

A Mantova scocca l'ora del call center

di SEBASTIANO PELUSO

Partner Area Consulenze, Strategia srl

ed ELEONORA RAMBALDI

Manager Area Contenuti, Strategia srl*

Con un servizio all'avanguardia la Provincia di Mantova riesce a offrire a chi cerca informazioni sul territorio notizie esaustive e aggiornate in tempo reale. Così il turista diventa il vero protagonista: si rivolge infatti al call center per ricevere informazioni tempestive ma fornisce, al contempo, un aiuto prezioso all'amministrazione locale che riesce a monitorare le esigenze dei viaggiatori. E può quindi fornire rapidamente risposte in linea con le aspettative

Il successo dei canali interattivi presso il popolo dei viaggiatori e dei turisti è ormai un dato accertato. Un fenomeno che non attiene solo agli aspetti di transazione (il 43% del fatturato di e-commerce italiano riguarda il settore turistico), che comunque costituisce una parte significativa, ma coinvolge tutti i fruitori di viaggi nelle attività di ricerca di informazioni e di relazione con gli operatori. Le brochure e i cataloghi sono strumenti che cedono il passo di fronte a mezzi che consentono di fornire informazioni tempestive, aggiornate in tempo reale (dagli orari di apertura dei musei alla ricettività), che permettono al cliente ana-

lisi di mercato rapide e veritiere a qualunque ora e da qualunque luogo, e di contro consentono all'operatore di avere feedback immediati e di relazionarsi in modo più efficace con ogni singolo interlocutore.

L'utilizzo delle tecnologie di Rete, spesso considerate dagli operatori del settore come un costo, si sta rivelando sempre più come un modo efficace per promuovere il territorio e per comunicare con i clienti di tutto il mondo: gli operatori turistici e le istituzioni sentono urgente la necessità di adeguarsi a una clientela sempre più *high tech*, che chiede di consultare la posta elettronica in albergo, di scaricare la pianta della città sul proprio palmare, che preferisce ricevere via e-mail o via sms informazioni su luoghi ed eventi – e magari anche sulle previsioni metereologiche – della città che sta visitando piuttosto che cercarli sul giornale

locale o "studiarli" sulla guida cartacea. Valorizzare risorse e servizi del territorio significa anche saperli comunicare efficacemente alle persone giuste attraverso i canali a loro congeniali: l'utilizzo sinergico di internet e del canale telefonico – tipicamente con l'istituzione di un contact center – si sta rivelando di grande impatto per molte istituzioni locali.

La Provincia di Mantova

Nei programmi di sviluppo turistico, la Provincia di Mantova pone l'accento sull'importanza degli aspetti comunicativi e relazionali.

Se la comunicazione è un elemento fondamentale di qualsiasi approccio al mercato, lo è ancora di più in casi come quello del turismo mantovano, che non può e non vuole ricevere masse, ma attrarre segmenti mirati della domanda, distribuendoli attentamente sui vari periodi dell'anno e su

* Società di consulenza specializzata in turismo e nuove tecnologie (www.strategia.it), ha ideato, progettato e seguito tutte le fasi di implementazione del progetto di comunicazione integrata della Provincia di Mantova.



Un ufficio turistico, a. 1964, Archivio Tci



tutto il territorio. Il programma di progettazione delle reti territoriali e comunicative, elaborato dal Dipartimento di Sociologia dell'Università di Milano Bicocca con l'obiettivo di fornire servizi informativi di qualità ai turisti, ha evidenziato fin dall'inizio la necessità di affiancare alla pianificazione media tradizionale (brochure, fiere ecc.) una strategia di presenza innovativa, così da integrare la comunicazione generalizzata *one-to-many* (tipicamente i cataloghi, la cartellonistica ecc.) con quella basata maggiormente sull'interazione *one-to-one* (quindi personale e personalizzata), incentivando anche meccanismi di passaparola e, quindi, comunicazione *many-to-many* tipica delle community.

L'approccio scelto è quello della progettazione delle reti territoriali e comunicative: mettendo on line le risorse già esistenti sul territorio e rendendole fruibili attraverso il portale turistico, i numeri verdi e un call center evoluto, è possibile sviluppare le potenzialità proprie dei sistemi turistici d'offerta locale.

