



Turismo e Cultura dell'Accoglienza

Rovigo, 13 Dicembre 2012

Mariangela Goggia



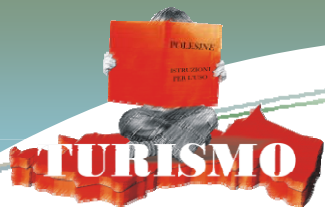
TURISMO



Archivio fotografico Provincia di Rovigo –
Servizio Turismo



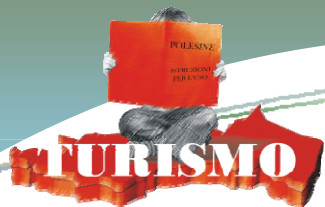
Nel 1961 Marialuisa Manfredini Gasparetto nel volume *“IL POLESINE – Studio di geografia economica”* sosteneva che era *“arduo parlare di turismo polesano”*.



13 Dicembre 2012

ANNO	ARRIVI	PRESENZE
1951	10.949	28.631
1961	24.780	154.468

fonte: dati E.P.T. - AA.P.T. - PROVINCIA DI ROVIGO



13 Dicembre 2012

ANNO	POSTI LETTO
1958	1.000
1969	6.700

fonte: dati E.P.T. - AA.P.T. - PROVINCIA DI ROVIGO



ANNO	ARRIVI	PRESENZE
1958	20.833	42.643
1969	103.540	648.177

fonte: dati E.P.T. - AA.P.T. - PROVINCIA DI ROVIGO



Archivio fotografico E.P.T., Provincia di Rovigo – Servizio Turismo



IERI



OGGI



Rosolina Mare

Archivio fotografico E.P.T., Provincia di Rovigo – Servizio Turismo





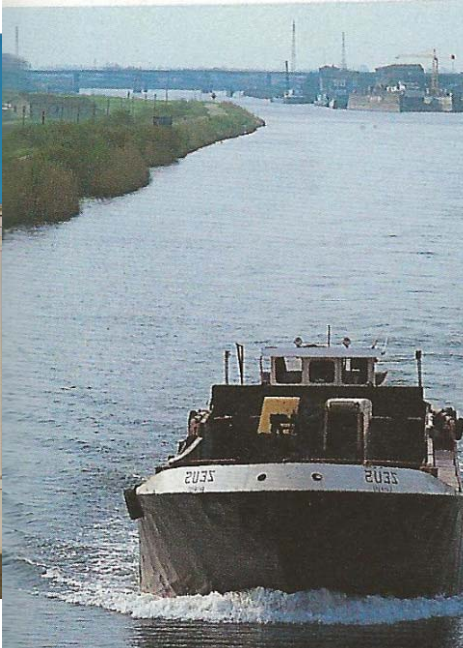
MOVIMENTO TURISTICO NEL COMUNE DI ROSOLINA

ANNO	ARRIVI			PRESENZE		
	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE
1965	838	7.866	8.704	26.064	150.993	177.057
1985	63.265	43.211	106.476	1.052.333	559.346	1.611.679
2000	65.142	75.610	140.752	812.182	760.371	1.572.553
2005	77.023	65.623	142.646	858.192	604.537	1.462.729
2011	78.745	69.614	148.359	722.074	623.156	1.345.230

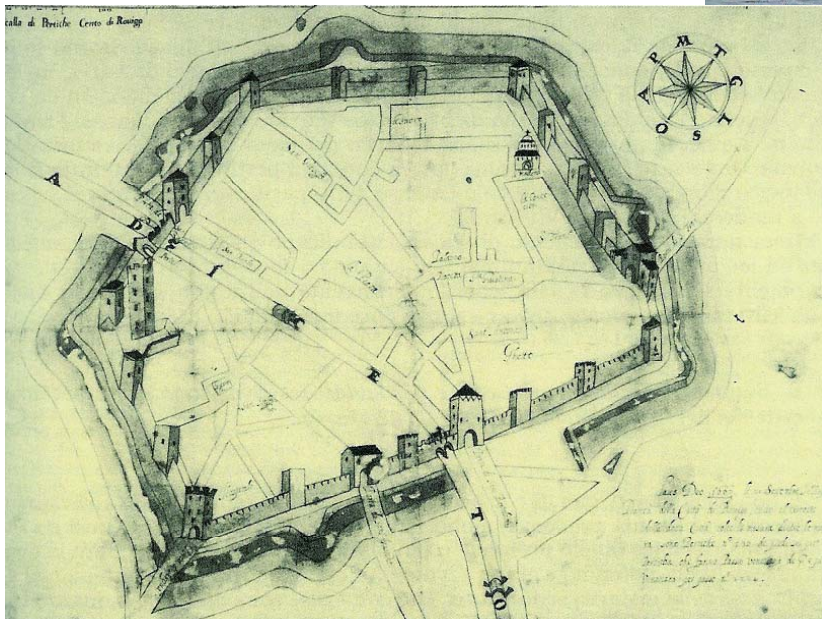
fonte: dati E.P.T. - AA.P.T. - PROVINCIA DI ROVIGO



