
Dato pubblicato	si
Disaggregazione temporale massima	Anno
Disaggregazione territoriale massima	Regione
Unità territoriale minima dati acquisiti	Provincia
Disponibilità micro-dati	no
Link web	www.xyz.it
Partecipazione al SISTAN	si
Codice SISTAN	UCC-00024

Così strutturata, la banca dati ha permesso di effettuare interrogazioni per individuare e aggregare le varie indagini a seconda delle informazioni di interesse. Ad esempio, è possibile selezionare tutte le fonti e le indagini che rilevino il numero di passeggeri negli aeroporti sardi con disaggregazione per paese estero di provenienza.

Secondo la logica esposta, per ogni ambito di interesse rappresentato nella figura 1 le diverse indagini sono state raccolte in tabelle che riportano informazioni relative alla fonte, al tipo di indagine, al livello di disaggregazione territoriale, alla periodicità di pubblicazione e all'ultimo anno disponibile. In questo modo, sono emerse le lacune informative e le criticità di ciascun ambito di indagine.

FASE 2 - PROCESSI DI ACQUISIZIONE - DIFFUSIONE DELLE INFORMAZIONI E METODOLOGIE DI ANALISI

Tramite l'osservazione e la descrizione degli iter seguiti nell'acquisizione e nella diffusione delle informazioni da parte dei vari Istituti, nella seconda fase si è tentato di individuare le cause delle criticità (obiettivo operativo 4) emerse dall'attività di ricognizione e di proporre possibili soluzioni (obiettivo operativo 5), migliorative o integrative.

In questa fase vengono altresì proposte delle metodologie di analisi per lo svolgimento delle indagini dirette (obiettivo operativo 6).

FASE 3 - DEFINIZIONE DEI MODELLI DI INDAGINE CONSUNTIVA E CONGIUNTURALE

Nella terza fase vengono perseguiti gli obiettivi operativi 7 e 8. Si raccolgono così alcune considerazioni circa gli output delle attività dell'Osservatorio Turistico Regionale, in relazione alla forma delle pubblicazioni, ai contenuti della comunicazione e alle modalità di diffusione dei risultati. Sulla base di tali considerazioni, vengono proposti quindi alcuni esempi di reportistica.

3 Principali risultati

3.1 Il quadro complessivo dell'informazione statistica in materia di turismo

A seguito dell'attività di ricognizione delle fonti e dei dati attualmente rilevati per i vari ambiti di indagine del fenomeno turistico è stato possibile costruire un quadro complessivo che riassume la situazione attuale dell'informazione statistica in materia di turismo.

Le variabili osservate vengono così incrociate con le varie indagini che l'Osservatorio Turistico Regionale (OTR) dovrebbe condurre. In sostanza, il quadro descrive la situazione in cui si troverebbe ad operare l'OTR qualora dovesse iniziare le attività e potesse contare solo sulle rilevazioni esistenti, strutturate, periodiche e pubbliche.

Per ciascuna indagine è quindi possibile sapere quali informazioni sono necessarie e quanto le informazioni disponibili siano esaustive. Pur essendo disponibili perché rilevate periodicamente, le informazioni potrebbero infatti non essere esaustive nella descrizione del fenomeno o perché colgono solo una parte di esso, o perché non disponibili a livello regionale/sub-regionale, o perché è eccessivo il ritardo tra l'anno di riferimento e il momento della pubblicazione.

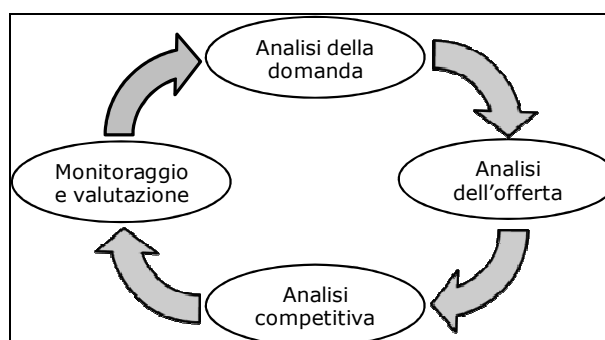
Il quadro complessivo permette così di trarre le conclusioni del lavoro di ricognizione, evidenziando le maggiori criticità del sistema informativo attuale alla luce delle esigenze informative e quindi sulla base delle attività di indagine prioritarie per l'OTR, come specificate nelle pagine seguenti.

