



GAL
OGLIASTRA

SERVIZIO PER LA REDAZIONE DEL PIANO DI SVILUPPO TURISTICO DELLA DESTINAZIONE "OGLIASTRA" E PER LA REALIZZAZIONE DI WORKSHOP FINALIZZATI ALLA CREAZIONE DI NUOVI PRODOTTI TURISTICI | CUP G29J21016670006 | CIG ZF6397284A



FORUM TURISMO

Per operatori economici e amministratori pubblici

DESTINAZIONE OGLIASTRA

Tortolì, 3 - 5 maggio 2023

Destinazione Ogliastro

Risultati delle ricerche, dati, emozioni e brand

Marco Antonioli, Capo analista Studio Giaccardi & Associati

Tortolì, 03 maggio 2023

Chi sono



Marco Antonioli

Sociologo, Capo analista Studio Giaccardi & Associati

8 anni di esperienza in turismo, innovazione, digitale, sostenibilità e marketing territoriale. Ho realizzato indagini, ricerche e analisi dati offline e online per i piani di destinazione di Regione Puglia, Regione Piemonte, Comune di Arzachena-Costa Smeralda, Comune di Ravenna, Città Metropolitana di Bari, Sardinia East Land (Provincia di Nuoro) e Selvaggio Blu (Comune di Baunei) e le analisi di misurazione delle performance di numerosi ecosistemi digitali turistici fra cui Veneto ed Emilia-Romagna. Libero professionista dal 2014.

SGA Studio
Giaccardi
& Associati

Consulenti di Direzione e Data Analyst

www.giaccardiassociati.it



Il mio contributo al Forum Turismo della Destinazione Ogliastra



1. Le sfide che abbiamo di fronte

2. La destinazione in cifre

3. La domanda online verso la destinazione

4. Le opinioni e le proposte degli operatori della destinazione

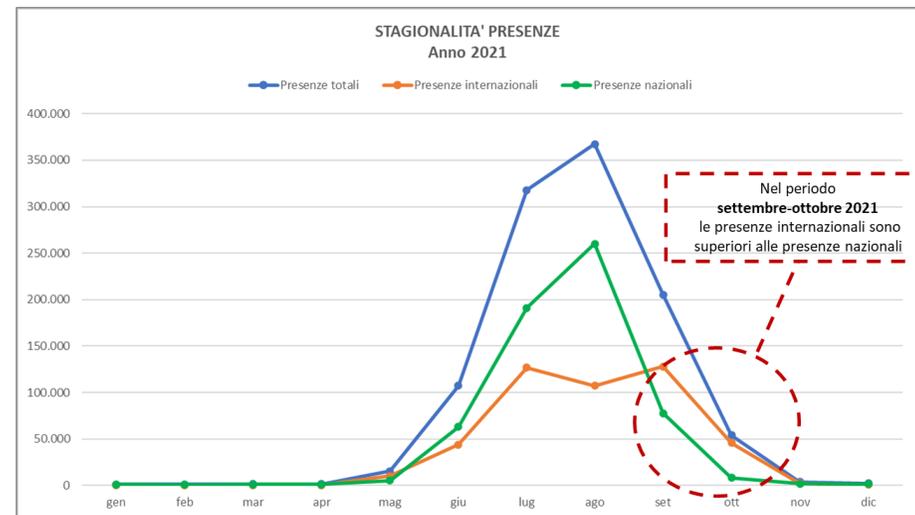
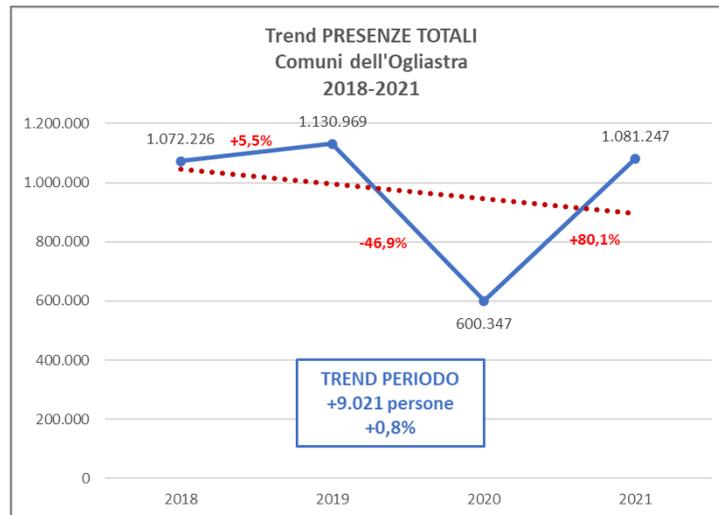
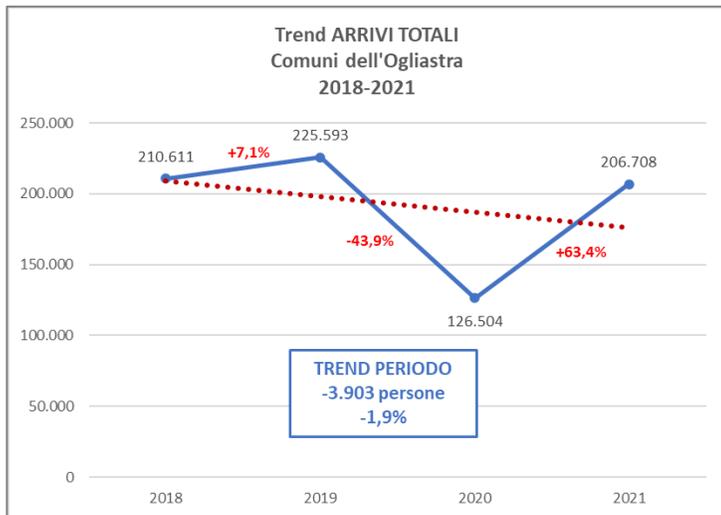
5. Investire sul brand della destinazione

1. Consolidare flussi e sviluppare business

2. Adattarsi all'emergenza climatica

**3. Organizzare e innovare servizi per
climate-sensitive travelers**

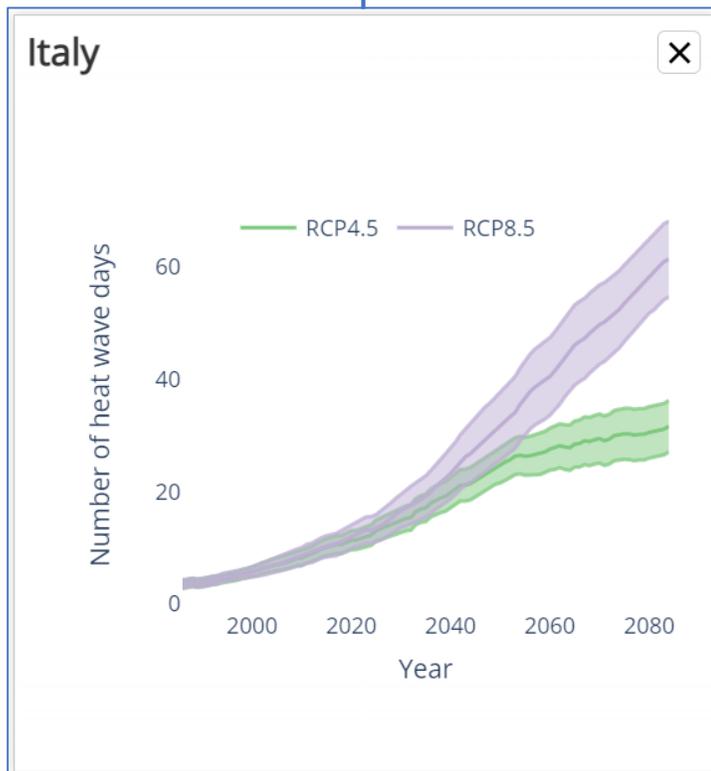
Consolidare flussi e sviluppare business