TURISMO



Archivio fotografico E.P.T.,
Provincia di Rovigo – Servizio
Turismo





MOVIMENTO TURISTICO INTERA PROVINCIA

ANNO	ARRIVI			PRESENZE		
	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE
1995	120.871	86.976	207.847	865.286	797.287	1.662.573
2000	130.366	96.415	226.781	978.574	812.564	1.791.138
2005	149.015	97.477	246.492	1.068.263	700.400	1.769.263
2011	156.498	121.326	277.824	917.051	834.665	1.751.716

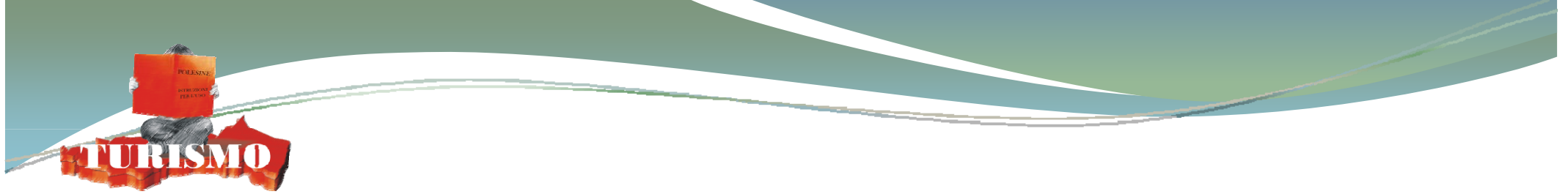
fonte: Ufficio Statistica della Provincia di Rovigo



Consistenza ricettiva intera provincia

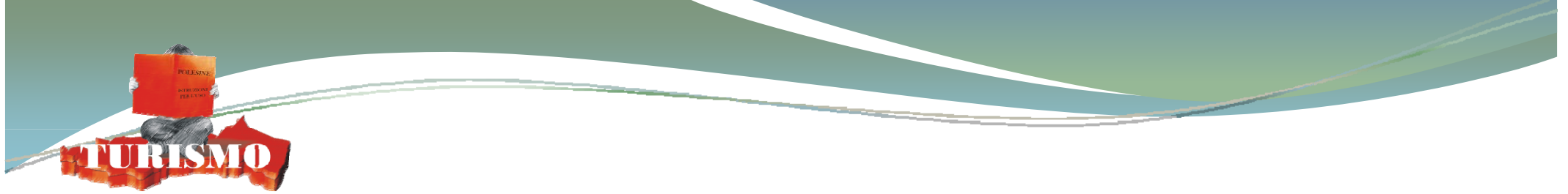
STRUTTURE RICETTIVE	2011		
	ESERCIZI	CAMERE	LETTI
4 Stelle	11	403	800
3 Stelle	33	883	1.682
2 Stelle	6	115	201
1 Stella	13	121	191
Residenze Turistico Alberghiere	3	68	220
Totale Alberghiero	66	1.590	3.094
Affitta camere	2.220	4.168	11.320
Campeggi e Villaggi Turistici	6	4.957	12.934
Alloggi agroturistici	42	297	639
Altre strutture	79	242	662
Totale Extra Alberghiero	2.347	9.664	25.555
Totale Generale	2.413	11.254	28.649

fonte: Ufficio Statistica della Provincia di Rovigo



- 1919 – Ente Nazionale per il turismo
- 1938 – Ente Provinciale per il turismo
- 1979 – Azienda di soggiorno a Rosolina
- 1985 – Aziende di promozione turistica
- 1994 – Azienda di promozione turistica
- 2002 – Provincia

... e poi...