3.2 Le priorità di indagine

Per comprendere su quali criticità è necessario intervenire con maggiore urgenza, si deve prima chiarire quali sono le esigenze informative più stringenti e quindi le priorità di indagine dell'OTR.

Il punto di partenza di qualsiasi attività di analisi del mercato (non solo turistico) è la conoscenza della domanda. La conoscenza della domanda è infatti propedeutica all'analisi dell'offerta, la cui adeguatezza può essere valutata solo alla luce della domanda di riferimento (effettiva e/o potenziale). L'analisi competitiva, quindi le eventuali azioni migliorative, il loro monitoraggio e la loro valutazione, possono intervenire una volta misurata la capacità del sistema di offerta turistica di soddisfare le esigenze della domanda.

Figura 2 - Ciclo informativo



Si individua così un ordine logico e sequenziale, da cui discende necessariamente un ordine di priorità degli ambiti di indagine:

1. Analisi della domanda
2. Analisi dell'offerta
3. Analisi competitiva
4. Monitoraggio e valutazione.

L'ordine, schematizzato nella figura 2, si configura come un ciclo informativo.

All'interno di ciascun ambito si individuano le priorità tra le indagini. In questo caso i criteri sono:

1. progressivo affinamento delle informazioni da raccogliere, vale a dire l'osservazione del fenomeno dai suoi aspetti generali a quelli più specifici;
2. esistenza di esigenze informative non soddisfatte;
3. strategie regionali per lo sviluppo del settore¹.

¹ Non esistendo ad oggi un piano di marketing strategico (l'ultimo risale al 2009), le priorità di sviluppo dei prodotti turistici vengono derivate dalle iniziative adottate e dalle dichiarazioni pubbliche rese dalla Giunta regionale e dall'Assessorato regionale al Turismo.

Di seguito l'ordine di priorità:

- Analisi della domanda
 - a. Movimento turistico consuntivo (ufficiale)
 - b. Movimento turistico sommerso
 - c. Congiuntura (previsione)
 - d. Profilazione, percezione e *Customer Satisfaction* (domanda effettiva)
 - e. Conoscenza e aspettative (domanda potenziale)
 - f. Soddisfazione intermediari (domanda effettiva)
 - g. Conoscenza e percezione intermediari (domanda potenziale)
- Analisi dell'offerta
 - a. Consistenza ed evoluzione dell'offerta ricettiva
 - b. Consistenza ed evoluzione dell'offerta di servizi
 - c. Consistenza ed evoluzione dell'offerta complessiva
 - d. Fabbisogni formativi ed occupazionali
- Analisi competitiva
 - a. Prodotti
 - b. Impatti e sostenibilità
 - c. Qualità servizi / destinazione
- Monitoraggio e audit

È bene ribadire che l'ordine è interno a ciascun ambito e non coincide necessariamente con l'esecuzione delle varie attività da parte dell'OTR.

Il calendario delle attività dell'OTR dovrà evidentemente tenere conto delle esigenze informative e di queste priorità, ma potrà essere elaborato solo in seguito all'individuazione delle risorse disponibili utili all'integrazione delle informazioni già rilevate e alla raccolta di quelle non ancora rilevate.

3.3 Le principali criticità del sistema informativo

Individuare in questa fase un ordine di priorità è utile per comprendere a quali criticità nel sistema informativo attuale è necessario porre rimedio con maggiore urgenza.

ANALISI DELLA DOMANDA (TURISTI)

Nel gruppo delle indagini utili all'analisi della domanda turistica le maggiori criticità sono:

1. ritardo nella pubblicazione dei dati censuari ISTAT (12 mesi) e campionari ISTAT (12 mesi) e UIC (3 mesi);
2. parzialità della rilevazione censuaria ISTAT: sfuggono parte dei flussi (strutture B&B, agriturismo, seconde case, non dichiarati);

-
3. scarsa disponibilità di micro-dati (disponibili solo quelli ISTAT - *I Viaggi in Italia e all'Estero*);
 4. assenza di informazioni sul pattern di spesa dei turisti;
 5. assenza di analisi congiunturale/previsionale;
 6. ritardo nella pubblicazione dei dati su traffico portuale e aeroportuale (12 mesi);
 7. assenza di informazioni su provenienza e residenza dei passeggeri aerei e marittimi;
 8. assenza di una rilevazione dei flussi turistici per provincia italiana di provenienza;
 9. scarsa omogeneità tra le classificazioni di località turistiche adottate dai vari Istituti;
 10. ritardo nella pubblicazione dei dati e scarse informazioni sui profili di domanda (in particolare: motivazioni, profilo socio-economico e attività)