Elaborazione SGA su dati SIREDD 2022

Arrivi totali : 200 – 220 k | Arrivi internazionali : 41%
Prezenze totali : 1.000 – 1.159 k | Prezenze internazionali : 44%
Spesa turistica internazionale : totale e. 36 – 46 mil | individuale e. 78,2
Permanenza media : 5,2 gg | internazionali 5,5 gg
Strutture ricettive : 284 | hotel 67 | extra ricettivo 217
Posti letto : 14.696 | hotel 6 k | extra ricettivo 8 k

Adattarsi all'emergenza climatica



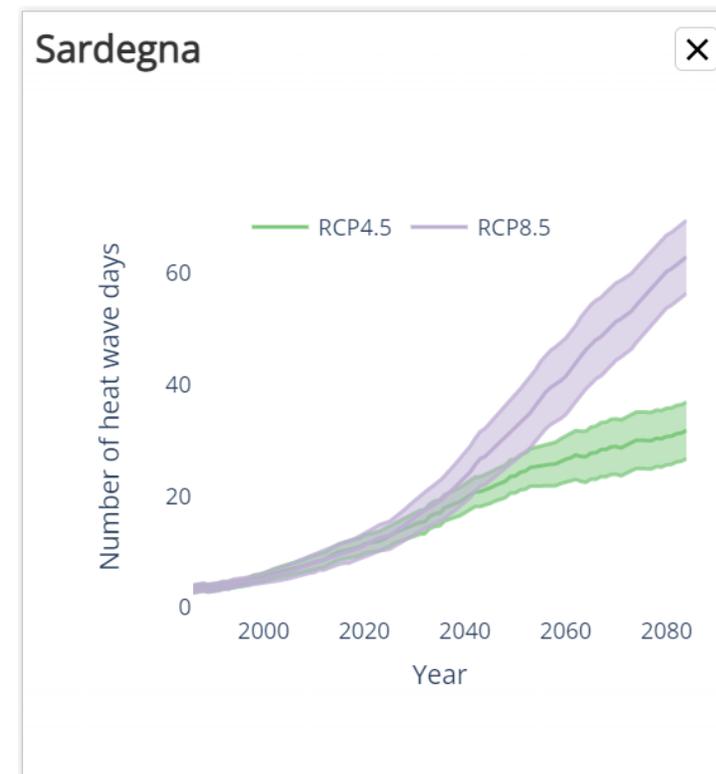
Elaborazione SGA su dati Copernicus 2023

ITALIA						
Stima incremento giornate di calore su dati Copernicus Climate Change Service						
RCP*	Giornate	2023	2030	2050	2080	2080/2023
4.5	N°	11,8	14,8	24,6	30,5	81,7
4.5	Var %	0	25,4%	66,2%	24,0%	158,5%
8.5	N°	13,1	16,6	31,6	58,6	119,9
8.5	Var %	0	26,7%	90,4%	85,4%	347,3%

*RCP: Representative Concentration Pathways, cioè Percorsi Rappresentativi di Concentrazione di gas serra e aerosol.

SARDEGNA						
Stima incremento giornate di calore su dati Copernicus Climate Change Service						
RCP*	Giornate	2023	2030	2050	2080	2080/2023
4.5	N°	11,9	14,8	23,6	30,7	81,0
4.5	Var %	0	24,4%	59,5%	30,1%	158,0%
8.5	N°	12,5	16,3	32,3	60,3	121,4
8.5	Var %	0	30,4%	98,2%	86,7%	382,4%

*RCP: Representative Concentration Pathways, cioè Percorsi Rappresentativi di Concentrazione di gas serra e aerosol.



Organizzare e innovare servizi per **climate-sensitive travelers**

Perché investire su servizi efficienti e utili per i clienti della Destinazione Ogliastro

- Migliorano soddisfazione e sentiment
- Generano nuovo valore per le imprese
- Fanno crescere nuove competenze
- Generano nuovi lavori e nuove imprese
- Realizzano una brand reputation positiva e virale
- Sono la promozione migliore, efficiente e misurabile

I Climate-sensitive Travelers sono viaggiatori e turisti nazionali, internazionali e locali

- **consapevoli dei cambiamenti e dei rischi causati dall'emergenza climatica** e perciò in grado di modificare tempi, modi e luoghi di vacanza per star bene e sentirsi sicuri, esprimendo anche valori e comportamenti sociali inediti
- **molto attenti a dati e informazioni su prodotti, servizi e destinazioni** che nell'insieme contrastano l'emergenza climatica mentre contemporaneamente proteggono le persone
- **interessati a fare la propria parte** e perciò a venir considerati proattivi del contrasto all'emergenza climatica nella destinazione nella quale scelgono di viaggiare e soggiornare.

In Italia previsti flussi turistici in crescita nel 2023 con 127 milioni di turisti stimati e oltre 442 milioni di pernottamenti, rispettivamente +11,2% e +12,2% sul 2022. In aumento anche la spesa turistica che sfiorerebbe i 89 miliardi di euro, con una crescita del 22,8%.

Cfr. "Tourism Forecast 2023" Demoskopika

Indicazioni per la destinazione dagli incontri di ascolto del 20-21-22 maggio 2023

OFFERTA

1. Outdoor
2. Enogastronomia (vino, olio e prodotti tipici)
3. Montagna + mare
4. Turismo sostenibile
5. Cultura, identità e tradizione

MERCATI (esteri)

1. Germania
2. Austria
3. Svizzera
4. Francia
5. Inghilterra

PROPOSTE

1. Più collaborazione
 - Rete pubblico-privata
 - Tra guide
 - Tra produttori del territorio
 - Tra tutti gli stakeholder
2. Qualità e tutela dell'ambiente e dei prodotti tipici
3. Più formazione per PA, Guide, Operatori del turismo e produttori
4. Turismo interno con rilancio del trenino verde.