Per sviluppare un piano operativo in grado di garantire il raggiungimento di questi obiettivi sono stati necessari alcuni studi preliminari che hanno effettuato un'accurata segmentazione della domanda e hanno delineato la strategia di valorizzazione del patrimonio di risorse presenti in tutta la provincia.

Il call center

Il primo passo di attuazione della nuova strategia di comunicazione è stata la progettazione e la realizzazione del call center. Il sistema realizzato si compone di due elementi distinti, complementari e fortemente integrati:

- Il database delle risorse del territorio. Tutte le informazioni relative alle risorse esistenti sul territorio sono state raccolte, strutturate e archiviate in un'unica banca dati elettronica. In questo modo la Provincia dispone ora di una base informativa – da aggiornare in tempo reale – destinata all'uso interno e al tempo stesso messa a disposizione di tutte le iniziative di sviluppo turistico e di tutti i canali *on* e *off* line che erogano questo tipo di informazioni;
- Un applicativo di call center evoluto. Il

database si interfaccia con un applicativo di contact center utilizzato dalle risorse che attualmente offrono informazioni turistiche. Si tratta di una piattaforma di gestione evoluta del contatto telefonico, che agevola l'attività di risposta grazie a un accesso rapido e personalizzato alle informazioni contenute nel database e a una erogazione delle stesse attraverso una molteplicità di canali che include, oltre al telefono, anche il fax, l'e-mail, l'sms e la stampa (quest'ultima a beneficio dei visitatori del punto informazioni situato nel centro città).

I servizi

Gli informatori turistici del call center vengono supportati da strumenti che agevolano la loro attività di risposta. Prendiamo come esempio un evento culturale: oltre all'area che contiene le consuete informazioni generali sull'evento, gli addetti possono anche accedere ad ambienti contenenti informazioni aggiuntive: l'area *suggerisci* permette di offrire una serie di informazioni correlate all'evento e alla città in cui si svolge. Oltre a spiegare come arrivare nella località, dove dormire e dove mangiare, si possono visualizzare, e quindi proporre, altri eventi nella stessa città o in altre località con eventi contemporanei.

Mediante l'area *itinerari* l'operatore può visualizzare gli itinerari che sono correlati ai luoghi in cui si svolge l'evento, oppure può aggiungere l'evento ad altri itinerari esistenti, o ancora ha la possibilità di creare – partendo dall'evento selezionato dal turista – un itinerario ad hoc combinando altri eventi e risorse presenti nel database. L'area *invia* permette di inviare la scheda dell'evento o l'intero documento composto durante la conversazione con il turista attraverso e-mail, fax e – in forma di sintesi – via sms. Il collegamento con la rubrica permette di reperire il contatto direttamente dal database per quei destinatari che sono già registrati. La gestione delle e-mail, dei fax e degli sms è centralizzata e si effettua tramite un'unica interfaccia.

Le informazioni fornite tramite l'area *invia* possono anche essere stampate presso il desk dello lat (Informazione assistenza turistica) (area *stampa*). In questo modo i turisti hanno a disposizione tutte le in-

dicazioni ricevute in un documento unico e personalizzato.

La gestione della relazione con il cliente

L'integrazione tra database e call center, inoltre, permette agli addetti di creare un archivio di contatti, registrando le informazioni sulla provenienza delle persone, sul motivo della loro visita, sulla durata della loro permanenza e sui feedback. Per ogni cliente gli informatori turistici hanno a disposizione una cartella elettronica con lo storico delle chiamate (data, durata, motivo, esito) e l'archivio dei fax e delle e-mail scambiati. Inoltre il flusso dei contatti gestiti viene registrato e confluisce in un sistema di reportistica, permettendo così delle analisi puntuali (tipologia, frequenza ecc.) sia sulle performance del sistema sia su tutte le richieste di informazioni (analizzabili per tipologia, periodo e altri indicatori).

L'aggiornamento in tempo reale

Il sistema realizzato ha la caratteristica di essere estremamente flessibile e di consentire l'integrazione con soggetti esterni che, in modalità diverse, possono accedere al contenuto del database e contribuire ad alimentarlo con informazioni aggiornate.