ANALISI DELLA DOMANDA (INTERMEDIARI)

1. Non esistono indagini e informazioni a riguardo

ANALISI DELL'OFFERTA

1. ritardo (9 mesi) nella pubblicazione dei dati censuari ISTAT su strutture ricettive;
2. assenza di un monitoraggio sulle seconde case;
3. assenza di monitoraggio sul livello dei prezzi a livello regionale;
4. insufficiente monitoraggio di misure di performance (occupazione camere, ricavo medio per camera, ricavo medio per camera occupata, valore aggiunto, ROI, ecc.);
5. assenza di informazioni dettagliate sul numero e la tipologia di servizi turistici offerti;
6. assenza di un monitoraggio sulla formazione e sui fabbisogni formativi;
7. assenza di un monitoraggio sui canali di commercializzazione utilizzati e sul grado di intermediazione dei servizi turistici.

ANALISI COMPETITIVA

Prodotti turistici

Le criticità rilevate sul sistema informativo necessario allo svolgimento dell'analisi competitiva e, in particolare, quella sui prodotti turistici sono le stesse rilevate nel caso dell'analisi della domanda e dell'offerta. Infatti, come detto poco sopra, l'analisi del prodotto turistico si basa sull'interazione di aspetti relativi alla domanda di turismo e elementi relativi all'offerta del territorio. Pertanto, risolte le criticità delle due componenti vengono automaticamente risolte quelle relative all'analisi dei prodotti.

Impatto e sostenibilità

1. scarso aggiornamento delle informazioni e dipendenza della loro rilevazione da finanziamenti spot;
2. carenza di informazioni disaggregate settorialmente;

Qualità

1. assenza di rilevazioni sugli standard (fisici e non) qualitativi dei servizi turistici;

-
2. assenza di indagini di soddisfazione dei clienti;

AUDIT

1. assenza di monitoraggio sul volume e sulla coerenza della spesa pubblica sostenuta dai vari soggetti (Regione, province, Comuni, GAL, ecc.);
2. assenza di un monitoraggio sui risultati conseguiti dalle attività di promozione (in particolare gestite dai soggetti pubblici).

3.4 Possibili soluzioni alle criticità

Un Osservatorio Turistico Regionale (OTR) che si trovasse ad operare oggi, sulla base del patrimonio informativo esistente, incontrerebbe senza dubbio numerose difficoltà e dovrebbe necessariamente provvedere all'integrazione di tutte quelle informazioni parziali e, in molti casi, del tutto assenti.

L'attività di ricognizione delle fonti e dei dati ha rilevato in maniera evidente le numerose lacune informative:

- dal lato dell'offerta, in particolare su tutte le componenti oltre quella ricettiva;
- dal lato della domanda, in particolare sulle variabili necessarie alla qualificazione dei differenti profili di turisti e dei vari turismi.

Tali emergenze si ripercuotono evidentemente nell'analisi competitiva.

In sostanza, nonostante alcune criticità, le uniche aree di indagine la cui copertura informativa risulta accettabile sono quelle sul numero e la capacità delle strutture ricettive classificate (offerta) e sui flussi turistici nelle stesse strutture (domanda).

In un'ottica di efficienza e quindi di ottimizzazione dell'esistente, il futuro OTR dovrà operare in maniera graduale, sfruttando primariamente le rilevazioni già esistenti e colmando successivamente gli ambiti di indagine per cui non esistono rilevazioni. Nel primo caso dovrà porre rimedio alle criticità (ritardi, parzialità delle rilevazioni, ecc.); nel secondo dovrà invece condurre su propria iniziativa, direttamente o affidando il servizio a soggetti esterni, nuove indagini dirette.

Seguendo tale logica e seguendo l'ordine di priorità delle indagini e quindi delle criticità rilevate, vengono profilate alcune possibili soluzioni.

Le varie soluzioni prospettate possono essere raccolte in tre gruppi, che al tempo stesso rappresentano le possibili fonti da cui l'OTR potrebbe ottenere le informazioni necessarie allo svolgimento delle diverse indagini.

1. FONTI ESISTENTI

Si fa riferimento alle fonti monitorate nella prima fase del progetto.

Qualsiasi analisi dell'OTR dovrà primariamente ricorrere a queste fonti sia per ragioni di ottimizzazione delle risorse disponibili e contenimento dei costi, sia perché rappresentano una base per la comparazione dei vari aspetti dell'offerta turistica sarda con quelle di altre destinazioni concorrenti.

