



**Touring Club Italiano**

# **“Vorrei un’inform@zione...”**

**Come rispondono gli uffici informazioni  
delle destinazioni turistiche italiane  
e straniere**

**Dossier a cura del Centro Studi TCI**

**Giugno 2007**

## SOMMARIO

Alcune premesse	p. 3
Principali risultati	p. 5
Buoni esempi da seguire	p. 11
Per chiudere	p. 12
Nota metodologica	p. 17

A cura del Centro Studi TCI

Massimiliano Vavassori (direttore)

Matteo Montebelli

Angela Amodio

Fabrizio Lucci

© 2007 Touring Club Italiano

## ALCUNE PREMESSE

### Internet può confondere il turista

**Sempre più propenso a ricorrere alla Rete** per reperire notizie utili all'organizzazione di una vacanza, il turista di oggi deve confrontarsi con **l'ingente mole di informazioni di cui può disporre** e dalla quale è spesso "bombardato". Siti Internet istituzionali e commerciali, di utilità spesso discutibile e con un livello di aggiornamento non sempre soddisfacente, link sponsorizzati, banner: tutto questo può essere per il turista motivo di confusione e smarrimento.

**La qualità dell'accoglienza** che ciascuna destinazione (località grande o piccola, regione o provincia) riserva al potenziale cliente **comincia ben prima della sua presenza fisica sul territorio: si misura sulla capacità di fornire** – anche attraverso una semplice e-mail – **indicazioni chiare, precise e rispondenti alle aspettative**. Questo delicato compito, assegnato generalmente agli uffici regionali, provinciali o locali preposti all'accoglienza e all'informazione turistica, è stato messo alla prova dal Touring.

### Gli italiani usano la Rete, soprattutto per informarsi

Recenti ricerche (GH Impresa Turistica e Gfk-Eurisko, 2006) sulle modalità di informazione e acquisto delle vacanze da parte degli italiani confermano che **oltre un terzo della popolazione (38,3%) ricorre alla Rete per raccogliere notizie utili per organizzare una vacanza** di almeno una settimana. Il 43,5% di coloro che "cercano in Rete" si rivolge direttamente ai siti di hotel e agriturismi mentre il 28% sceglie quelli istituzionali delle destinazioni.

**Ancora molto bassa, invece, la quota di italiani che acquistano vacanze direttamente sul web.** Nonostante nel nostro Paese le vendite on line nel settore

turistico siano aumentate di oltre dieci volte dal 2002 al 2005<sup>1</sup>, soltanto il 2% dei nostri connazionali nel 2005 ha fatto ricorso a Internet per comprare i servizi di *viaggi e accomodation*, quota decisamente inferiore alla media europea e a Paesi come il Regno Unito (23,5%) e la Germania (10%)<sup>2</sup>.

## L'indagine Touring

Un'efficace presenza on-line, quindi, è già, e lo sarà sempre più nel futuro, un elemento strategico per la competitività delle destinazioni turistiche.

**Per capire qual è la situazione italiana, il Touring Club Italiano ha vestito i panni di un potenziale turista – italiano e straniero – alla ricerca di una meta di viaggio, indirizzando una richiesta di informazioni agli uffici turistici delle Regioni e di 31 città italiane.** Per avere, inoltre, un elemento di confronto con quanto avviene all'estero, sono state coinvolte nell'indagine anche **16 città straniere** alle quali è stata inviata un'analogha richiesta di informazioni.

Il contatto è avvenuto tramite **e-mail** con domande diverse a seconda della nazionalità del potenziale turista e della tipologia di destinazione, ma comunque legate alla necessità di acquisire indicazioni sui luoghi da visitare, sulla loro accessibilità, sulle attrazioni di carattere artistico-culturale ed enogastronomico e sull'eventuale disponibilità di city card.

La scelta di estendere l'inchiesta a livello internazionale è anche frutto della necessità di ripensare i confini entro i quali le località turistiche italiane si trovano a competere. Essere corretti, tempestivi e, se possibile, cortesi nel rispondere a una richiesta di informazioni è il primo passo verso la "costruzione" di un prodotto turistico di qualità.

**E l'Italia**, soprattutto per i turisti stranieri, **non è certo nota per l'efficienza dei servizi informativi**: i risultati di una recente indagine condotta da Doxa, Touring Club Italiano e Mercury rivelano infatti che **in questo ambito non raggiungiamo la sufficienza**<sup>3</sup> nel giudizio di chi abita fuori dai nostri confini.

---

<sup>1</sup> Elaborazioni Centro Studi TCI su dati Osservatorio B2C, *L'eCommerce B2C in Italia: alle Dot Com con la metà del mercato. Risultati 2006 dell'Osservatorio B2C*, giugno 2006.

<sup>2</sup> Eurostat, *Community survey on ICT usage and electronic commerce in enterprise*, 2006.

<sup>3</sup> L'indagine demoscopica, commissionata all'ATI composta da Doxa, Touring e Mercury dal Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri, ha avuto per oggetto l'attrattività turistica dell'Italia e del Sud Italia e ha considerato un campione rappresentativo della popolazione di cinque Paesi stranieri (Francia, Germania, Regno Unito, Usa e Giappone) per un totale di circa 5.000 interviste, di quella italiana, con circa 1.000 interviste, e di tour

Il dossier, avviato a fine di maggio 2007 e chiuso a metà giugno, si è concentrato soprattutto sulla valutazione dei tempi di risposta e sulla qualità delle informazioni date al potenziale turista.

## PRINCIPALI RISULTATI

### Le Regioni italiane sono le prime a rispondere

A dar riscontro alle e-mail inviate dai potenziali ospiti sono stati, soprattutto, gli uffici per il turismo delle Regioni italiane con un tasso medio di risposta tra italiani e stranieri pari al 66,7% (contro il 64,5% delle città italiane)<sup>4</sup>, percentuale che sale al 71,5% se si considera anche la Regione che ha risposto successivamente all'invio dell'e-mail di sollecito. Le città italiane, però, detengono lo scettro delle più veloci, almeno nel dare un riscontro alla prima richiesta dei nostri connazionali. Il 79,2% risponde nell'arco di un giorno, mentre il potenziale turista straniero è lasciato in attesa per più tempo per avere qualche dato.