Per sfruttare questa caratteristica, è già stata progettata e implementata una prima funzionalità a supporto degli hotel, che possono comunicare la disponibilità aggiornata delle stanze nelle proprie strutture. Ciascun hotel viene chiamato in automatico dal centralino e la comunicazione del numero di stanze libere viene effettuata in modo molto semplice tramite la tastiera del telefono. Questa operazione viene svolta interamente dal sistema informatizzato, attraverso una serie di messaggi registrati e senza l'intervento dell'operatore. Il dato viene poi memorizzato dal database e messo a disposizione degli operatori del call center che sono in grado di comunicarlo ai turisti interessati.

Accanto a queste attività sono state studiate altre iniziative per sfruttare nel migliore dei modi le risorse database e call center di cui la Provincia ormai dispone. Un'applicazione interessante è stata per

esempio la realizzazione di un desk informativo presso la Borsa internazionale del turismo 2006 a Milano: grazie al collegamento con il database del call center, il desk ha permesso al personale di fornire ai visitatori dello stand gli stessi servizi che la Provincia offre oggi presso il punto informazioni a Mantova (itinerari, risorse, stampe, sms ecc.).

Il piano di sviluppo: dalla rete di comunicazione all'Osservatorio

Per riuscire a strutturare un piano di sviluppo organico, coordinato e integrato con il territorio, è stato studiato un percorso evolutivo suddiviso in fasi. Ognuna si intende come evoluzione di quella precedente: da un lato vengono progressivamente aggiunti strumenti e funzionalità, dall'altro viene coinvolto un numero sempre maggiore di soggetti che può accedere al database del call center. L'obiettivo è quello della costruzione di una rete di comunicazione territoriale in cui le informazioni vengano gestite in modo coordinato: la creazione e la manutenzione dei contenuti vengono decentrate alle entità periferiche, e le informazioni confluite all'interno del sistema vengono diffuse in modo organizzato e controllato, così da favorire la programmazione e lo sviluppo di azioni di marketing turistico efficaci.

Le tappe del piano di sviluppo

Fase 1: la rete di comunicazione territoriale. Il primo obiettivo di questa fase è stato la creazione di piattaforme web che consentono l'accesso a tutti i dati presenti nel database del call center, per consultare in modalità avanzata il contenuto e per aggiornare i campi di competenza. Queste piattaforme sono state poi distribuite ai tre Comuni che hanno aderito al progetto pilota e che hanno finanziato una parte del progetto: Sabbioneta, San Benedetto Po e Castiglione delle Stiviere. In questo modo si sono costituite delle redazioni esterne, in grado di aggiornare il database con i contenuti di loro pertinenza. L'attività è stata accompagnata da una serie di interventi formativi rivolti alle risorse dei tre Comuni destinate all'utilizzo delle piattaforme: temi principali della

Programma per la realizzazione e gestione degli IAT negli aeroporti lombardi

A cura della Direzione Generale Giovani, Sport, Promozione attività turistica – Unità operativa Sistemi turistici e progetti, Regione Lombardia

La legge regionale n. 8/2004 "Norme per il turismo in Lombardia" prevede l'attivazione di un sistema di informazione e accoglienza turistica nelle porte internazionali della Lombardia, al fine di massimizzare l'efficacia degli investimenti di sistema e la qualità dei servizi al turista/visitatore.

Regione Lombardia e Sistema camerale, nell'ambito dell'Accordo di programma per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo, hanno promosso la definizione di un invito a presentare proposte progettuali per la realizzazione e gestione di strutture IAT caratterizzate da un'immagine e da modalità di gestione omogenee in ogni aeroporto internazionale della Lombardia (Malpensa, Linate, Orio al Serio e Montichiari).

L'attivazione delle strutture sarà affidata ad aggregazioni composte da almeno un soggetto per ciascuna tipologia indicata dalla legge regionale come promotori/gestori delle strutture (Camere di Commercio, Province, associazioni e consorzi degli operatori turistici).

Le proposte progettuali dovranno essere presentate entro il 31 maggio 2007.

Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia valuteranno le proposte pervenute e individueranno quelle ritenute ammissibili, attiveranno un tavolo di confronto con i soggetti promotori per la puntuale definizione dei contenuti del progetto e stabiliranno con atto negoziale le forme di collaborazione per la realizzazione del progetto.