Come osservato nell'analisi dettagliata della varie criticità, l'OTR dovrà mantenere e formalizzare con i vari soggetti (Istituti/uffici di statistica, Amministrazioni e Uffici Pubblici, Porti e aeroporti, ecc.) dei rapporti privilegiati, tramite la stipula di apposite convenzioni per:

1. la fornitura periodica di elaborazioni personalizzate;
2. la fornitura periodica dei micro-dati;
3. l'accesso agli archivi pubblici.

2. INDAGINI DESK SU FONTI AMMINISTRATIVE

Si fa riferimento alla sistematizzazione degli elenchi e degli archivi gestiti dai vari rami delle Amministrazioni Pubbliche, ognuna per il proprio ambito di competenza.

Anche in questo caso, in un'ottica di efficienza, la ragione del ricorso a tali archivi risponde alla necessità di non replicare informazioni già esistenti e di ricorrere all'interrogazione diretta delle unità di osservazione (turisti, imprese, ecc.) solo per quelle informazioni che effettivamente non è possibile ottenere per altra via.

Il compito dell'OTR e dell'Amministrazione Regionale è quello di disegnare in un primo momento un quadro complessivo delle informazioni in possesso dei vari soggetti pubblici per poi, in un secondo tempo, stabilire degli accordi con questi per la fornitura o la consultazione periodica di elenchi e archivi.

A questo scopo, l'Amministrazione regionale dovrà sostenere uno sforzo per la razionalizzazione dei propri archivi per facilitare e velocizzare la comunicazione delle informazioni tra i diversi centri di competenza (Assessorati, Agenzie, ecc.).

3. INDAGINI CAMPIONARIE, *PANEL* E *FOCUS GROUP*

L'OTR dovrà provvedere alla raccolta delle informazioni che non si rendano disponibili in altro modo tramite la conduzione di indagini dirette su un campione rappresentativo dell'universo di riferimento (domanda e offerta turistica in Sardegna).

In particolare, affinché l'OTR sia nella condizione di ottenere in maniera tempestiva le informazioni, sarà necessario costituire un gruppo di unità di osservazione da cui selezionare quelle di interesse a seconda delle loro disponibilità e dell'oggetto dell'indagine. Si fa riferimento alle indagini sull'offerta e a quei casi in cui si possono ricavare informazioni sulla domanda tramite la consultazione dell'offerta (analisi della congiuntura e previsioni).

Nel caso delle altre analisi sulla domanda, l'indagine non potrà avvalersi del *panel*, ma dovrà rivolgersi direttamente ad un campione di turisti da intervistare presso le porte di accesso dell'isola e direttamente nelle località di soggiorno. A questo proposito, la conclusione della seconda fase della ricerca ha individuato possibili metodologie di raccolta e di analisi dei dati.

3.5 Definizione delle metodologie di raccolta e di analisi dei dati tramite indagine diretta

Nella seconda fase della ricerca, oltre alla formulazione di proposte per la soluzione delle diverse criticità, vengono forniti cenni sulle principali metodologie di analisi che possono essere utilizzate per una migliore comprensione del fenomeno turistico a partire da informazioni collezionate prevalentemente in modo diretto, cioè attraverso indagini condotte da soggetti interni o esterni all'OTR mirate a raccogliere informazioni dalle unità statistiche oggetto del rilevamento.

Nello specifico vengono descritte alcune metodologie di analisi sperimentate in occasione di studi specifici, prevalentemente sulla domanda turistica e quindi in riferimento al gruppo di indagini campionarie.

Per quanto riguarda la domanda, in particolare, le statistiche ufficiali non permettono di comprendere appieno due caratteristiche del fenomeno turistico: il livello (e conseguentemente gli impatti) della spesa turistica e le preferenze della domanda aggregata.

Sia per l'analisi della spesa turistica che per quella delle preferenze dei turisti vengono raccolte delle raccomandazioni relative a:

1. Lo strumento di rilevazione
2. L'organizzazione dell'indagine e la definizione del campione
3. Periodo di svolgimento dell'indagine
4. Modalità di effettuazione delle interviste
5. Analisi dei dati

Per quanto riguarda l'offerta vengono raccolte alcune indicazioni utili all'analisi dei sistemi di offerta turistica e quindi alla comprensione delle interazioni tra i soggetti che vi partecipano e al monitoraggio dell'impatto dell'attività turistica sul complessivo sistema economico regionale. A titolo di esempio, vengono presentati dei questionari per la raccolta di informazioni sulle caratteristiche degli operatori, pubblici e privati, che compongono il sistema di offerta turistico.