PROFILI CLIENTI

1. Fascia medio-alto e off-season
2. Appassionati di esperienze ed emozioni
3. Appassionati di outdoor (trekking, biking, climbing. Etc.)
4. Appassionati di mototurismo

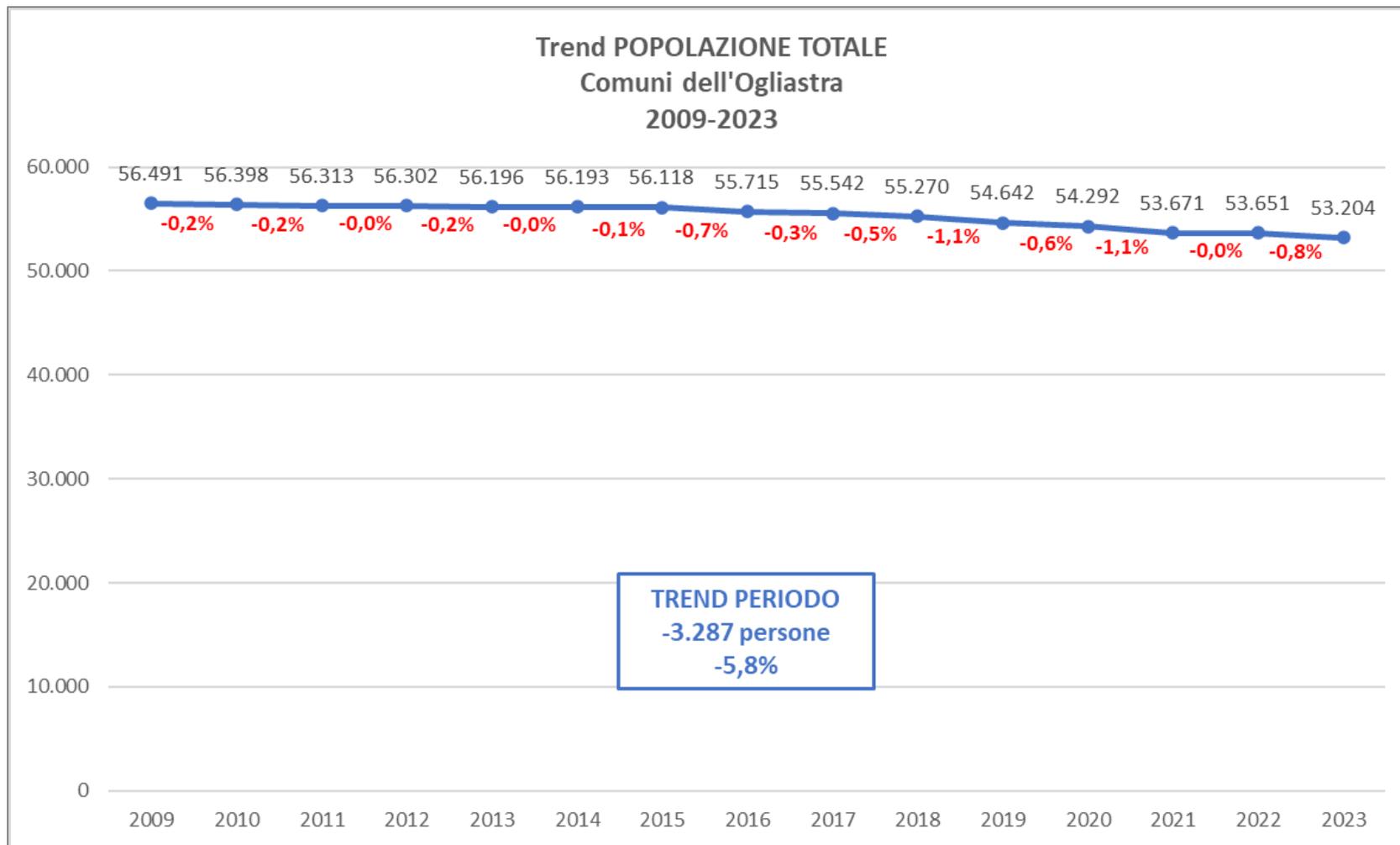
RICHIESTE CLIENTI

1. Più servizi e informazioni
2. Attività oltre il mare
3. Acquisto prodotti tipici
4. Vivere tradizioni del luogo

SOGNI

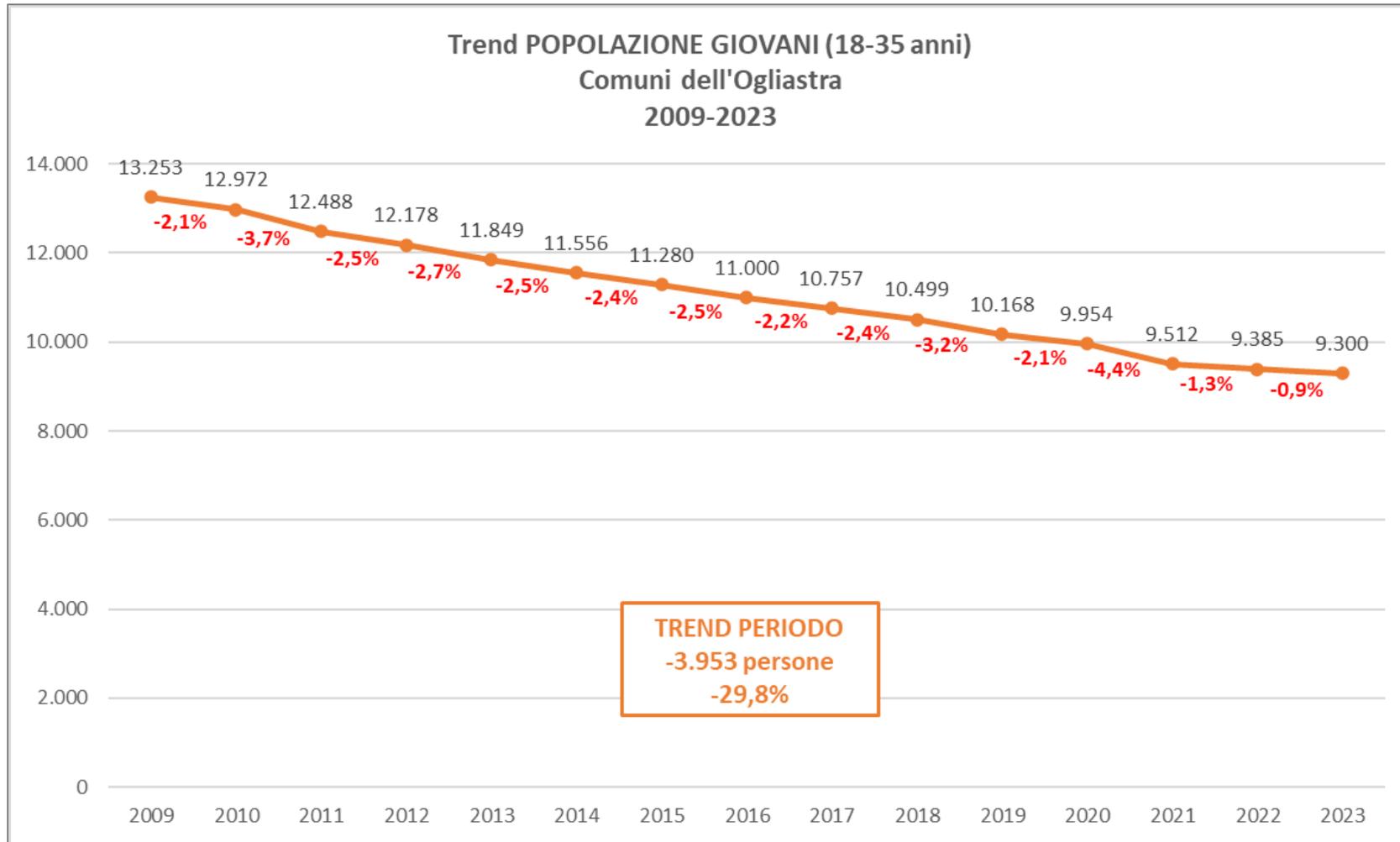
1. Ogliastra con 1 click (identità, unicità e caratteristiche)
2. Turismo più mesi all'anno
3. Più collaborazione tra tutti i soggetti
4. Pacchetti montagna + mare
5. Investire sui giovani