### Problemi con la conoscenza dell'inglese...

Quasi l'80% degli uffici per il turismo delle Regioni ha risposto alle 21 richieste indirizzate dal turista italiano (Fig. 1). **Probabilmente a causa di una scarsa conoscenza della lingua inglese, decisamente inferiore è la percentuale di chi ha dato risposta alle e-mail firmate dall'utente straniero:** solo il 57,1%, ovvero 12 Regioni sulle 21 contattate. Occorre aggiungere, poi, la Sardegna che ha risposto sia al turista italiano sia al turista straniero ma solo dopo l'e-mail di sollecito.

Guardando ai tempi di risposta (Fig. 2), "cronometrati" dal momento dell'invio di ciascuna e-mail, le Regioni sono state più veloci nel dar seguito alle richieste del turista

---

operator italiani e stranieri (questi ultimi riferiti ai cinque Paesi sopra indicati) per un totale di circa 70 interviste.

<sup>4</sup> Come specificato nella nota metodologica, a chi non ha risposto alla prima e-mail dopo 15 giorni è stata inviata un'e-mail di sollecito. Tra i "non hanno risposto" sono, quindi, considerati coloro che hanno ignorato anche questa seconda e-mail, ai quali bisogna aggiungere le e-mail tornate indietro per *mailbox full* o poiché l'indirizzo e-mail reperito su Internet tramite motore di ricerca (cfr. nota metodologica) risultava sbagliato.

straniero: il 61,5% ha risposto entro le prime 24 ore e il 30,8% in un lasso di tempo compreso tra 1 e 3 giorni. Delle 16 risposte ricevute alla prima e-mail spedita dal turista italiano, invece, solo poco più della metà sono state recapitate nel primo giorno (52,9%).

Delle 31 città italiane inserite nel campione, 21 (pari al 67,7%) hanno risposto alla prima richiesta inviata dal potenziale turista italiano<sup>5</sup> e 19 (61,3%) alla prima e-mail firmata turista straniero. Quest'ultimo dato assegna alle città un giudizio migliore rispetto alle Regioni.

## **Deludono le città straniere**

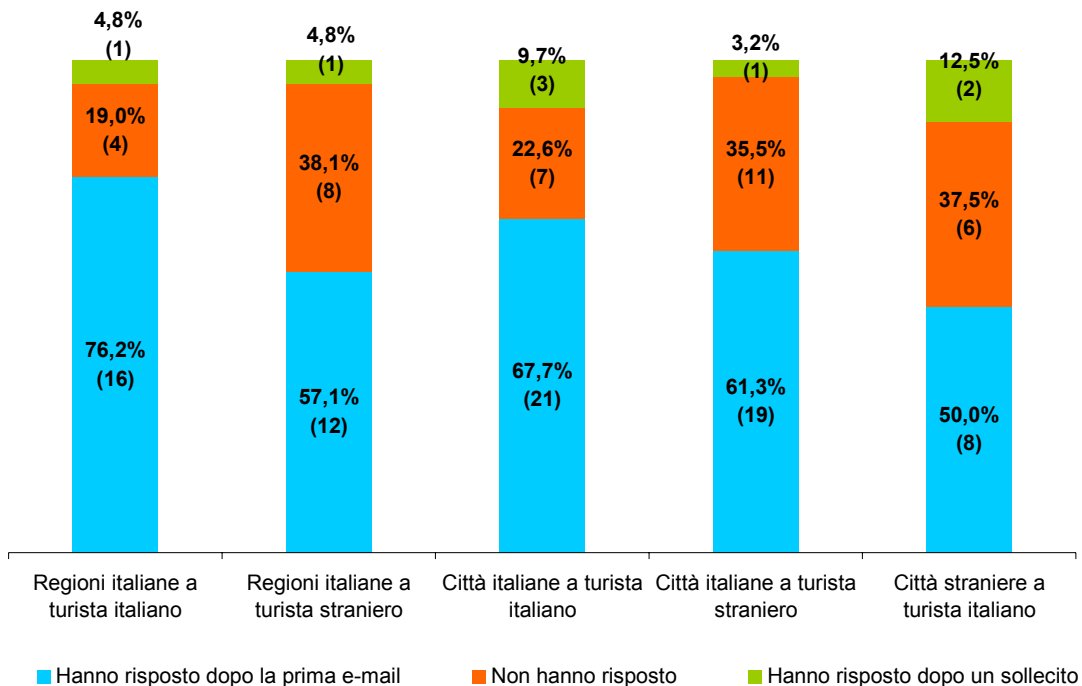
**Deludono i risultati delle e-mail inviate alle 16 città straniere inserite nel campione. Solo la metà risponde dopo la prima e-mail: tra queste, il 50% entro un giorno.** Su sollecito rispondono anche Londra e Barcellona.

Considerando il tasso di risposta, le città italiane sembrano aver vinto il confronto con le concorrenti straniere – oltre il 60%, infatti, ha inviato informazioni al turista straniero dopo la prima richiesta –, anche se per tempestività possono essere equiparate.