Le risorse disponibili ammontano complessivamente a 1.170.000 euro, di cui 100.000 riservate ad azioni di comunicazione di sistema. Le risorse, nel loro complesso, sono destinate al cofinanziamento dei progetti nella misura massima del 50% dell'investimento complessivo.

La struttura in cui avrà sede lo IAT dovrà essere progettata in modo tale da essere funzionale alle attività da svolgere e accessibile alle diverse categorie di utenti. La struttura dovrà essere facilmente riconoscibile, attraverso l'utilizzo di una immagine coordinata comune a tutte le strutture IAT lombarde, comprendente anche la segnaletica direzionale e i cartelli identificativi.

formazione sono stati il marketing turistico e le tecniche di comunicazione dei prodotti turistici.

Fase 2: l'Osservatorio sul turismo. Il sistema costituito dal database e dal call center, oltre a supportare la promozione del patrimonio turistico e culturale, consente di raccogliere preziose informazioni sull'andamento dei flussi turistici nel territorio mantovano. Tali informazioni possono produrre delle indicazioni importanti per la dirigenza provinciale, supportando il processo decisionale e indicando le linee guida per le strategie di marketing turistico e di sviluppo territoriale.

Da queste considerazioni è nato l'Osservatorio permanente sul turismo nel mantovano, che è diventato il collettore di tutte le informazioni disponibili, provenienti da varie fonti: dal call center (provenienze, tipologie di contatto, natura delle richieste e feedback), dalle struttu-

re alberghiere (flussi di arrivo e presenze), dal sistema museale (flussi di visitatori), dal sito internet (è previsto un nuovo portale sul turismo nel prossimo futuro), da iniziative progettate e gestite in proprio dall'Osservatorio (questionari somministrati periodicamente ai turisti che chiamano il call center, visitano il desk, navigano sul sito internet o soggiornano nelle strutture ricettive in particolari periodi dell'anno).

È evidente che le attività programmate sono molteplici. Nel frattempo l'Osservatorio sta progettando campagne di raccolta di informazioni, intende centralizzare la raccolta dei dati e strutturare l'analisi, nonché produrre dei report periodici sull'andamento dei flussi, così da poterne evidenziare i trend e sviluppare ipotesi previsionali. A seguito di queste prime attività fornirà supporto all'amministrazione provinciale in varie forme: definendo linee guida per i piani di marketing turistico e

di sviluppo territoriale; coordinando i partner coinvolti nelle attività del settore mediante la condivisione delle informazioni e la creazione di tavoli di discussione; realizzando le principali linee guida per lo sviluppo turistico che confluiranno nel piano triennale di marketing turistico del territorio previsto per il 2007.

Il prossimo futuro

Per il 2007 sono previste due direzioni di sviluppo del progetto:

- l'estensione agli altri Comuni della provincia di Mantova delle piattaforme di accesso in lettura e scrittura al database del call center; inoltre si valuterà l'allargamento della rete terri-

toriale alle province di Pavia, Lodi e Cremona, che insieme a Mantova hanno costituito il Sistema turistico Po di Lombardia, con l'obiettivo di fornire all'intero Sistema un supporto per le attività di comunicazione e di promozione;

- la costruzione di un nuovo sito web

Qualche dato sul turismo in provincia di Mantova

A cura della Direzione Studi e Ricerche Tci

Uno sguardo all'offerta

Con l'obiettivo di analizzare la struttura ricettiva della provincia di Mantova, ci si avvale in primo luogo dei dati forniti dall'Istat che ha fotografato la consistenza dell'offerta italiana nel 2005. La provincia di Venezia vanta il maggior numero di esercizi ricettivi e di posti letto, seguita dalle province di Bolzano e Roma. La provincia di Mantova, con 4.754 posti letto totali, si colloca al 95° posto della classifica.

La stessa provincia di Bolzano è prima per il numero di esercizi alberghieri (4.374) ma è la provincia di Milano a caratterizzarsi per la più elevata dimensione delle strutture alberghiere, con 104,8 posti letto per ogni esercizio, ed è la provincia di Avellino a distinguersi per la più alta percentuale di letti alberghieri (100%). Queste due variabili vedono la provincia di Mantova lontana dalla media nazionale pari rispettivamente a 60,5 e al 46,6%. Sebbene, infatti, la dimensione media equivalga a 32,5, il dato relativo alla quota di letti alberghieri sul totale supera di ben 25,3 punti percentuali la già citata media italiana.