Trend popolazione totale



Elaborazione SGA su dati SIREN 2023

Trend popolazione giovanile

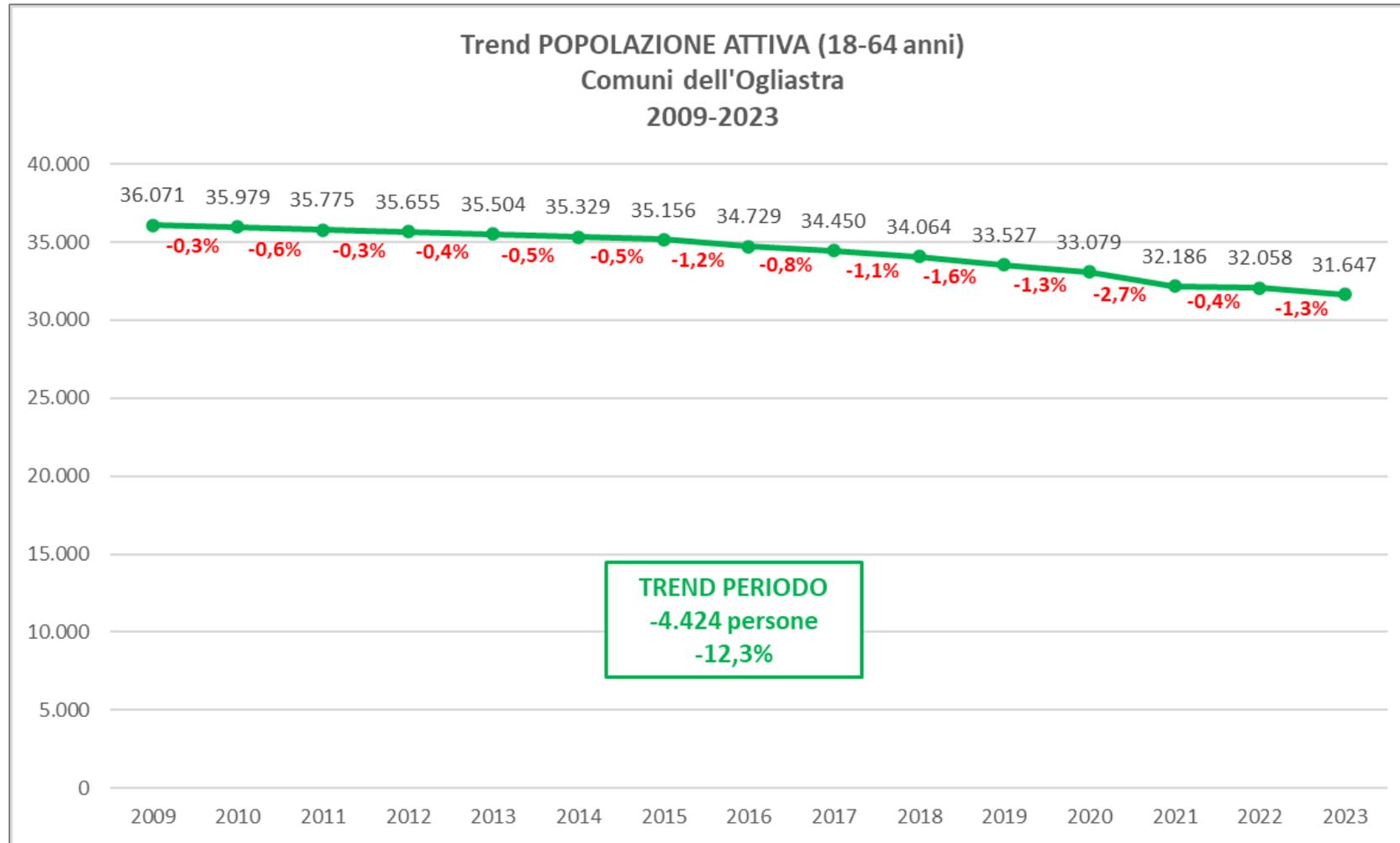


WARNING DEMOGRAFICO

La popolazione giovanile (-29,8%) nei 14 anni considerati **cala oltre 5 volte più velocemente** rispetto alla popolazione totale (-5,8%).

Elaborazione SGA su dati SIREN 2023

Trend popolazione attiva



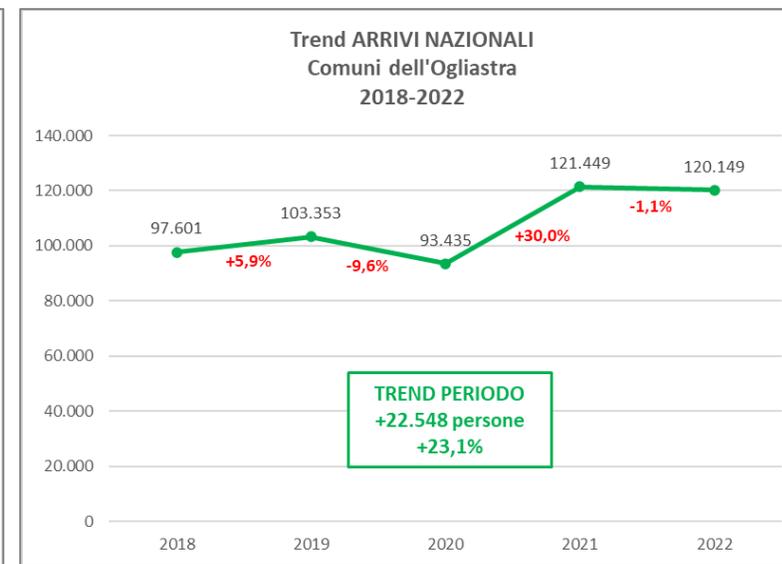
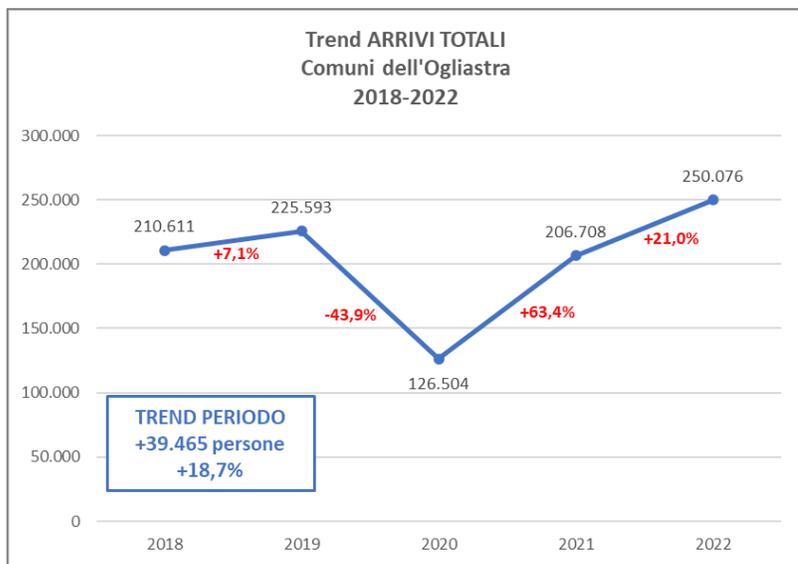
Elaborazione SGA su dati SIREN 2023

WARNING DEMOGRAFICO

La popolazione attiva (-12,3%) nei 14 anni considerati **cala oltre 2 volte più velocemente** rispetto alla popolazione totale (-5,8%).