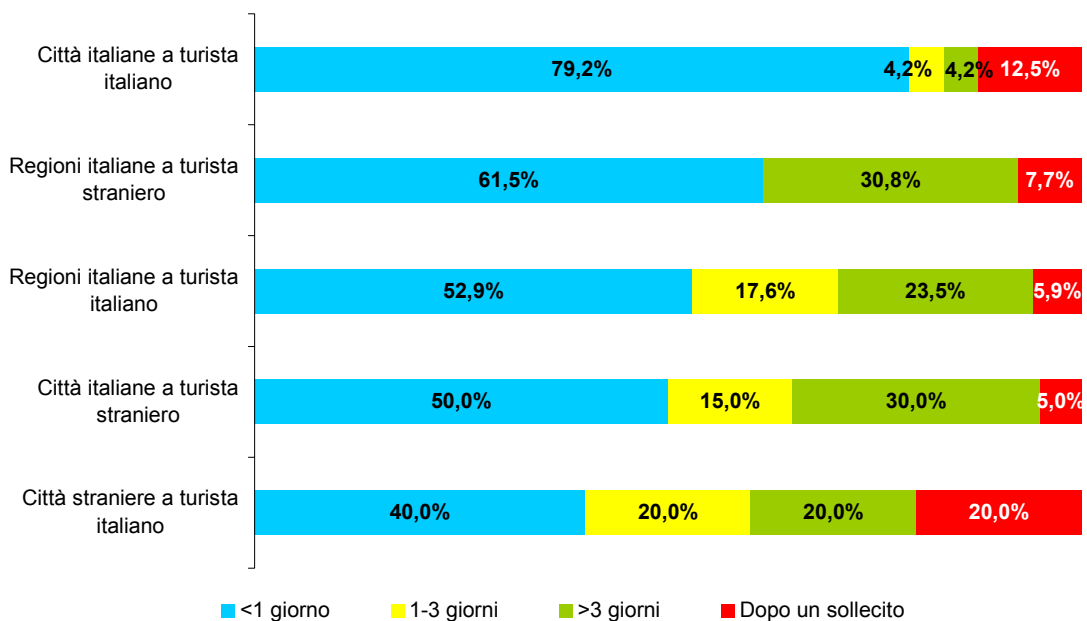
---

<sup>5</sup> A tal proposito si ricorda che, nel corso di un'analogha indagine condotta nel 2003 e pubblicata sul n. 3/2003 della *Rivista del Turismo*, delle 68 richieste di informazioni inviate per posta elettronica a un campione di città italiane solo il 24% erano state evase con un'e-mail di risposta.

**Fig. 1 - Le risposte alle e-mail per destinazione e provenienza (valori percentuali e valori assoluti)**



**Fig. 2 - Tempi di risposta per destinazione e provenienza (valori percentuali)**



## I criteri di valutazione delle risposte: tempestività, contenuti e cortesia

Nelle tabelle successive sono state classificate le varie destinazioni sulla base delle risposte, o delle non risposte, date ai potenziali turisti. Sono stati considerati **tre parametri di valutazione** specifici (cfr. nota metodologica): la **tempestività nel rispondere**, la **qualità e la completezza dei contenuti** delle e-mail di risposta e la **cortesia/accoglienza dell'operatore** nel restituire le informazioni richieste. Per ciascuno di questi parametri sono stati assegnati dei giudizi espressi con delle "faccine" più o meno sorridenti che rappresentano tre livelli di soddisfazione: bassa, media, alta. Infine, sulla base delle singole valutazioni è stato elaborato un **giudizio complessivo rappresentato dalle "stelle": da un minimo di uno a un massimo di cinque** per tutte le destinazioni che hanno inviato almeno una e-mail di risposta<sup>6</sup> ai potenziali turisti.

## Medaglia d'oro alla Provincia di Bolzano e a Vienna, bene l'Est Europa, non risponde Parigi

Le uniche destinazioni (tra Regioni e città) che hanno ottenuto cinque stelle sono state la **Provincia di Bolzano** (Alto Adige Informazioni) e la **Città di Vienna** (Wien – Ente per il turismo di Vienna): una conferma dell'attenzione che l'Alto Adige riserva alle azioni di orientamento/informazione del cliente.

Subito dopo la Provincia di Bolzano, **le Regioni e le Province che hanno brillantemente superato la prova sono Basilicata, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Valle d'Aosta e Provincia di Trento**. A parte la Basilicata, quindi, non sono presenti nella fascia alta della classifica Regioni del Centro-Sud. **Tra chi non ha risposto, inoltre, sorprende la Toscana**, da sempre tra le destinazioni preferite dei turisti italiani e stranieri. Agli ultimi posti figura anche la Sardegna che ha risposto solo dopo l'invio dell'e-mail di sollecito.

**In linea con le Regioni, anche per le città italiane il Nord si conferma leader.** Bolzano, ancora una volta, non smentisce le aspettative e a differenza delle valutazioni

---

<sup>6</sup> Come evidenziato nelle singole tabelle, non è stata assegnata alcuna stella alle destinazioni che non hanno risposto.



relative alla Regione di appartenenza, **voti alti sono stati assegnati a Siena e Firenze**, che si classificano tra le città che hanno risposto in maniera migliore. **Bene anche Venezia e Verona**. Su cinque città per cui non si è avuta alcuna risposta, solo Viterbo non è localizzata a Sud. Le città di Matera, Salerno e Urbino hanno risposto solo dopo l'invio dell'e-mail di sollecito.

Tra le città straniere, invece, oltre Vienna, **buoni risultati** hanno segnato due città dell'Est (**Praga e Budapest**), due del Nord Europa (**Edimburgo e Copenaghen**) e una dell'estremo occidente (**Lisbona**). **Tra le sei città che non hanno fornito alcuna risposta, sorprende Parigi**.

Barcellona e Londra, nonostante i contenuti esaustivi forniti, hanno risposto solo dopo l'invio dell'e-mail di sollecito.

### **Tempestività: risposte rapide agli italiani, non sempre agli stranieri**

La tempestività è il parametro in assoluto con il maggior numero di sorprese positive come si può riscontrare dalle tabelle che seguono. Si segnalano tuttavia alcuni casi come ad esempio **Turismo Torino** che è **molto efficiente nel rispondere al turista italiano** (poco più di 30 minuti) **ma non risponde a quello straniero**. Allo stesso modo, anche **l'ufficio Iat di Milano risponde in meno di tre ore al turista italiano e non risponde allo straniero**. Bisogna segnalare, infine, che sono state considerate valide (soprattutto per alcune Regioni) anche le risposte consistenti nel semplice inoltro della nostra e-mail (e inviato al nostro indirizzo per conoscenza) a un ufficio direttamente competente, anche qualora quest'ultimo non abbia poi risposto alla nostra richiesta.