Turisti di:

- prima generazione
- seconda generazione
- terza generazione: residenti temporanei



Archivio fotografico Provincia di Rovigo – Servizio Turismo





Totale affluenza IAT	Contatti
25.949	18.487

Tipologia di contatto	
VISITE	87,2%
TELEFONATE	9,6%
FAX	0,2%
E-MAIL	2,9%

63,5% italiani (70% veneti) – 36,5% stranieri

Accessi al sito polesineterraduefiumi.it
n° 106.273 e pagine visitate n° 439.039

Fonte: Provincia di Rovigo – Servizio Turismo



Informazione



Accoglienza



Marketing

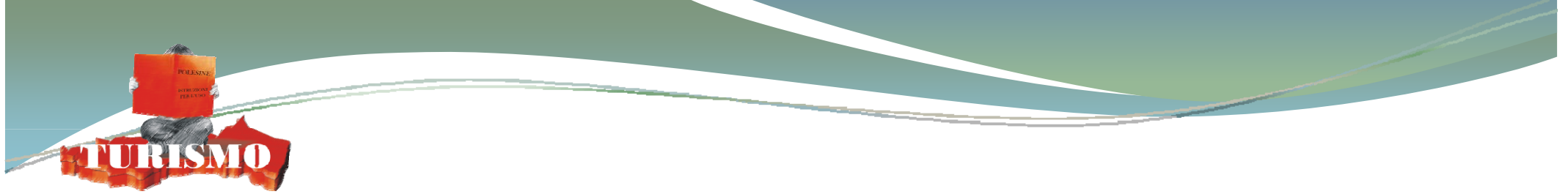


“Accogliamo i turisti, quindi siamo ospitali”



- ❖ Conoscenze territoriali
- ❖ Conoscenze relazionali

Un territorio va raccontato, non descritto



- ❖ Ricordo
- ❖ Passaparola

Viaggiamo per comunicare



Gli operatori slow:

- Non sono semplici dispensatori di servizi, ma di emozioni perché conoscono il proprio territorio
- Evitano di essere banali
- Utilizzano personale preparato per costruire informazione ed esperienze coinvolgenti.
- Si prendono cura degli ospiti, li consigliano e li aiutano durante il soggiorno, stabiliscono con loro relazioni non superficiali.



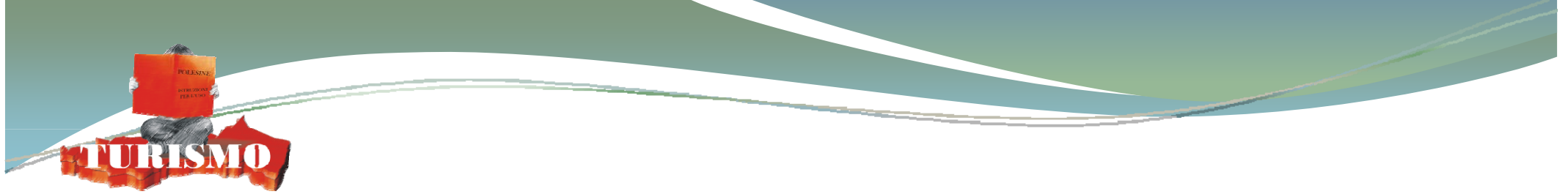
MOTOR

MOBILE TOURIST
INCUBATOR



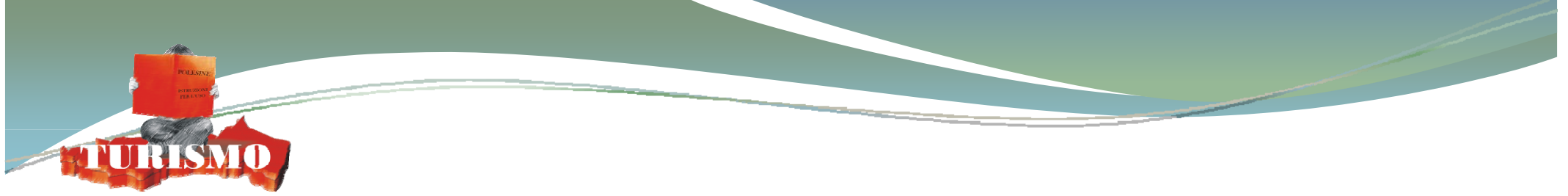
“Il turismo è un bene comune,
l’accoglienza un dovere di tutti”