2. La destinazione in cifre

Trend arrivi totali, internazionali e nazionali

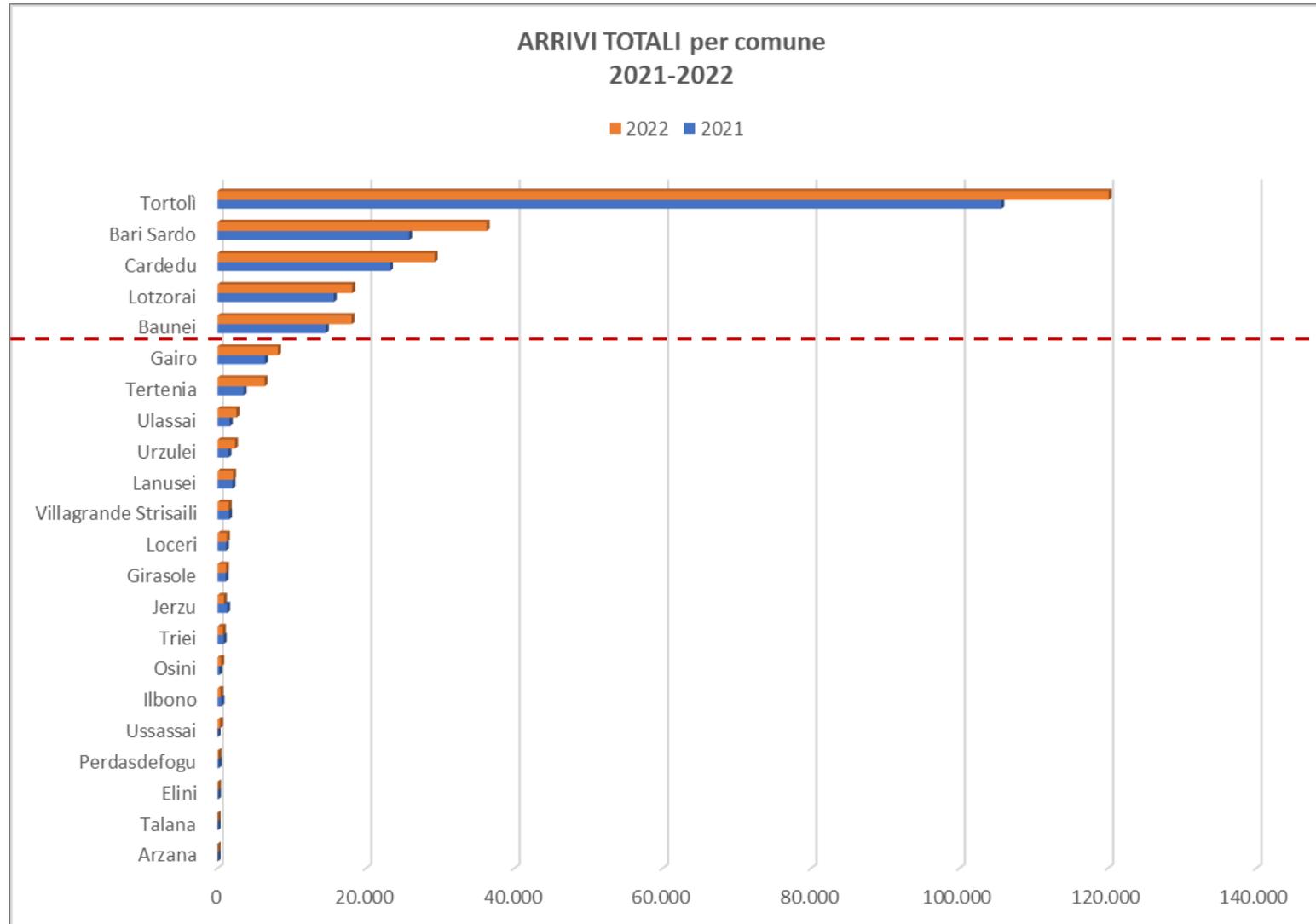


La destinazione Ogliastra è a traino internazionale

Gli arrivi internazionali sono cresciuti di oltre il 52% nel 2022, mentre gli arrivi nazionali nello stesso periodo sono calati dell'1,1%
 Gli arrivi totali, internazionali e nazionali hanno già superato le performance del 2018 e del 2019.