### **Qualità e completezza: una situazione molto eterogenea**

Passiamo ora ai contenuti: le richieste fatte agli uffici informazioni hanno riguardato aspetti quali l'accessibilità alla destinazione, le risorse storico-culturali più importanti, eventi e manifestazioni e la disponibilità di convenzioni e city card.

Per quanto riguarda le **informazioni relative agli aeroporti**, si è notata **una certa carenza nell'indicare come raggiungere il centro città** dall'aerostazione di

riferimento: in molti casi la domanda è stata addirittura ignorata. Altra nota stonata, inoltre, riguarda **la considerazione dei confini amministrativi come unico ambito informativo**: ad esempio, se un turista di Berlino chiede informazioni su come raggiungere l’Abruzzo, l’aeroporto di Pescara non è l’unico da segnalare (come è stato fatto) ma sarebbe opportuno citare ad esempio anche quelli di Roma o Ancona che sono ugualmente accessibili<sup>7</sup>. **A onor del vero, però, bisogna rilevare che alcuni uffici hanno fornito risposte molto efficienti, segnalando addirittura le compagnie aeree low cost che volano su più aeroporti e gli orari di autobus o treni che collegano uno o più aeroporti con il centro città.**

**Per le città straniere**, a parte il basso tasso di risposta, si evidenziano **carenze informative su eventi culturali, musei o mostre** per i quali si ottengono livelli di soddisfazione più elevati da parte di città e Regioni italiane.

Infine, si segnalano alcune problematiche e criticità riscontrate in più di un caso:

- **rimando alla home page del sito di riferimento ritenendolo esaustivo per tutte le richieste**, senza considerare che chi chiede informazioni tramite e-mail, probabilmente, le ha prima cercate sul sito e non è riuscito a trovarle. Anche in questo caso si riscontra una **scarsa personalizzazione**;
- **segnalazione** nel testo della e-mail di alcune **sezioni del sito** di riferimento senza l’indicazione del **link diretto o del collegamento ipertestuale** alla pagina indicata
- la richiesta di un **indirizzo postale**<sup>8</sup> per l’invio di materiale cartaceo, senza rispondere via e-mail a nessuna delle domande<sup>9</sup>;
- l’invio di allegati (in formato pdf o word) al **turista straniero** con informazioni di vario tipo ma in **lingua italiana**;
- una maggiore **difficoltà** nel rispondere in maniera completa ed efficiente in lingua **inglese** da parte sia delle Regioni sia delle città;
- l’eccessivo uso del **“burocratese”**;

---

<sup>7</sup> Ad esempio, la risposta della Regione Marche in merito risulta eccellente: “There are no flights from Berlin to our only airport in Ancona (www.ancona-airport.it). You should fly with Lufthansa from Munchen. Alternatively you could fly to Pescara airport, which is in region Abruzzo, 70 km far from the border with the Marches. You could fly there with:

- Ryanair from Frankfurt – Hahn  
- Hamburg International from Munchen.

Info at [www.abruzzo-airport.it](http://www.abruzzo-airport.it).

<sup>8</sup> Quest’ultimo non è stato volutamente inserito nei testi delle e-mail di richiesta di informazioni.

<sup>9</sup> In alcuni casi il materiale cartaceo da inviare a casa rappresenterebbe un completamento informativo, in altri, invece, rappresenterebbe l’unica prassi conosciuta, a discapito della personalizzazione informativa.

- l'**impossibilità** di compilare alcuni **form on line**.

Caso unico, invece, riguarda un'e-mail inviata a un potenziale turista straniero e che riportiamo testualmente: *“We suggest you to contact a travel agency. Distinti Saluti”*.

### **Cortesìa: risposte spesso frettolose**

La **cortesìa** – valutata tenendo conto di elementi quali il saluto in apertura di testo, il ringraziamento per aver scelto la destinazione e l'indicazione delle generalità dell'operatore – **è stato l'aspetto più critico**. Soprattutto per quanto riguarda le destinazioni italiane, sono diversi i casi in cui si denota una certa “fretta” nel rispondere e uno scarso approccio alla strutturazione dell'e-mail che dovrebbe essere costituita da una parte standardizzata (saluto iniziale e finale, firma, segnalazione di altre informazioni interessanti, eventuale iscrizione a newsletter, novità ecc.) e una personalizzata in base alle richieste specifiche.

## **BUONI ESEMPI DA SEGUIRE**

Dalla lettura delle risposte inviate al potenziale turista italiano e straniero sono emersi alcuni aspetti particolarmente positivi che potrebbero essere adottati da tutti gli uffici turistici per erogare al meglio il servizio.

- **Personalizzazione**, firmando l'e-mail con il proprio nome e quello dell'ufficio di riferimento, come hanno fatto Alto Adige Informazioni, Abruzzo Promozione Turismo, Trentino S.p.A., In Liguria e l'Agenzia Turismo FVG, tra le Regioni, e gli uffici delle città di Matera, Siena, Genova, Reggio Calabria, Roma, Perugia, Bergamo, Bologna, Verona, Firenze, Bolzano, Torino, Milano, Rieti (contattato per avere informazioni sulla Regione Lazio), Atene, Edimburgo, Budapest, Londra, Praga, Lisbona e Barcellona.
- **Gentilezza**, ringraziando per aver contattato l'ufficio informazioni (come hanno fatto Alto Adige Informazioni, Trentino S.p.A., l'ufficio della Regione Marche e della Regione Piemonte e delle città di Firenze, Venezia, Bolzano, Genova, Reggio Calabria, Londra, Barcellona, Copenhagen, Vienna, Budapest, Lisbona, Edimburgo, Berlino e Atene) e salutando con un messaggio di benvenuto e di augurio per un

buon soggiorno, aspetto che ha contraddistinto le risposte dell'ufficio della città di Bolzano, di Torino e di Atene e di Alto Adige Informazioni.