Fonte: Regione Marche, campagna di sensibilizzazione turistica



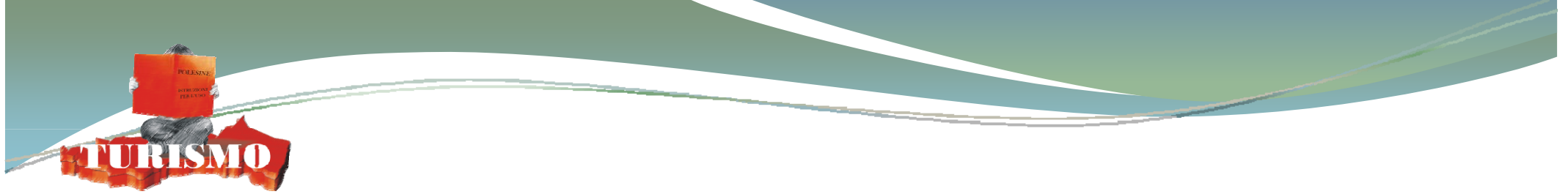
Significato della parola accoglienza:

L'atto di accogliere, di ricevere una persona, ma anche il modo e le parole con cui si riceve un ospite

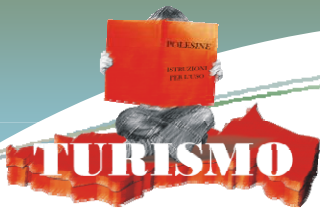


L'accoglienza vista come:

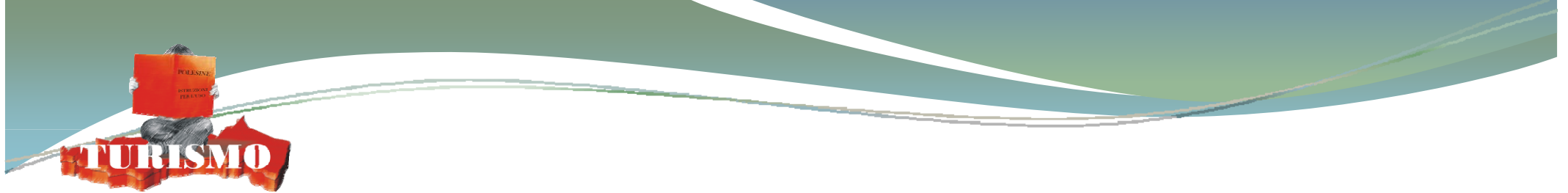
1. Questione di marketing
2. Questione psicologica e filosofica



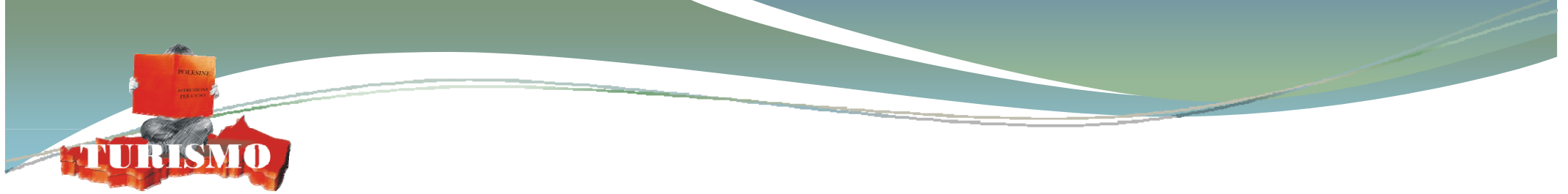
- Dal marketing tradizionale al cosiddetto marketing relazionale
- Gli elementi che caratterizzano il marketing relazionale possono essere così riassunti:
 - entrambi gli attori sono attivi nella relazione;
 - centralità della relazione;
 - bidirezionalità;
 - prospettiva di mediolungo termine.



- Individuare punti informativi nei luoghi turistici
- Campagne di sensibilizzazione all'accoglienza turistica mirate a settori particolari della popolazione (pubblica amministrazione, albergatori e ristoratori, guide e accompagnatori turistici, vigili urbani, negozianti, autisti e controllori dei mezzi pubblici, tassisti, etc)
- Campagne di sensibilizzazione all'accoglienza turistica rivolte alla cittadinanza nel suo complesso, per far crescere nella collettività la coscienza turistica e la cultura dell'accoglienza attraverso campagne stampa, lettere alle famiglie, manifesti, locandine e depliant
- Formazione specifica per studenti
- Cicli di incontri dedicati alle migliori esperienze, italiane e straniere, relative all'accoglienza
- Indagini di mercato volte a comprendere la soddisfazione dei turisti e ad analizzare le criticità in materia di accoglienza turistica;