Elaborazione SGA su dati SIREDD 2023

Arrivi totali per comune

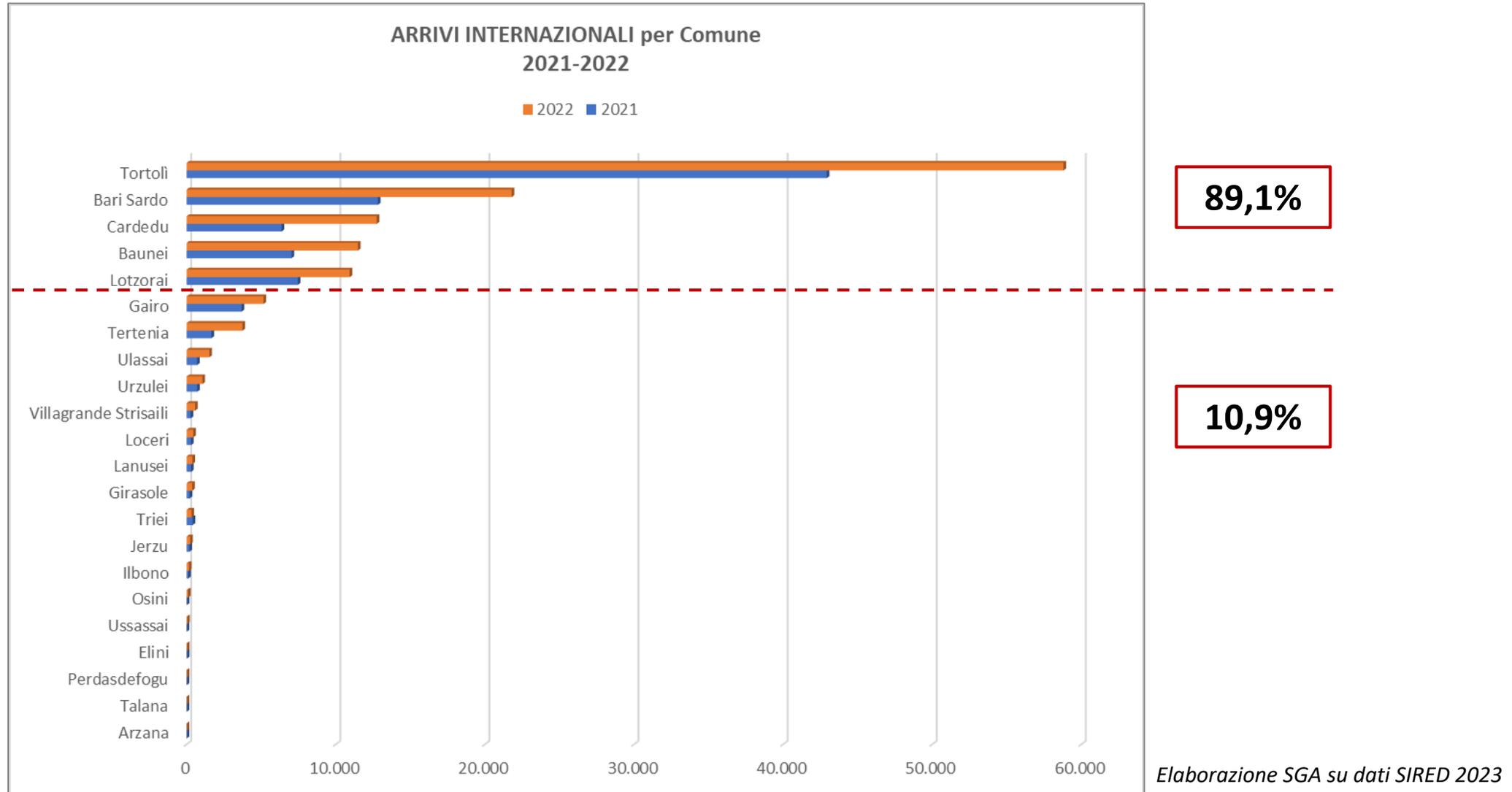


88,7%

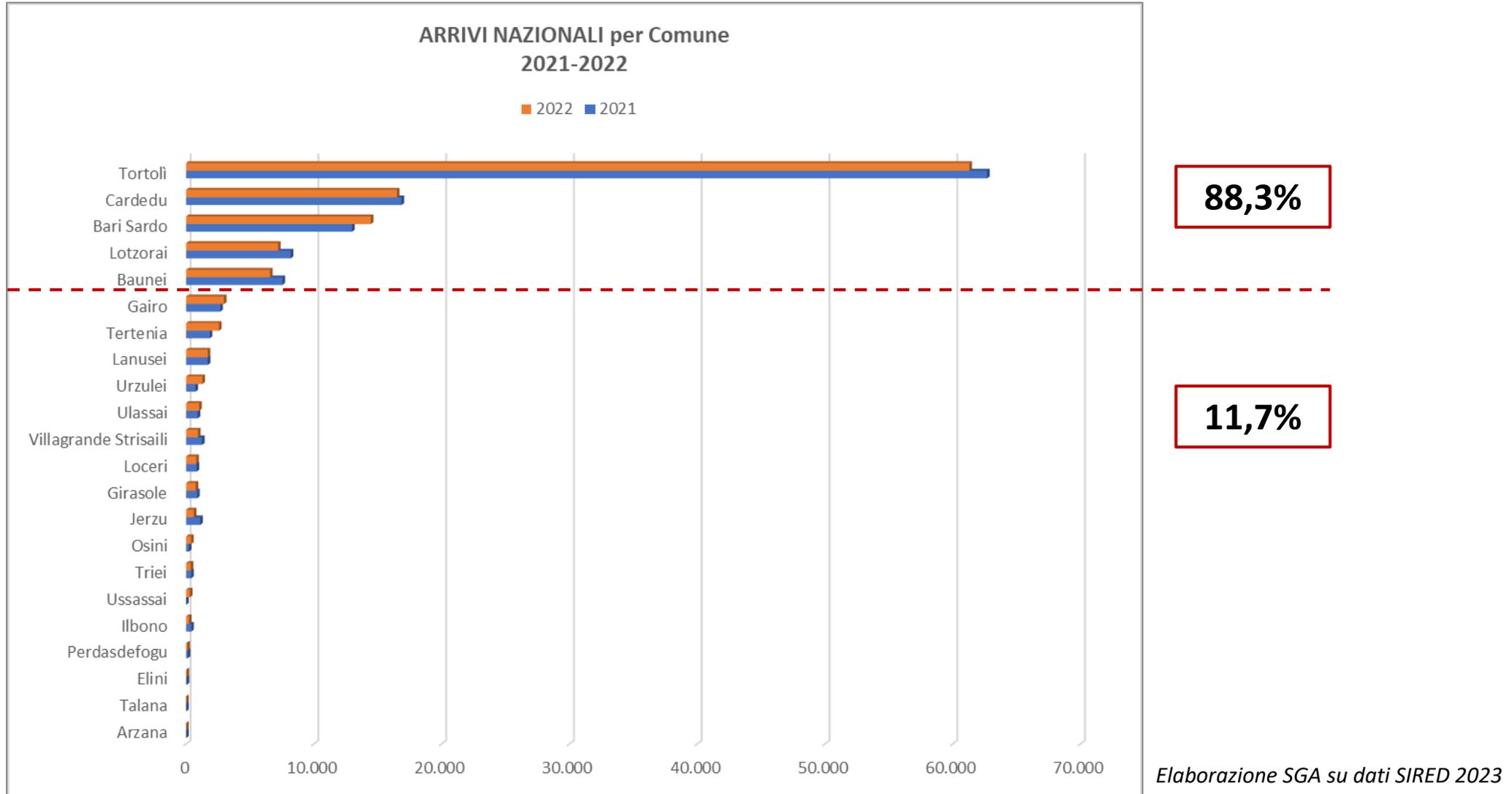
11,3%