- **Disponibilità**, mostrandosi pronti a rispondere a ulteriori richieste dell'utente, come hanno fatto gli uffici della Regione Marche, della Provincia di Trento e In Liguria e delle città di Urbino, Bergamo, Verona, Bolzano, Trento, Bologna, Siena, L'Aquila, Rieti, Londra, Edimburgo e Atene.
- **Efficienza**, predisponendo un messaggio automatico che, confermando che l'e-mail è stata recapitata, invita a consultare il sito in attesa della risposta, come hanno fatto gli uffici di Reggio Calabria e di Copenhagen.

## PER CHIUDERE

- Il Dossier Touring conferma le **carenze organizzative delle destinazioni del Sud Italia** nel rispondere alle richieste in maniera tempestiva ed esaustiva.
- **Il tanto citato divario tra le realtà estere e quelle italiane, almeno in questa particolare area di analisi, non risulta così marcato**: solo metà delle 16 città straniere contattate ha risposto alla prima richiesta inviata per e-mail dal turista italiano, contro il 61,3% delle città italiane che hanno dato riscontro al turista straniero.
- La valutazione delle e-mail arrivate, inoltre, rileva una **scarsa propensione verso l'adozione di un approccio strutturato alla gestione dell'utente**. Un servizio informazioni di qualità, che risponde adeguatamente alle aspettative dei diversi segmenti di clientela, dovrebbe, infatti, prevedere un **protocollo standard** che indichi all'operatore come relazionarsi nei confronti del potenziale turista che chiede informazioni. Ogni contatto, tanto più se giunto spontaneamente come nella simulazione dell'indagine Touring, è un'occasione unica per fare conoscere il territorio, per renderlo "attraattivo" e competere meglio sul mercato.

**Tav. 1 – Valutazione complessiva delle risposte giunte dagli Uffici turistici delle REGIONI ITALIANE**

	Regione	Ufficio turistico	Valutazione complessiva	Tempestività	Qualità e completezza	Cortesia
1	<b>Provincia di Bolzano</b>	Alto Adige Informazioni	★★★★★	😊	😊	😊
2	<b>Basilicata</b>	APT Basilicata	★★★★☆	😊	😊	😊
	<b>Emilia-Romagna</b>	Emilia-Romagna Turismo	★★★★☆	😊	😊	😊
	<b>Friuli-Venezia Giulia</b>	Agenzia Turismo Friuli Venezia Giulia	★★★★☆	😊	😊	😊
	<b>Provincia di Trento</b>	Trentino S.p.A.	★★★★☆	😊	😊	😊
	<b>Valle d'Aosta</b>	Ufficio Informazioni turistiche Aosta	★★★★☆	😊	😊	😊
3	<b>Liguria</b>	In Liguria - Agenzia regionale per la promozione turistica	★★★★☆	😊	😊	😊
	<b>Marche</b>	Regione Marche - Servizio Turismo ed Attività Ricettiva	★★★★☆	😊	😊	😊
	<b>Piemonte</b>	Regione Piemonte - Direzione Turismo, Sport, Parchi	★★★★☆	😊	😊	😊
4	<b>Abruzzo</b>	APTR "Abruzzo Promozione Turismo"	★★★☆☆	😊	😊	😊
	<b>Calabria</b>	Regione Calabria - Assessorato al Turismo	★★★☆☆	😊	😊	😊
	<b>Sicilia</b>	Regione Sicilia - Dipartimento Turismo, Sport e Spettacolo	★★★☆☆	😊	😊	😊
	<b>Umbria</b>	Portale della Regione Umbria per Turismo, Ambiente e Cultura	★★★☆☆	😊	😊	😊
	<b>Veneto</b>	Regione Veneto - Assessorato al Turismo	★★★☆☆	😊	😊	😊
5	<b>Lazio*</b>	APT territoriali*	★★★☆☆	😊	😊	😊
	<b>Lombardia</b>	Regione Lombardia - DG Giovani, Sport, Prom. Attività Turistica	★★★☆☆	😊	😊	😊
	<b>Puglia</b>	Regione Puglia - Assessorato al Turismo	★★★☆☆	😊	😊	😊
	<b>Sardegna**</b>	Regione Sardegna - Assessorato al Turismo	★★★☆☆	😊	😊	😊
	<b>Campania</b>	Redazione Portale Turismo Regione Campania	Non ha risposto (nemmeno alla seconda richiesta)			
	<b>Molise</b>	Regione Molise - Assessorato al Turismo	Non ha risposto (nemmeno alla seconda richiesta)			
	<b>Toscana</b>	Portale intoscana.it	Non ha risposto (nemmeno alla seconda richiesta)			

\* Come suggerito dal sito Internet dell'Assessorato al Turismo della Regione Lazio, la nostra richiesta di informazioni si è rivolta alle singole APT territoriali, escludendo l'APT del Comune di Roma e della Provincia di Viterbo, già coinvolte nel campione delle città italiane.

\*\* Valutata con una stella in quanto ha risposto dopo l'invio della seconda e-mail.

Legenda:	😊	Poco soddisfacente	😊	Soddisfacente	😊	Molto soddisfacente
----------	---	--------------------	---	---------------	---	---------------------