3.6 La raccolta sistematica e la divulgazione dei dati

L'attività di un Osservatorio Turistico Regionale dovrebbe rispondere ad alcuni obiettivi generali, sintetizzabili nel modo seguente.

1. Rappresentare un riferimento per tutti i soggetti coinvolti nell'attività turistica di un territorio e quindi:
 - a. Operatori privati (singoli e consorziati);
 - b. Amministrazioni Pubbliche (centrali e periferiche);
 - c. Soggetti politici;
 - d. Investitori esterni;
 - e. Comunità residente.
2. Offrire un supporto scientificamente fondato per:
 - a. l'individuazione degli obiettivi, delle strategie e quindi delle politiche di sviluppo territoriale di lungo periodo;
 - b. la programmazione delle azioni operative di sviluppo e di marketing nel breve periodo;
 - c. il monitoraggio delle azioni e la valutazione delle politiche di intervento;
 - d. l'elaborazione delle decisioni di investimento degli operatori interni ed esterni alla regione.

Da questi obiettivi discendono le caratteristiche principali dell'informazione statistica sul turismo.

TOTALE

L'informazione deve riguardare ogni singolo aspetto che abbia qualche influenza sul settore. La figura 1 schematizza tutti gli ambiti di indagine relativi all'offerta, alla domanda e allo sviluppo competitivo.

PUNTUALE

Per ciascun ambito di indagine individuato, l'informazione deve raggiungere il massimo dettaglio per far sì che la lettura del settore sia completa ed esaustiva.

TEMPESTIVA

I rapidi mutamenti che intervengono nel settore, in relazione sia all'ambiente interno (Sardegna e singoli territori), sia a quello esterno e competitivo, richiedono la più rapida rilevazione per consentire l'assunzione tempestiva di decisioni di investimento, dal lato pubblico e da quello privato.

ACCESSIBILE

Tutti i possibili destinatari devono aver modo di fruire agevolmente dell'informazione, tramite una diffusione modulata e multi-canale: reportistica (rapida, di dettaglio e di approfondimento), piattaforme e siti web, formazione diretta (incontri, seminari, corsi, ecc.).

COMPRENSIBILE

L'informazione deve essere tarata sulla base del destinatario ultimo e deve quindi essere differenziata a seconda dell'utente.

Per perseguire gli obiettivi sopra specificati e far sì che l'informazione abbia le suddette caratteristiche, l'OTR deve necessariamente ricorrere a strumenti di diffusione differenziati per tipologia, per contenuti, per canale di comunicazione, per target di riferimento e per tempistica di rilascio. A questo proposito, la ricerca propone e descrive nel dettaglio tre tipologie di reportistica:

1. Reportistica rapida

Sintetica e di facile lettura, viene diffusa 3-4 volte all'anno e risponde all'esigenza di offrire una rapida descrizione dell'andamento del settore. Ha quindi natura congiunturale e previsionale

2. Reportistica di dettaglio

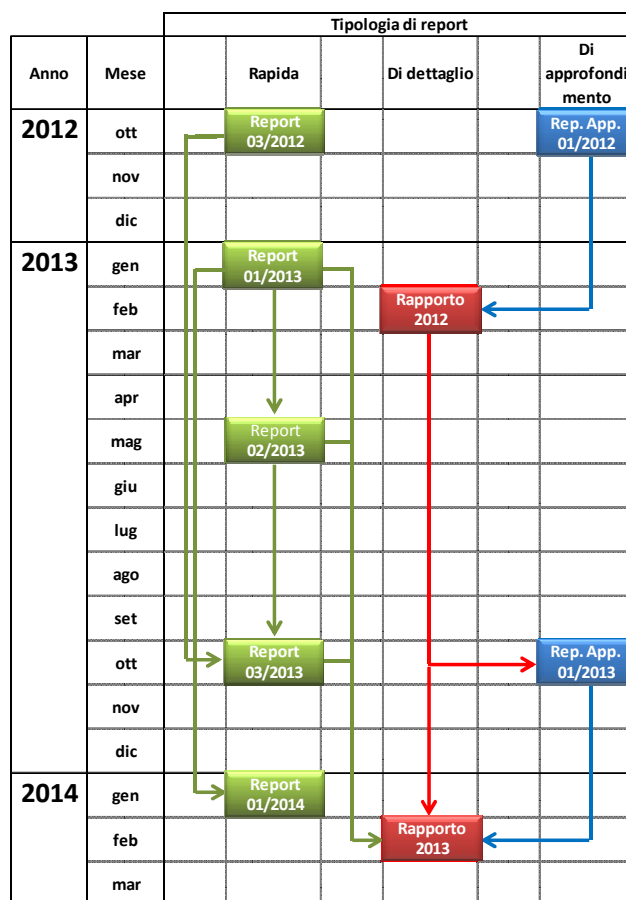
Approfondisce e omogeneizza i vari aspetti rilevati durante l'anno per tracciare l'andamento consuntivo e complessivo dell'anno trascorso, effettuando una comparazione (*benchmarking*) con altre destinazioni e una interpretazione, in chiave strategica e di marketing, delle risultanze all'interno del contesto nazionale e internazionale. Viene diffusa una volta all'anno (gennaio-febbraio).