- Accogliere è una professione
- Non lavoriamo da soli, ma siamo un gruppo che ha come obiettivo la soddisfazione dei turisti
- Ognuno di noi accoglie il turista, ascolta le sue esigenze e lo aiuta con entusiasmo
- Il sorriso è il mio biglietto da visita
- Il mio territorio è la mia casa e il turista è anche un mio ospite
- Ascolto i suoi pareri: le sue critiche sono utili per migliorare il mio lavoro
- Se il turista è felice, io sono felice; se il turista è scontento il mio compito è renderlo felice
- Il turista non crea problemi e, alla partenza, lo ringraziamo per aver scelto il nostro territorio e lo invitiamo a ritornare al più presto, tenendolo informato, se lui accetta



Non è accogliente una destinazione che:

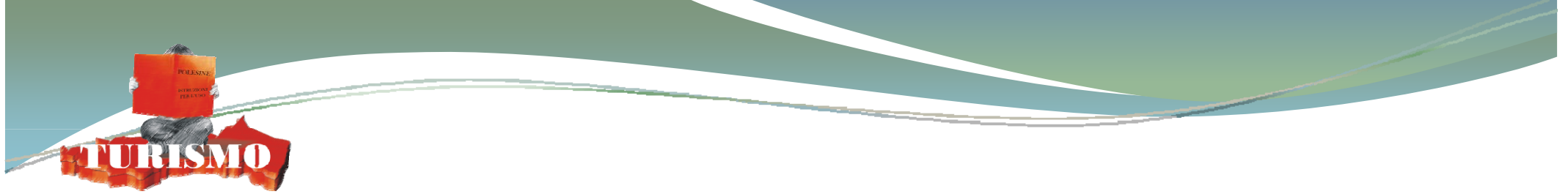
- prevede percorsi distinti per turisti, per residenti
- se i residenti, alla domanda “cosa c’è da vedere” rispondono “niente”

Non è accogliente un albergo:

- nel quale il personale ti accoglie in modo frettoloso, ti dice buongiorno, ma non ti guarda perché è al computer o ha altro da fare
- in camera c’è un frigobar : vuoto
- alla reception ha ancora in mostra i dépliant con l’elenco delle manifestazioni dell’anno scorso

Non è accogliente un ristorante dove:

- di fronte ad una richiesta di un consiglio, si risponde: «qui è tutto buono!»
- risponde ai reclami: “finora non si è mai lamentato nessuno!”



Non è accogliente uno IAT che:

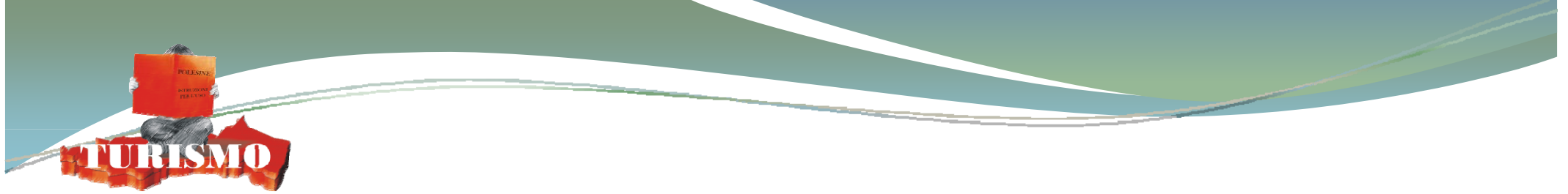
- espone un cartello con scritto: “Entrare uno alla volta”
- nelle vetrine espone gli orari dei treni in partenza
- alla domanda “cosa c’è da fare?” risponde “qui c’è solo il mare!”

Non è accogliente un museo nel quale:

- il linguaggio delle didascalie è per addetti
- i percorsi sono faticosi
- le sedie per sedersi sono già occupate dai custodi

Non è accogliente un parco che:

- e pieno di NO, di vietato e proibito



Non è accogliente l'agenzia di viaggi nella quale:

- l'addetto dice al visitatore “ecco il catalogo, se ha bisogno di qualcosa mi faccia sapere” e lo saluta
- mette i cataloghi all'esterno

Non è accogliente un negozio dove:

- l'addetto serve prima un fornitore di un cliente oppure continua a sistemare la vetrina e trascura il cliente che è entrato
- nel quale il commesso tira giù la serranda in faccia al cliente dicendo «dobbiamo chiudere!»



Grazie per l'attenzione!