**Tav. 2 – Valutazione complessiva delle risposte giunte dagli Uffici turistici delle 31 CITTÀ ITALIANE**

	<b>Città</b>	<b>Ufficio turistico</b>	<b>Valutazione complessiva</b>	<b>Tempestività</b>	<b>Qualità e completezza</b>	<b>Cortesia</b>
1	<b>Bolzano</b>	APT Bolzano	★★★★☆	😊	😊	😐
	<b>Firenze</b>	Agenzia per il Turismo Firenze	★★★★☆	😊	😐	😐
	<b>Genova</b>	APT Genova	★★★★☆	😊	😐	😐
	<b>Siena</b>	APT Siena	★★★★☆	😊	😐	😞
	<b>Trento</b>	APT Trento e Monte Bondone	★★★★☆	😊	😐	😞
	<b>Venezia</b>	APT di Venezia s.r.l.	★★★★☆	😊	😊	😞
	<b>Verona</b>	Uffici Informazione e Accoglienza (IAT) della Provincia di Verona	★★★★☆	😊	😐	😐
2	<b>Bologna</b>	IAT Bologna	★★★★☆☆	😊	😐	😞
	<b>Napoli</b>	Azienda autonoma di soggiorno, cura e turismo di Napoli	★★★★☆☆	😐	😐	😞
	<b>Ravenna</b>	Ufficio Informazioni Turistiche di Mausoleo Teodorico	★★★★☆☆	😐	😐	😞
	<b>Reggio Calabria</b>	Pro loco Reggio Calabria	★★★★☆☆	😐	😐	😞
	<b>Roma</b>	APT Roma	★★★★☆☆	😐	😐	😞
	<b>Treviso</b>	Provincia di Treviso - Ufficio Turismo	★★★★☆☆	😊	😞	😞
	<b>Trieste</b>	AIAT Trieste	★★★★☆☆	😊	😐	😞
3	<b>Aosta</b>	AIAT Aosta e della Plaine	★★★☆☆☆	😐	😞	😞
	<b>Bari</b>	APT Bari	★★★☆☆☆	😐	😞	😞
	<b>Bergamo</b>	IAT Bergamo - città alta	★★★☆☆☆	😐	😞	😞
	<b>L'Aquila</b>	IAT L'Aquila	★★★☆☆☆	😞	😞	😐
	<b>Milano</b>	IAT Milano	★★★☆☆☆	😐	😞	😞
	<b>Orvieto</b>	IAT Orvieto	★★★☆☆☆	😐	😐	😞
	<b>Palermo</b>	AAPIT Palermo	★★★☆☆☆	😐	😞	😞
	<b>Perugia</b>	IAT Perugia	★★★☆☆☆	😐	😐	😞
	<b>Torino</b>	Turismo Torino	★★★☆☆☆	😐	😐	😞
4	<b>Matera*</b>	APT Basilicata-Ufficio Matera	★★★☆☆☆	😞	😞	😐

	<b>Salerno*</b>	Azienda soggiorno e turismo Salerno	★ ★ ★ ★ ★	☹	☹	☹
	<b>Urbino*</b>	Comune di Urbino - Assessorato Cultura e Turismo	★ ★ ★ ★ ★	☹	☺	☹
	<b>Cagliari</b>	Azienda Autonoma di Soggiorno e Turismo di Cagliari	Mancato recapito e-mail**			
	<b>Campobasso</b>	Ente Provinciale per il Turismo Campobasso	Non ha risposto (nemmeno alla seconda richiesta)			
	<b>Catania</b>	APT Catania	Mancato recapito e-mail**			
	<b>Lecce</b>	APT Lecce	Non ha risposto (nemmeno alla seconda richiesta)			
	<b>Viterbo</b>	IAT Viterbo	Mancato recapito e-mail**			

\* Valutate con una stella in quanto hanno risposto dopo l'invio della seconda e-mail.

\*\* Si intendono le e-mail ritornate indietro per *mailbox full* o poiché l'indirizzo e-mail pubblicato sul sito risultava sbagliato.

Legenda:	☹	<b>Poco soddisfacente</b>	☺	<b>Soddisfacente</b>	☺	<b>Molto soddisfacente</b>
----------	---	---------------------------	---	----------------------	---	----------------------------

**Tav. 3 – Valutazione complessiva delle risposte giunte dagli Uffici turistici delle 16 CITTÀ STRANIERE**

	Città	Ufficio turistico	Valutazione complessiva	Tempestività	Qualità e completezza	Cortesia
1	<b>Vienna</b>	Wien (Ente per il turismo di Vienna)	★★★★★	😊	😐	😊
2	<b>Budapest</b>	Budapest Tourist Office	★★★★☆	😊	😐	😊
	<b>Praga</b>	Prague Information Service	★★★★☆	😊	😐	😐
	<b>Lisbona</b>	Turismo de Portugal - Lisboa	★★★★☆	😐	😐	😊
	<b>Edimburgo</b>	Edinburgh Convention Bureau-email inviata a Visit Scotland	★★★★☆	😐	😐	😊
	<b>Copenaghen</b>	Visit Copenhagen	★★★★☆	😊	😐	😐
3	<b>Atene</b>	City of Athens-In Athens	★★★☆☆	😐	😐	😊
	<b>Berlino</b>	Berlin Tourism	★★★☆☆	😐	😐	😊
4	<b>Barcellona*</b>	Barcelona turisme	★★☆☆☆	😐	😊	😊
	<b>Londra*</b>	Totally London	★★☆☆☆	😐	😐	😐
	<b>Amsterdam</b>	Tourism & Convention Bureau	Mancato recapito e-mail**			
	<b>Bruxelles</b>	Brusselles Tourist and Convention Bureau	Non ha risposto (nemmeno alla seconda richiesta)			
	<b>Cracovia</b>	Municipality - Tourism	Non ha risposto (nemmeno alla seconda richiesta)			
	<b>Dublino</b>	Tourism Ireland	Non ha risposto (nemmeno alla seconda richiesta)			
	<b>Marrakesh</b>	Moroccan National Tourist Office	Non ha risposto (nemmeno alla seconda richiesta)			
	<b>Parigi</b>	Paris Conventions and visitors bureau	Non ha risposto (nemmeno alla seconda richiesta)			

\* Valutate con una stella in quanto hanno risposto dopo l'invio della seconda e-mail.

\*\* Si intendono le e-mail ritornate indietro per *mailbox full* o poiché l'indirizzo e-mail, reperito attraverso motore di ricerca, risultava sbagliato.