I numeri sin qui commentati assumono significato e valenza strategici se affiancati all'indice di utilizzazione lorda degli esercizi alberghieri in Lombardia e in Italia nel 2005. La provincia di Milano, con il 41,2%, supera sia il dato medio regionale (34,7%) sia la media nazionale (32,5%), seguita in questo dalle province di Lodi (35%) e di Brescia (34,8%). La provincia di Mantova si colloca, invece, al decimo posto (25%) mostrando non tanto una carenza di esercizi ricettivi quanto la difficoltà di occuparli appieno.

Se il confronto con le altre province consente di avere un'idea più chiara della situazione nel territorio mantovano, risulta utile anche l'analisi della distribuzione degli esercizi ricettivi alberghieri per categoria e degli esercizi ricettivi extralberghieri per tipologia.

Se l'intera provincia nel mese di giugno 2006 contava un numero di hotel a quattro stelle pari a otto, per un totale di 546 posti letto, il 37,5% dei primi e quasi la metà dei secondi (47,8%) sono localizzati nel solo comune di Mantova. Qui si concentrano anche il 18,6% degli alberghi a tre stelle e il 27,9% dei relativi posti letto della provincia. Decisamente inferiore è il numero di esercizi alberghieri a due e a una stella, il cui dato provinciale è pari rispettivamente a 24 e 28, presenti per il 4,2% e il 7,1% nella città di Mantova, dove si trova anche l'unica residenza turistica alberghiera della provincia. Sebbene nel comune di Mantova non ci siano hotel a cinque stelle, gli esercizi alberghieri qui individuati presentano uno stellaggio più elevato e sono mediamente più grandi rispetto al resto della provincia. Un albergo del mantovano ha in media un numero di posti letto (33,6) leggermente superiore alla metà di un albergo italiano, pari a 60,5.

Dai dati appena esposti, è possibile intuire che l'offerta ricettiva alberghiera della provincia di Mantova si caratterizza soprattutto per la presenza di hotel a tre stelle (41%), a una stella (26,7%) e a due stelle (22,9%). Le strutture a quattro stelle

coprono il 7,6% dell'intera offerta. Più della metà dei posti letto si concentra, quindi, negli hotel a tre stelle (52,4%), seguiti, dai quattro stelle (15,5%) – che presentano, infatti, una dimensione media elevata (68,3) rispetto alle altre strutture della provincia –, dagli hotel a due (14,7%) e a una stella (14,3%), dalle residenze turistiche alberghiere (2,8%) e dai cinque stelle e cinque stelle lusso, 0,3 per cento. Tuttavia, i 170 esercizi ricettivi extralberghieri presenti in provincia, contro le 105 strutture alberghiere totali, mostrano l'importanza della ricettività complementare per il territorio mantovano. In particolare, si nota una prevalenza di alloggi agrituristici (79), con un totale di 1.247 posti letto, seguiti dai B&B (54) e dagli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale (36). I primi, infatti, coprono quasi la metà del totale degli esercizi ricettivi extralberghieri (46,5%), i secondi il 31,8% e i terzi il 21,2 per cento. È presente un solo ostello della gioventù, non localizzato nel comune di Mantova, dove, invece, si concentrano gran parte dei B&B (24,1%) e dei già citati alloggi in affitto (22,2%). Gli agriturismi del mantovano hanno, inoltre, mediamente un numero di posti letto pari a 15,8, ovvero superiore alla media italiana (11,9) e, se rapportati al numero totale di posti letto degli esercizi ricettivi extralberghieri della provincia, registrano una quota percentuale pari a 68,3.

Tra il 2000 e il 2005 in provincia di Mantova il numero degli esercizi ricettivi è aumentato in media annualmente del 16,7%, in maggior misura rispetto al totale regionale (4,5%) e nazionale (2,5%). Un simile andamento ha interessato la crescita dei posti letto, incrementatisi nel mantovano dell'8,6%, contro il 2,8% della Lombardia e il 2,2% dell'Italia. Ciononostante, la dimensione media delle strutture ricettive si è contratta in media ogni anno nella provincia di Mantova del 6,3% e in Lombardia dell'1,5%, ed è rimasta sostanzialmente stabile (+0,4%) in Italia.

