

INTRODUZIONE

I presente lavoro di Project Work, realizzato da noi allievi del corso per Operatore turistico con l'aiuto dei docenti, coinvolge quattro discipline:

- **Arte e territorio;**
- **Ambiente e sviluppo sostenibile;**
- **Geografia del Turismo;**
- **Visual Merchandising.**

Esso ha come obiettivo generale la conoscenza e l'analisi dei beni artistici e naturalistici, dei prodotti tipici presenti sul territorio pugliese per realizzare un'azione di promozione e di commercializzazione di essi e quindi della stessa offerta turistica.

Inoltre, tale studio consente anche il confronto con le diverse realtà turistiche italiane presenti alla Borsa Internazionale del Turismo (BIT) che si è svolta a Milano il 17 Febbraio 2012.

Attraverso un approccio problematico-concettuale, siamo partiti, nell'ambito della disciplina *Arte e territorio* con la supervisione della docente, la prof.ssa Scarongella, dalla micro-analisi del territorio pugliese e cioè dall'analisi del territorio ruvese e quindi abbiamo, attraverso una lezione sul campo, analizzato il centro storico, il Museo Jatta e la Cattedrale. In seguito abbiamo, a gruppi, creato una tesina/dossier su quanto analizzato, facendo uso anche di riviste specializzate. Tale attività ci ha permesso di comprendere il valore del patrimonio artistico, acquisire una metodologia di ricerca, ricercare materiali bibliografici, utilizzare strumenti

fondamentali per lo studio (mappe, macchine fotografiche), apprezzare il nostro territorio e i beni presenti in esso.

Successivamente, con il docente di *Ambiente e Sviluppo Sostenibile*, il prof. Lorusso, abbiamo realizzato, dopo una visita guidata, un pieghevole illustrativo e una relazione finale per presentare, apprezzare e far apprezzare i beni naturalistici/storici presenti sul territorio, come il Parco dell’Alta Murgia e la Rocca del Garagnone.

La conoscenza del territorio ci ha consentito di realizzare, insieme alla docente di *Geografia del Turismo*, la prof.ssa Sfregola, un’azione promozionale e di commercializzazione dei prodotti tipici e dell’offerta turistica della Provincia BAT della durata di 2 giorni, attraverso un report di azione promozionale turistico-alimentare rivolto a buyers e a giornalisti specializzati nel settore enogastronomico. Tale attività ci ha permesso di approfondire la conoscenza dei prodotti enogastronomici (olio, prodotti caseari, vinicoli) e turistici tipici della provincia Bat (Castello Svevo e la Cattedrale di Trani, il Castel del Monte in Andria, Palazzo Marra e la Pinacoteca De Nittis in Barletta).

Infine, la partecipazione alla BIT di Milano assieme al docente di *“Visual Merchandising”* e *“Customer Satisfaction e comunicazione interpersonale”*, il prof. Rizzi, ci ha permesso, attraverso una indagine effettuata su almeno tre stand regionali (tra cui quello della Regione Puglia) e registrata su apposite schede circa le nostre osservazioni su eventuali miglioramenti dei servizi informativi offerti dagli operatori del settore turistico, di aumentare le nostre capacità di osservazione e di comprendere cosa si intende per comunicazione efficace e l’importanza della sua gestione.