Legenda:	😐	<b>Poco soddisfacente</b>	😊	<b>Soddisfacente</b>	😊	<b>Molto soddisfacente</b>
----------	---	---------------------------	---	----------------------	---	----------------------------



## NOTA METODOLOGICA

*Le scelte metodologiche alla base dell'inchiesta hanno cercato di ricalcare il comportamento di un potenziale turista alla ricerca di informazioni on line su una meta di vacanza.*

### **1. La scelta delle destinazioni**

*La fase di definizione del campione ha condotto all'individuazione degli uffici turistici delle 21 Regioni e Province autonome italiane, di 31 città italiane e di 16 città straniere.*

*Si è deciso di comprendere nel campione le 21 Regioni e Province autonome in quanto ricoprono un ruolo importante nell'attività di promozione, mentre le 31 città italiane sono state scelte considerando la rilevanza della loro offerta ricettiva, la significatività turistica e la necessità di avere un'adeguata rappresentatività geografica del nostro Paese. Parallelamente, sono state scelte alcune destinazioni estere per permettere un confronto diretto con gli uffici turistici italiani.*

*Le e-mail sono state inviate nell'ultima settimana di maggio, cercando di fornire agli operatori un lasso di tempo utile alla risposta, rispetto all'ipotetica data di partenza del turista che chiedeva informazioni (la seconda settimana di giugno per le Regioni e il secondo week-end di giugno per le città). A coloro che non hanno risposto a questa prima richiesta, dopo un tempo di attesa pari a circa 15 giorni dal primo invio, è stata mandata una seconda e-mail di sollecito.*

### **2. Il profilo del potenziale turista**

*Ipotizzare il profilo del potenziale turista è stato il secondo passaggio. Per avere il maggior numero di elementi di confronto, si è deciso di simulare le richieste di una famiglia italiana e di una straniera (in inglese). In questo modo la ricerca ha:*

- *posto gli operatori turistici italiani di fronte a richieste provenienti da fonti diverse e con esigenze tra loro differenti;*
- *permesso di valutare la capacità di comprensione e di risposta in lingua inglese da parte degli uffici turistici italiani;*
- *confrontato tempi e qualità delle risposte giunte dagli uffici italiani e stranieri.*

### 3. Individuazione degli indirizzi e-mail

*Sempre simulando la ricerca di un potenziale turista, gli indirizzi e-mail degli uffici di informazione sono stati individuati inserendo su Google la stringa “informazioni turistiche + nome regione/città” per il campione italiano e “tourist information + nome città” per l'estero. Il primo indirizzo e-mail “istituzionale” visualizzato è stato scelto per l'invio della richiesta. Se non presente entro le prime dieci pagine di Google, si è cercato l'indirizzo navigando direttamente sui siti ufficiali di Regioni e città o consultando le Guide Verdi TCI. Nella tavola seguente si riporta l'elenco delle destinazioni scelte come campione, degli uffici turistici di riferimento e dei relativi indirizzi e-mail.*

	Regione	Ufficio turistico	Indirizzo e-mail
1	Abruzzo	A.P.T.R. "Abruzzo Promozione Turismo"	info.aptr@abruzzoturismo.it
2	Basilicata	APT Basilicata	Form on line
3	Calabria	Regione Calabria - Assessorato al Turismo	info.turismo@regione.calabria.it
4	Campania	Redazione Portale Turismo Regione Campania	redazione@turismoregionecampania.it
5	Emilia-Romagna	Emilia Romagna Turismo	emiliaromagnaturismo@regione.emilia-romagna.it
6	Fiuli-Venezia Giulia	Agenzia Turismo Friuli Venezia Giulia	Form on line
7	Lazio <sup>10</sup>	APT territoriali	info@aptprovroma.it; aptrieti@apt.rieti.it; info@aptfrosinone.it; info@aplatinaturismo.it
8	Liguria	In Liguria - Agenzia regionale per la promozione turistica	info.inliguria@liguriainrete.it
9	Lombardia	Regione Lombardia - DG Giovani, Sport, Promozione Attività Turistica	turismo@regione.lombardia.it
10	Marche	Regione Marche - Servizio Turismo ed Attività Ricettiva	servizio.turismo@regione.marche.it
11	Molise	Regione Molise - Assessorato al Turismo	gestpromotur@regione.molise.it
12	Piemonte	Regione Piemonte - Direzione Turismo, Sport, Parchi	tutto.turismo@regione.piemonte.it
13	Puglia	Regione Puglia - Assessorato al Turismo	segreteria.turismo@regione.puglia.it
14	Provincia di Bolzano	Alto Adige Informazioni	info@suedtirol.info
15	Provincia di Trento	Trentino S.p.A.	Form on line
16	Sardegna	Regione Sardegna - Assessorato al Turismo	sardegnaturismo@regione.sardegna.it
17	Sicilia	Regione Sicilia - Dipartimento Turismo, Sport e Spettacolo	turismo@regione.sicilia.it
18	Toscana	Portale intoscana.it	Form on line

<sup>10</sup> Come suggerito dal sito Internet dell'Assessorato al Turismo della Regione Lazio, la nostra richiesta di informazioni si è rivolta alle singole APT territoriali, escludendo l'APT del Comune di Roma e della Provincia di Viterbo, già coinvolte nel campione delle città italiane.