Negli stessi anni la ricettività alberghiera mantovana ha vissuto un incremento medio annuo pari all'1,9%, sceso allo 0,5% in Lombardia e allo 0,1% in Italia. A questa crescita si è accompagnata una progressiva espansione del numero di posti letto: il 3,2% in più nel mantovano, il 2% in tutto il territorio lombardo e l'1,8% in Italia. In termini di dimensione delle strutture, la media nazionale riporta una crescita ogni anno pari all'1,7%, superiore sia alla provincia di Mantova (1,3%) sia alla regione Lombardia (1,5%). Ciò significa che se la capacità ricettiva alberghiera in Lombardia, e soprattutto nel mantovano, ha registrato delle sia pur marginali tendenze positive, la dimensione delle strutture è rimasta pressoché invariata.

Si considerano, poi, gli esercizi ricettivi extralberghieri che, rispetto alle variazioni sinora commentate, presentano le più interessanti performance di crescita nella provincia di Mantova. Qui il numero delle strutture negli ultimi anni è aumentato in media del 67,4% l'anno; di conseguenza, sebbene a fronte di una riduzione della dimensione media pari al 6,1%, il numero dei posti letto è praticamente raddoppiato. Se confrontate con i dati regionali e nazionali, tali percentuali risultano particolarmente significative e mostrano un vero proliferare di strutture extralberghiere di piccole dimensioni.

– seguendo le tendenze più innovative in materia di turismo – in grado di utilizzare al meglio l'intero patrimonio di risorse informative presente all'interno del database. I vantaggi di questo approccio sono molteplici. Innanzitutto il nuovo sito web avrebbe le informazioni aggiornate in automa-

tico: qualsiasi aggiornamento, infatti, effettuato sulla base di dati del call center, verrebbe automaticamente trasferito sul sito. Inoltre, la Provincia si doterebbe di uno strumento di comunicazione fondamentale per lo sviluppo del turismo. Internet, infatti, è la vera fonte di informazione per i tu-

risti che vogliono organizzare i propri viaggi e visitare nuove località. Il sito web diventa, quindi, uno strumento attraverso cui la Provincia di Mantova può offrire un'immagine delle attrazioni turistiche del proprio territorio e invitare i turisti a visitare il patrimonio che custodisce. ✨

La domanda turistica

Le stesse province che hanno evidenziato un'elevata capacità ricettiva nel 2005 registrano anche il più alto livello di presenze totali. Si tratta di Venezia, questa volta seguita da Roma e da Bolzano. La provincia di Mantova si colloca al 91° posto con 373.973 presenze, di cui il 24,4% straniere, e una permanenza media pari a 2,4 giorni.

Se si considerano le dinamiche intervenute tra il 2000 e il 2005, nella provincia di Mantova si riscontra una contrazione media annua pari all'1,5% delle presenze italiane. Quelle straniere mostrano un andamento più irregolare e, sebbene con valori assoluti più bassi, dopo un forte incremento nel 2001, sono ininterrottamente diminuite fino al 2004 per riprendersi, anche se a livelli inferiori, solo nel 2005. Dal confronto con il periodo compreso tra gennaio e agosto 2006 si confermano i trend già descritti che, a fronte di un incremento delle presenze straniere, vedono ridursi quelle italiane.

Sebbene i dati disponibili per il 2006 non siano completi, nei primi otto mesi dell'anno si può notare che la maggior parte degli arrivi e delle presenze negli esercizi ricettivi alberghieri ed extralberghieri sono italiani e che, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, si è registrato un considerevole aumento dei flussi stranieri nelle strutture extralberghiere. La ricettività alberghiera del mantovano, invece, sembra aver perso terreno. È evidente che queste variazioni risentono anche del notevole aumento del numero degli esercizi ricettivi complementari.

Inoltre si evince la forte attrattività turistica del comune di Mantova rispetto al resto della provincia e la netta preferenza dei turisti per le strutture ricettive extralberghiere.

Alle buone performance degli arrivi registrati nel comune di Mantova, si affiancano anche gli incrementi dei visitatori dei principali attrattori. Sempre nei primi otto mesi del 2006, infatti, il Palazzo Ducale ha ospitato 172.616 persone, il 6,7% in più rispetto al 2005 e nello stesso periodo i visitatori di Palazzo Te sono stati 125.052, con un incremento pari 9,9 punti percentuali rispetto all'anno precedente.