Elaborazione SGA su dati SIREN 2023

Arrivi internazionali per comune

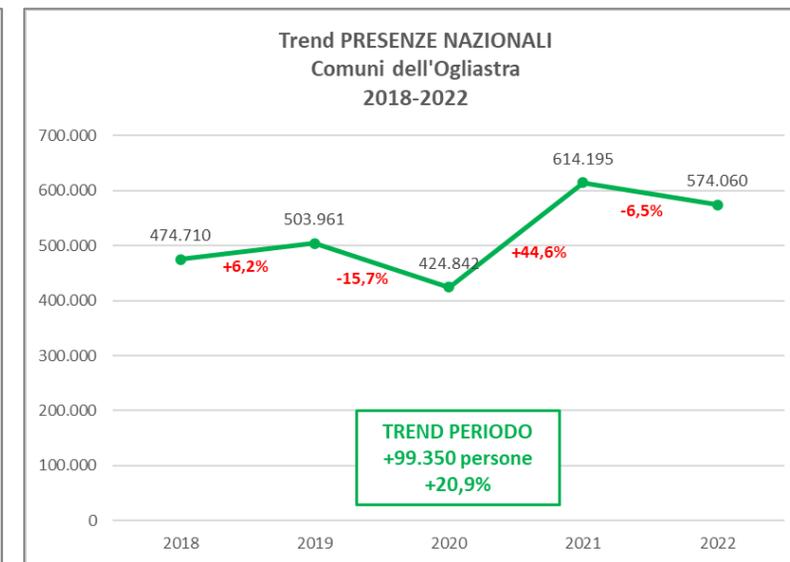
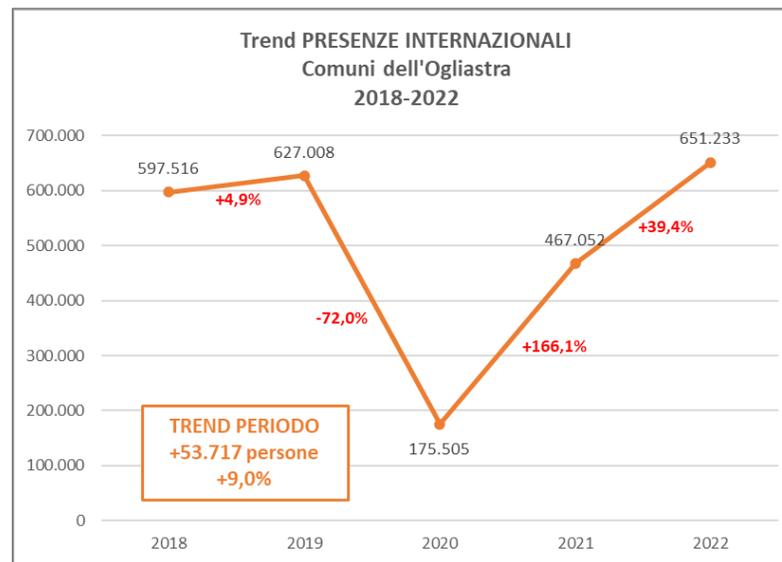
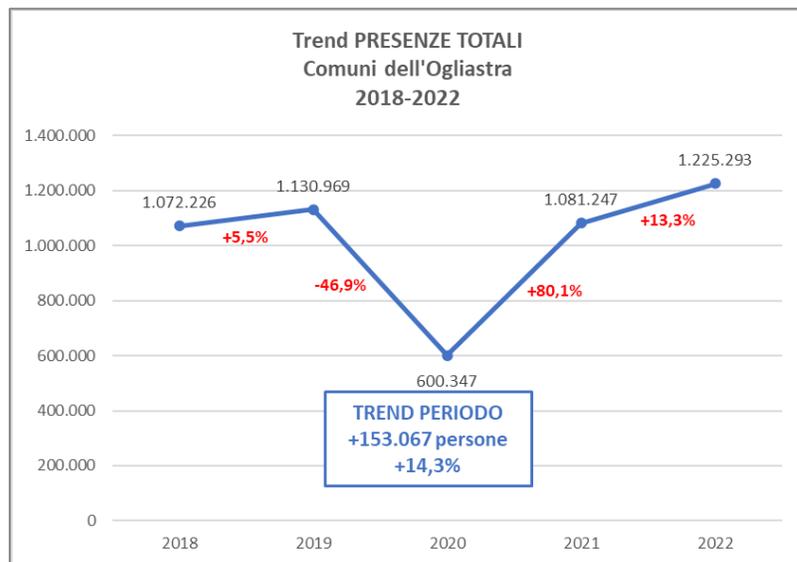