19	Umbria	Portale Istituzionale della Regione Umbria per il Turismo, Ambiente e Cultura	info@umbria2000.it
20	Valle d'Aosta	Ufficio Informazioni Turistiche Aosta	uit-aosta@regione.vda.it
21	Veneto	Regione Veneto - Assessorato al Turismo	turismo@regione.veneto.it
	<b>Città italiane</b>	<b>Ufficio turistico</b>	<b>Indirizzo e-mail</b>
1	Aosta	AIAT Aosta e della Plaine	info@aiaaosta.com
2	Bari	APT Bari	aptbari@pugliaturismo.com
3	Bergamo	IAT Bergamo - città alta	turismo@comune.bg.it
4	Bologna	IAT Bologna	touristoffice@comune.bologna.it
5	Bolzano	APT Bolzano	info@bolzano-bozen.it
6	Cagliari	Azienda Autonoma di Soggiorno e Turismo di Cagliari	aast.cagliari@regione.sardegna.it
7	Campobasso	Ente Provinciale per il Turismo Campobasso	eptcampobasso@molisedati.it
8	Catania	APT Catania	apt@catania.it
9	Firenze	Agenzia per il Turismo Firenze	Form on line
10	Genova	APT Genova	aptgenova@apt.genova.it
11	L'Aquila	IAT L'Aquila	iat.aquila@abruzzoturismo.it
12	Lecce	APT Lecce	aptlecce@pugliaturismo.com
13	Matera	APT Basilicata - Ufficio Matera	matera@aptbasilicata.it
14	Milano	IAT Milano	info@milanoinfotourist.com
15	Napoli	Azienda autonoma di soggiorno, cura e turismo di Napoli	info@inaples.it
16	Orvieto	IAT Orvieto	info@iat.orvieto.tr.it
17	Palermo	AAPIT Palermo	info@palermtourism.com
18	Perugia	IAT Perugia	info@iat.perugia.it; iat@comune.perugia.it
19	Ravenna	Ufficio Informazioni Turistiche di Mausoleo Teodorico	teodorico.iat@libero.it
20	Reggio Calabria	Pro loco Reggio Calabria	info@prolocoreggiocalabria.it
21	Roma	APT Roma	info@aptroma.com
22	Salerno	Azienda soggiorno e turismo Salerno	info@aziendaturismo.sa.it
23	Siena	APT Siena	infoaptsiena@terresiena.it
24	Torino	Turismo Torino	Form on line per italiani ed e-mail per stranieri (info@turismotorino.org)
25	Trento	APT Trento e Monte Bondone	informazioni@apt.trento.it
26	Treviso	Provincia di Treviso - Turismo	turismo@provincia.treviso.it
27	Trieste	AIAT Trieste	info@triestetourism.it; info.trieste@turismo.fvg.it
28	Urbino	Comune di Urbino	urbino.turismo@comune.urbino.ps.it
29	Venezia	APT di Venezia srl	info@turismovenezia.it
30	Verona	IAT Provincia di Verona	info@tourism.verona.it
31	Viterbo	IAT Viterbo	infoviterbo@apt.viterbo.it
	<b>Città straniere</b>	<b>Ufficio turistico</b>	<b>Indirizzo e-mail</b>
1	Barcellona	Barcelona turisme	info@barcelonaturisme.com
2	Lisbona	Turismo de Portugal - Lisboa	atl@visitlisboa.com
3	Berlino	Berlin Tourism	information@btm.de
4	Dublino	Tourism Ireland	Form on line
5	Londra	Totally London	admin@visitlondonoffers.com
6	Parigi	Paris Conventions and visitors bureau	Form on line
7	Praga	Prague Information Service	tourinfo@pis.cz

8	Vienna	Wien (Ente per il turismo di Vienna)	info@wien.info
9	Budapest	Budapest Tourist Office	ferihegy1@budapestinfo.hu
10	Copenaghen	Visit Copenhagen	touristinfo@woco.dk
11	Bruxelles	Brusselles Tourist and Convention Bureau	Form on line
12	Amsterdam	Tourism & Convention Bureau	Form on line
13	Edimburgo	Edinburgh Convention Bureau-email inviata a Visit Scotland	info@visitscotland.com
14	Atene	City of Athens-In Athens	info@athenstourism.gr
15	Marrakesh	Moroccan National Tourist Office	website@onmt.org.ma
16	Cracovia	Municipality - Tourism	Form on line

#### 4. Le informazioni richieste

*Il contenuto delle e-mail riflette la specificità delle diverse tipologie di località scelte, la necessità di confrontare le risposte ottenute e l'opportunità di chiedere informazioni di reale interesse per il potenziale turista. Su questa base, dunque, si riportano in sintesi le richieste fatte agli uffici turistici.*

		Destinazioni		
		Regioni italiane	Città italiane	Città straniere
Turista	Italiano	<ul style="list-style-type: none"> <li>- città da visitare</li> <li>- mostre ed eventi culturali</li> <li>- sagre e festival gastronomici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mostre ed eventi culturali</li> <li>- city card o convenzioni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aeroporti e collegamenti low cost</li> <li>- mostre ed eventi culturali</li> <li>- city card o convenzioni</li> </ul>
	Straniero	<ul style="list-style-type: none"> <li>- città da visitare</li> <li>- aeroporti e collegamenti low cost</li> <li>- mostre ed eventi culturali</li> <li>- sagre e festival gastronomici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aeroporti e collegamenti low cost</li> <li>- mostre ed eventi culturali</li> <li>- city card o convenzioni</li> </ul>	

## 5. La valutazione dei risultati

*Infine, per giungere a una valutazione delle risposte ottenute, si è tenuto conto dei seguenti parametri:*

- *tempestività della risposta;*
- *qualità e completezza della risposta;*
- *cortesìa della risposta.*

*Il primo aspetto è stato giudicato identificando tre raggruppamenti:*

- risposte giunte entro le prime 24 ore;*
- risposte giunte nell'arco di tempo tra 1 e 3 giorni;*
- risposte giunte oltre i 3 giorni<sup>11</sup>.*

*La qualità e completezza della risposta sono state, invece, valutate in termini qualitativi:*

- risposta parzialmente esaustiva;*
- risposta esaustiva;*
- risposta eccellente.*

*La cortesìa della risposta, infine, ha tenuto conto di elementi quali il saluto in apertura di testo, il ringraziamento per aver scelto la destinazione e l'indicazione delle generalità dell'operatore. Anch'essa è stata misurata su una scala da 1=poco soddisfacente a 3=molto soddisfacente.*

*Per le Regioni e le città italiane, la valutazione di ciascun parametro deriva dalla media dei valori ottenuti dalle risposte date al turista italiano e a quello straniero. Di fronte alla "non risposta" a uno dei due utenti, è stato assegnato un valore pari a zero per tempestività, contenuti e cortesìa.*

*Il risultato delle tre valutazioni, reso graficamente tramite l'uso delle "faccine" con espressioni diverse, si è tradotto in un giudizio complessivo compreso tra una e cinque stelle.*

---

<sup>11</sup> Compresa le risposte giunte dopo l'invio di un'e-mail di sollecito.