3. Reportistica di approfondimento

Annualmente viene affrontata l'analisi di un aspetto specifico (es. prodotti turistici, qualità, impatti e sostenibilità dell'attività turistica, risorse e attrattive, infrastrutture e trasporti, promozione e comunicazione) e periodicamente (4-5 anni) viene aggiornata l'analisi dello stesso argomento.

Le tre tipologie di reportistica sono evidentemente connesse tra loro, secondo una logica esemplificata nel seguente esempio di crono-programma (il senso della freccia indica il flusso delle informazioni da un report verso un altro).

Figura 3 - Crono-programma tipo delle pubblicazioni delle indagini



L'Osservatorio Turistico di Trento viene generalmente riconosciuto come uno dei migliori esempi in Italia, per organizzazione, ampiezza dei temi monitorati, tempestività di rilascio delle informazioni e rapporti con gli operatori turistici locali. Per questo, in conclusione del lavoro, è parso utile descriverne le caratteristiche organizzative e quale *best practice*.

4 Sviluppi futuri

Il presente progetto di ricerca ha voluto inquadrare il contesto generale in cui dovrebbe operare il futuro OTR. Ha tentato di definire le esigenze informative, le lacune da colmare, le criticità da affrontare, le priorità e, in generale, gli obiettivi e le funzioni principali dell'OTR.

La fase successiva dovrà riguardare lo studio e la redazione di un progetto di fattibilità che rappresenti in qualche misura anche il piano di start-up della struttura. Più nello specifico, di seguito si individuano i principali punti da approfondire e vengono proposte alcune prime considerazioni di carattere generale.

Organizzazione. Per quanto riguarda la composizione dell'OTR e quindi l'individuazione dei soggetti da coinvolgere, pare ottimale la soluzione adottata dall'Osservatorio Turistico di Trento, nel quale partecipano e indirizzano l'attività l'Ente locale, la Camera di Commercio, le

Associazioni di categoria e l'Università. Pur riconoscendo la caratteristica di soggetto strumentale e quindi la funzione di supporto all'Amministrazione centrale nella definizione delle strategie di sviluppo della regione, il coinvolgimento delle organizzazioni esterne comunque portatrici di interesse, scientifico nel caso dell'Università, economico nel caso degli altri soggetti, agevola:

- l'autonomia della struttura, tramite un controllo reciproco tra i partecipanti;
- la condivisione degli obiettivi di indagine e quindi delle strategie di sviluppo;
- una maggiore e più efficiente collaborazione nella raccolta delle informazioni e quindi nella conduzione delle indagini.

Struttura. Data l'ampiezza e la complessità delle indagini a carico dell'OTR, la struttura interna deve necessariamente avvalersi di elevate professionalità. In particolare nel campo della statistica, delle ricerche di mercato, nel marketing turistico-territoriale e nella formazione. Figure da impiegare non solo nella conduzione scientifica, ma anche nelle fasi più operative.

Attività e tempistiche. Il progetto di fattibilità dovrà definire le attività a carico dell'OTR, nel dettaglio degli obiettivi specifici che si intende perseguire, dei contenuti delle azioni, delle tempistiche di svolgimento e della scelta tra la conduzione interna o l'affidamento esterno. Sulla base delle esigenze conoscitive e quindi della scala di priorità di indagine, dovrà quindi stabilire la calendarizzazione delle attività almeno per il primo triennio di attività.

Risorse finanziarie. Infine, dovrà essere stabilito il budget complessivo per ciascun anno. Budget relativo al funzionamento della struttura, al coinvolgimento di figure esterne, alle singole attività e all'eventuale affidamento esterno della loro conduzione.

