

INNOVAZIONE

Position paper

“L’impresa turistica non produce innovazione tecnologica, attività estranea al concetto di innovazione nel turismo; ma nel produrre innovazione nel suo specifico assume un ruolo fondamentale la capacità di utilizzare le tecnologie esistenti per creare nuove proposte di vacanza (innovazione di prodotto) o raggiungere nuovi mercati (sviluppo nel mercato).” (rif. “Cosa è l’innovazione nel turismo?” di Carlo Montisci)

2007-2016: poco meno di un decennio fa la Regione Puglia metteva on line il suo primo portale turistico.

9 anni per il mondo online, specchio del mondo reale, è pari ad un’era geologica in cui il mondo del web, delle tecnologie applicate e delle innovazioni hanno mutato l’esperienza del viaggio.

I turisti sono diventati viaggiatori in cerca di esperienze da vivere, i pc hanno lasciato il passo agli smartphone e ai tablet, le compagnie aeree low cost hanno favorito gli spostamenti e quindi la raggiungibilità di destinazioni prima solo ambite ma non raggiungibili. Ciò significa che ai viaggiatori bisogna offrire nuovi e diversificati prodotti, che la fruibilità dei contenuti on line deve essere adattata e customizzata per i supporti tecnologici, che ci sono nuovi mercati in cui promuovere la destinazione.

La Puglia, con il supporto degli uffici regionali e dal 2011 dell’Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione e con la collaborazione della società inhouse InnovaPuglia per lo sviluppo tecnologico, ha lavorato per rispondere ed essere al passo con la innovazione da un lato e con la mutazione della modalità di viaggiare e di fruire delle destinazioni dall’altro.

La Puglia ha costruito il suo **ecosistema digitale della destinazione** che vede il coinvolgimento di tutti gli attori della filiera turistica (attori interni) e dei viaggiatori (attori esterni) creando e sostenendo attività di comunicazione e promozione integrate sui diversi canali e strumenti nonché dando la possibilità ad ogni operatore di promuoversi attraverso i canali digitali istituzionali.

In generale, nel comunicare e promuovere la Puglia online abbiamo fissato il focus sul turista che è al centro con i suoi desideri, i suoi interessi e le sue preferenze. Ad ogni turista il suo viaggio e quindi non più una comunicazione generalista ma mirata ad intercettare gli interessi dei potenziali turisti di chi vuole conoscere e vivere il nostro territorio. L’offerta turistica del territorio è entrata a far parte del sistema dell’accoglienza. Anche on line.

La Puglia si è dotata di uno strumento fondamentale di attuazione del cambiamento, **SIRTur il Sistema Informativo Regionale Turistico** (DGR n.573 del 02.04.2014) con il quale, attraverso la digitalizzazione e la integrazione dei diversi portali ufficiali, sono stati messi in relazione tutti gli attori della filiera del turismo e quindi i creatori dei contenuti e dell’offerta turistica del territorio pugliese (ricettività, accoglienza, eventi, ...). Abbiamo infatti coinvolto gli attori del turismo per la co-creazione dei contenuti ognuno per la propria offerta/servizio e creato un sistema per permettergli di auto-promuoversi.

In particolare, il portale turistico www.viaggiareinpuglia.it, che parla ai viaggiatori locali nazionali ed internazionali, è oggi il collettore e veicolatore delle informazioni relative agli eventi, al territorio, alle offerta del territorio in generale e dell’ospitalità pugliese nonché delle attività di fruizione della destinazione Puglia. E’ stata attuata la integrazione del portale regionale degli eventi, www.pugliaevents.it (gestito dal Teatro Pubblico Pugliese) all’interno del portale turistico di cui ne è la sezione eventi; pertanto è stato integrato il mondo degli operatori che organizzano eventi in Puglia e che quindi co-creano con Pugliapromozione i contenuti relativi agli eventi.

www.agenziapugliapromozione.it è la piattaforma di Destination Management System (**DMS**) dell’ARET Pugliapromozione, lo strumento che comunica in modo diretto con gli operatori per il coinvolgimento in attività di promozione (fiere, eventi btob,



workshop), in cui sono pubblicate le news relative alle attività istituzionali, gli atti amministrativi e programmatici nonché call per i media e i risultati delle analisi e ricerche realizzate dall'Osservatorio turistico. Ogni operatore turistico, dal DMS, può accedere ad un'area riservata in cui può inserire dati dettagliati della propria azienda e servizi offerti co-creando così l'offerta della destinazione. Il DMS è collegato con il portale www.viaggiareinpuglia.it così da permettere la visualizzazione e quindi la fruizione dei contenuti da parte dei turisti/viaggiatori.

Sempre attraverso il DMS gli operatori eseguono gli **adempimenti normativi** e quindi accedono a **SPOT** (Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico) per la comunicazione delle presenze nelle strutture ricettive e a **CPS** per la comunicazione dei prezzi e servizi delle strutture ricettive e degli stabilimenti balneari. Il tutto in modalità **digitale**.

Ad oggi sono iscritte al DMS 4.600 strutture ricettive, 207 Operatori dell'intermediazione e 1.200 operatori dei servizi per il turismo.

Da giugno 2015 abbiamo aperto i contenuti turistici presenti sul portale www.viaggiareinpuglia.it e sul sito operatori www.agenziapugliapromozione.it per la fruizione, l'utilizzo e la pubblicazione secondo la licenza Italian **Open Data** License, v 2.0 (visibili su www.dati.puglia.it/dataset?tags=turismo)

Trend

Proiettarsi nel futuro del mondo del turismo significa monitorare e seguire le **innovazioni digitali** che già sono in atto e che ci saranno, declinandole in possibili cambiamenti nel modo di concepire il viaggio.

Per quanto riguarda le tecnologie, in particolare, bisognerà immergersi nel mondo della **open innovation** e dei **big data**, monitorando la crescita esponenziale della rete e sfruttando le infinite possibilità dell'essere sempre connessi e dell'aver tutto a portata di click/touch. Dall'apertura dei dati si potrà passare all'apertura dei servizi e dei modelli, per avvicinarsi sempre più al territorio e alla promozione delle specificità locali.

Per quanto riguarda il viaggio e il modo in cui il turista in futuro sceglierà, fruirà e consiglierà il proprio viaggio, bisognerà concentrarsi sulla **continuità** dell'ecosistema turistico: continuità tra i canali e gli strumenti di viaggio, continuità della relazione tra il turista e l'operatore turistico, continuità dell'accoglienza della destinazione tra digitale e reale.

Bisognerà usare l'innovazione digitale per restituire cura ai viaggiatori e autenticità al viaggio, passando dall'innovazione della comunicazione all'innovazione del prodotto, del territorio, dell'accoglienza, senza trascurare le diverse tipologie target.

Position paper a cura di

Bianca Bronzino – *web project manager*

Viviana Neglia - *web communication manager*



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE

Progetto Finanziato dal Piano di Azione e Coesione – Regione Puglia

Programma Operativo Convergenza 2007-2013 – Linea 4