

## Cataloghi multimediali interattivi

Il catalogo multimediale interattivo deve contenere, in forma opportuna, il materiale contenuto nel Sistema Informativo di Base, selezionato essenzialmente in base alle caratteristiche dei destinatari prioritari che, oltre che al consumatore finale, possono essere così individuati: giornalisti specializzati, testate turistiche, visitatori di fiere specializzate e di borse del turismo, agenti di viaggio, tour operator, broker alberghieri, carrier aerei, società di crociere, associazioni culturali, uffici Enit all'estero, ambasciate e consolati italiani, istituti italiani di cultura, associazioni di italiani all'estero, etc.

Il carattere interattivo del catalogo significa che l'utilizzatore potrà consultarlo e sfogliarlo secondo propri percorsi guidati da esigenze personali, non definite a priori e dinamiche nel corso della consultazione. Ciò consente all'utilizzatore di "navigare" nell'insieme delle informazioni immagazzinate nel Catalogo, effettuando itinerari e associazioni fra tipologie di informazioni diverse (ad esempio fra risorse archeologiche e ristorazione) con ampia libertà ed autonomia, in modo da soddisfare esigenze diversificate di approfondimento e di durata della consultazione. Atteso che il catalogo viene realizzato sotto forma di CD-Rom, la sua struttura tecnologico-informatica deve essere progettata in maniera tale da soddisfare i precedenti requisiti, con una procedura di interrogazione "user's friendly" utilizzabile con semplicità del generico cittadino. Il catalogo, con la soluzione tecnologico-informatica adottata, risulta poi facilmente espandibile in modo da arricchirlo di contenuti in funzione dell'evoluzione dell'offerta turistica e della destinazione del catalogo stesso.

Si prevede di realizzare almeno tre versioni del catalogo, specializzate in funzione dei destinatari prioritari e dei mezzi di diffusione. La prima versione è un catalogo ampio e ricco di contenuti, destinato in prima istanza ai tour operator ed agli intermediari turistici con forme di distribuzione diretta in occasione di incontri, seminari, etc., e successivamente al grande pubblico, anche con modalità di "direct response" attraverso annunci da effettuare sulla stampa generale e specializzata in materia di turismo e di tempo libero, nonché attraverso le edicole abbinando il catalogo a settimanali e mensili, etc. La seconda versione è un catalogo assai semplificato, contenente le informazioni più significative in grado di attrarre l'attenzione e l'interesse del cliente potenziale e rimandante al catalogo di prima, da inserire nel sito Internet.

Questa organizzazione, semplificata, del catalogo è per rispondere all'attuale lentezza e complessità nelle modalità di interrogazione di Internet, per cui chi lo consulta deve essere in grado di ottenere nelle poche pagine che riesce a sfogliare nell'intervallo di tempo (pochi minuti) che usualmente viene dedicato ad una singola interrogazione, una visione significativa ed attraente dell'offerta turistica della Provincia di Ragusa. Una terza versione è un catalogo a complessità intermedia tra i due precedenti, per essere distribuito in chioschi multimediali per i quali la maggiore rapidità della interrogazione delle singole pagine (rispetto alla rete Internet) permette pur nel sempre limitato tempo che usualmente viene dedicato all'interrogazione, di fornire un insieme più ampio ed articolato di informazioni. Va da sé che in ogni caso la scelta delle informazioni, qualunque sia il loro format e la loro aggregazione, deve assicurare loro gradevolezza ed efficacia in relazione alla molteplicità di destinatari e di esigenze di conoscenza e di approfondimento. Tale scelta deve essere effettuata quindi in relazione ai destinatari di riferimento, alla strategia di comunicazione adottata e ai messaggi e ai contenuti che si vuole diffondere in relazione agli obiettivi prefissati, che variano da un livello di alta generalità (suscitare interesse nel turista potenziale che non conosce Ragusa, la sua offerta turistica ed i suoi fattori di attrattività) fino ad un livello di operatività (decidere come strutturare ed organizzare la propria presenza turistica nelle varie località della Provincia).

---

■ *sviluppo dell'azione*

- scelta delle informazioni e del loro formato in relazione ai destinatari di riferimento
- costruzione dei cataloghi

■ *riferimento al programma di attuazione*

priorità: 15

■ *altri dati dell'azione*

territori comunali interessati	tutti
enti coinvolti	Provincia Regionale di Ragusa, AAPIT
ufficio responsabile del procedimento	Ufficio di Piano
costi totali previsti	300 mln
tempi previsti	12 mesi
correlazione con altre schede	C1a, B1a, B4c
fonti di finanziamento possibili	-
tipologia dell'azione	supporto