Il turismo in provincia di Mantova è soprattutto un turismo di prossimità poiché gran parte delle presenze si origina nella stessa Lombardia (26%), oltre che in Piemonte (10,3%), in Veneto (7,8%) e in Emilia-Romagna (7,7%). Tra gli stranieri, invece, a preferire il mantovano sono soprattutto i tedeschi (21,5%), seguiti dai francesi (12,2%) e dai britannici (6%).

L'informazione turistica a Mantova

L'analisi del turismo nel mantovano può basarsi anche sul monitoraggio delle richieste degli utenti dell'ufficio di informazione turistica di Mantova e del call center. Questi ultimi strumenti arricchiscono i tradizionali sistemi di rilevazione della domanda poiché consentono di acquisire una più esaustiva conoscenza del mercato di riferimento, delle abitudini e delle aspettative dei turisti consentendo di pianificare un sistema di offerta coerente alle richieste. In primo luogo, comparando il nu-

mero degli utenti dell'ufficio di informazione nei mesi compresi tra gennaio e agosto 2006 (oltre 21.000) con il numero di coloro che, invece, vi si sono recati nei primi otto mesi dell'anno precedente (circa 17.000), è possibile notare che, a fronte di una diminuzione nei mesi di gennaio (-58,5%) e di marzo 2006 (-35,9%), un afflusso particolarmente sostenuto ha interessato aprile (+41,8%), agosto (+49,4%), giugno (+54,8%) ma soprattutto maggio 2006 (+86,8%).

Data la vocazione culturale caratterizzante il territorio della provincia e, in particolare modo, la città di Mantova, una parte considerevole degli afflussi all'ufficio lat tra settembre 2004 e settembre 2006 si è registrata in concomitanza con il Festivalletteratura, evento di interesse nazionale che connota fortemente l'intero territorio.

Tuttavia, il 35% degli utenti dell'ufficio informazioni sono lombardi e di questi il 21,4% proviene dalla provincia di Mantova. Le restanti regioni dell'Italia settentrionale pesano per il 24,5%, seguite dai visitatori europei con il 25,3 per cento. Il Centro e il Sud Italia pesano per il 13% e i Paesi extraeuropei per il 2,4 per cento. Queste percentuali lasciano intuire che a usufruire dei servizi offerti dall'ufficio lat sono perlopiù gli escursionisti lombardi.

Per capire le motivazioni che spingono i visitatori nel territorio mantovano particolarmente significativa è l'analisi delle richieste fatte all'ufficio informazioni. La maggior esigenza sembra legata all'orientamento e alla possibilità di muoversi in città: il 42% chiede mappe e cartine dell'area; il 18% è interessato agli eventi e il 17% necessita di informazioni relative ai musei. In particolare, se si guarda agli utenti lombardi, chi proviene dal mantovano è incuriosito soprattutto dagli eventi e dalle manifestazioni (60,3%), mentre chi giunge dal resto della regione richiede anzitutto cartine della città (44,6%). Queste ultime stimolano anche i clienti italiani (45,8%) e stranieri (52,8%), entrambi interessati anche ai musei e agli eventi, a conferma dell'attrattività esercitata dalle risorse storico-culturali della città.

Alcune indicazioni conclusive

Dai dati appena commentati emergono le seguenti indicazioni:

- il turismo in provincia di Mantova si presenta, fino al 2005, con un trend in leggera contrazione;
- i turisti italiani sono per una buona quota di prossimità (Lombardia, Piemonte, Veneto, Emilia-Romagna) mentre quelli stranieri provengono da Germania, Francia, Gran Bretagna;
- i turisti sono molto attratti dalle strutture extralberghiere che hanno registrato notevoli aumenti di clienti (soprattutto stranieri e in particolar modo nei comuni diversi dal capoluogo);
- la stagionalità del turismo (più accentuata per il capoluogo rispetto al restante territorio provinciale) è massima in primavera (aprile);
- le esigenze che i turisti manifestano, fruendo dell'ufficio informazioni, sono relative alla conoscenza del territorio (mappe e cartine) e, in particolare, dei suoi aspetti culturali e legati a eventi e manifestazioni (Festivalletteratura).