

**COMUNE DI POMEZIA**  
**IL PROGETTO DELL'OSSERVATORIO TURISTICO, IN SINTESI**

L'Amministrazione comunale intende valorizzare l'identità locale, per far diventare Pomezia una destinazione turistica che accolga turisti ed escursionisti in base ad una scelta ponderata. Per poter fare questo è necessario partire da una fotografia del turismo attuale attraverso l'attivazione di un Osservatorio Turistico.

**1. ANALISI DELL'OFFERTA**

Rappresenta la prima base quantitativa di riferimento, anche per gli anni a venire.

**FOTOGRAFIA DELL'OFFERTA**

Si procederà con la creazione di un database composto da imprese della filiera del turismo:

- le strutture ricettive (alberghiere ed extralberghiere)
- le agenzie immobiliari che effettuano affittanza turistica
- le agenzie di viaggio (con particolare attenzione all'incoming)
- le imprese del comparto della ristorazione
- le imprese del comparto balneare
- gli attrattori (naturalistici, culturali, storici, archeologici, demo-etno-antropologici, ludici, di edutainment, ecc.)
- le strutture ricettive su portali sharing economy
- il sistema dei trasporti, specie sul versante privato (NCC ad esempio)
- impianti sportivi
- associazioni culturali
- altri servizi interessanti il turismo
- associazioni di categoria

**INCONTRI OPERATORI**

L'analisi desk verrà integrata con interviste alle strutture turistiche.

Ma l'Osservatorio costituisce uno strumento di indagine anche sulla realtà economica e i suoi protagonisti, che possono rappresentare un bacino di risorse dinamiche su cui l'area può contare.

## **2. ANALISI DELLA DOMANDA**

E' il cuore dell'esperienza, del gradimento, del ricordo, del passaparola.

### **INDAGINE TURISTI PERNOTTANTI**

Al riguardo, per ottenere un quadro rappresentativo della domanda, si prevede di realizzare un insieme di interviste dirette ad un campione di turisti attuali (italiani e stranieri), mediante la distribuzione del questionario presso le strutture ricettive.

### **INDAGINE ESCURSIONISTI**

Interviste qualitative ai responsabili marketing delle principali strutture oggetto dei flussi di escursionisti. Ciò al fine di poter programmare una eventuale indagine diretta vera e propria nei mesi più consoni a questa tipologia, mediante questionario ad hoc.

### **INDAGINE DOMANDA ORGANIZZATA E POTENZIALE**

Verranno svolte interviste dirette qualitative ad operatori della domanda organizzata (organizzatori di eventi e congressi, agenti di viaggio, tour operator, bus operator, ecc.).

## **3. IMMAGINE E MARCA**

### **LA NOTORIETÀ E L'IDENTITÀ PERCEPITA**

L'analisi verrà effettuata a partire dai siti e portali e dai materiali promozionali prodotti dai soggetti locali, integrata da interviste dirette e approfondimenti sul web (in particolare in relazione alla notorietà e all'immagine degli attrattori e dei toponimi più significativi del territorio).

### **II TERRITORIO SULLA RETE**

Analisi dei principali portali di recensioni/prenotazioni: Tripadvisor, Booking, ecc.