Arrivi nazionali per comune



2. La destinazione in cifre

Trend presenze totali, internazionali e nazionali

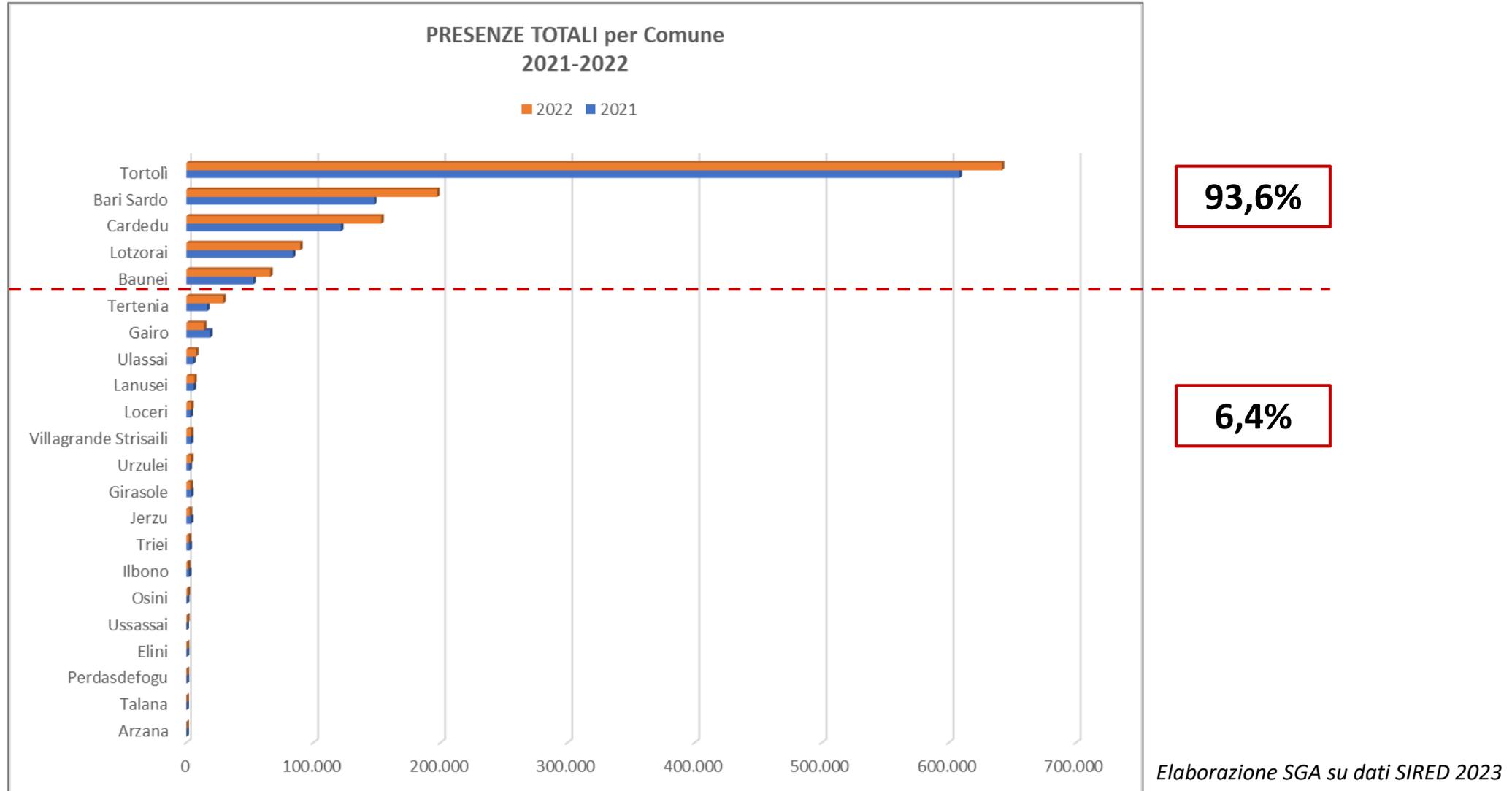


La destinazione Ogliastra è a traino internazionale

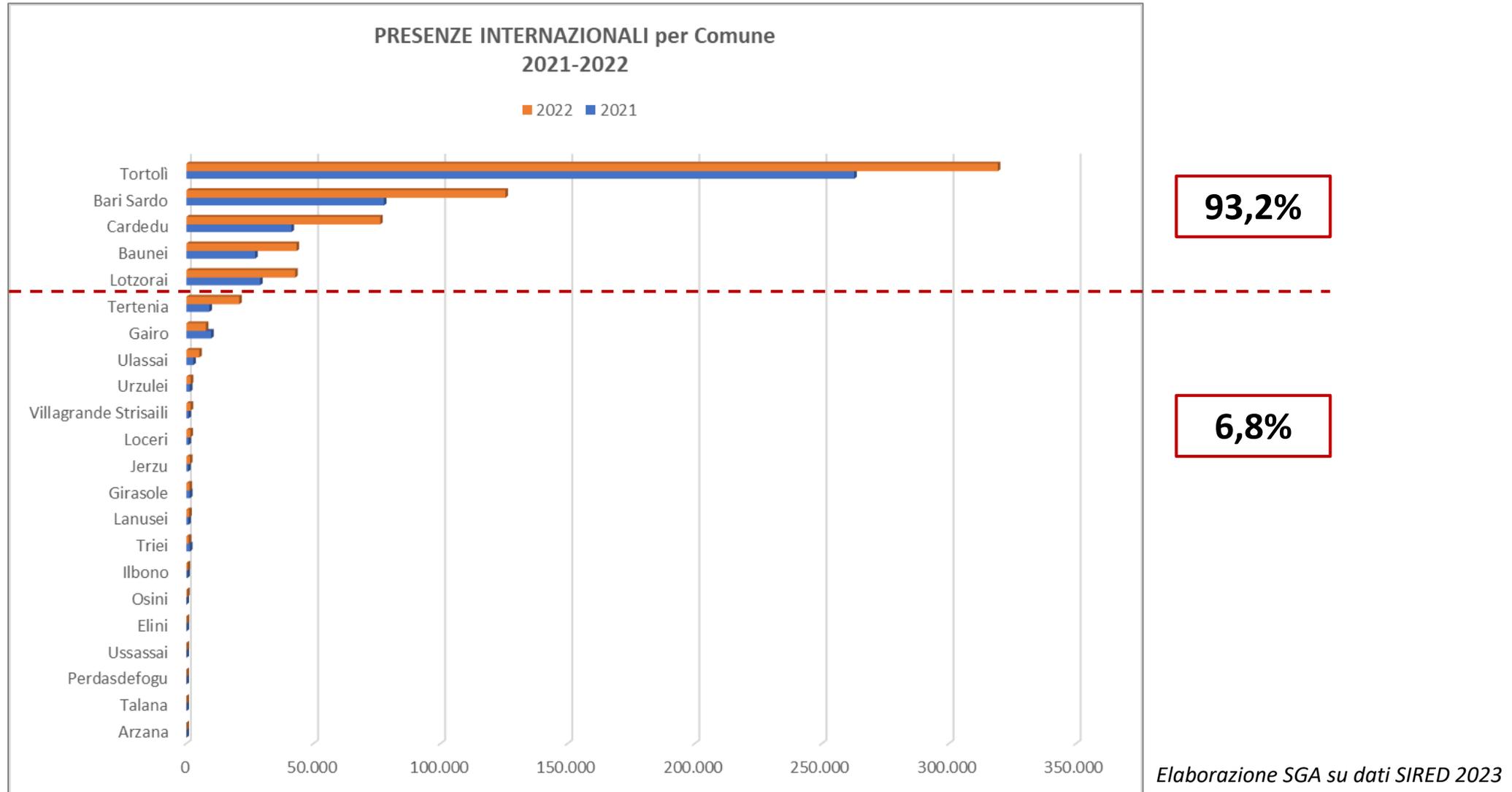
Le presenze internazionali sono cresciute di oltre il 39% nel 2022, mentre le presenze nazionali nello stesso periodo sono calate del 6,5%.
 Le presenze totali, internazionali e nazionali hanno già superato le performance del 2018 e del 2019.

Elaborazione SGA su dati SIREN 2023

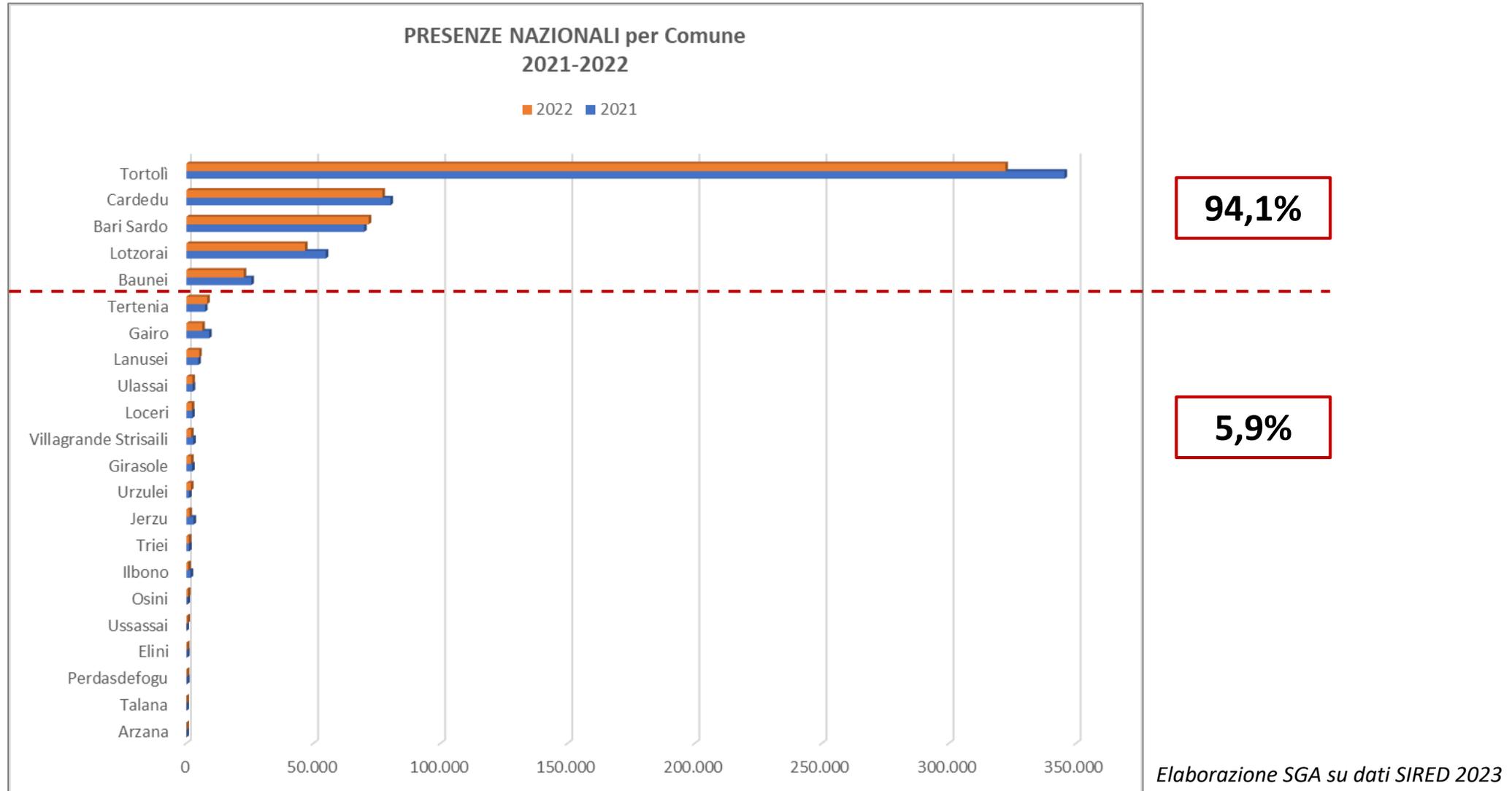
Presenze totali per comune



Presenze internazionali per comune

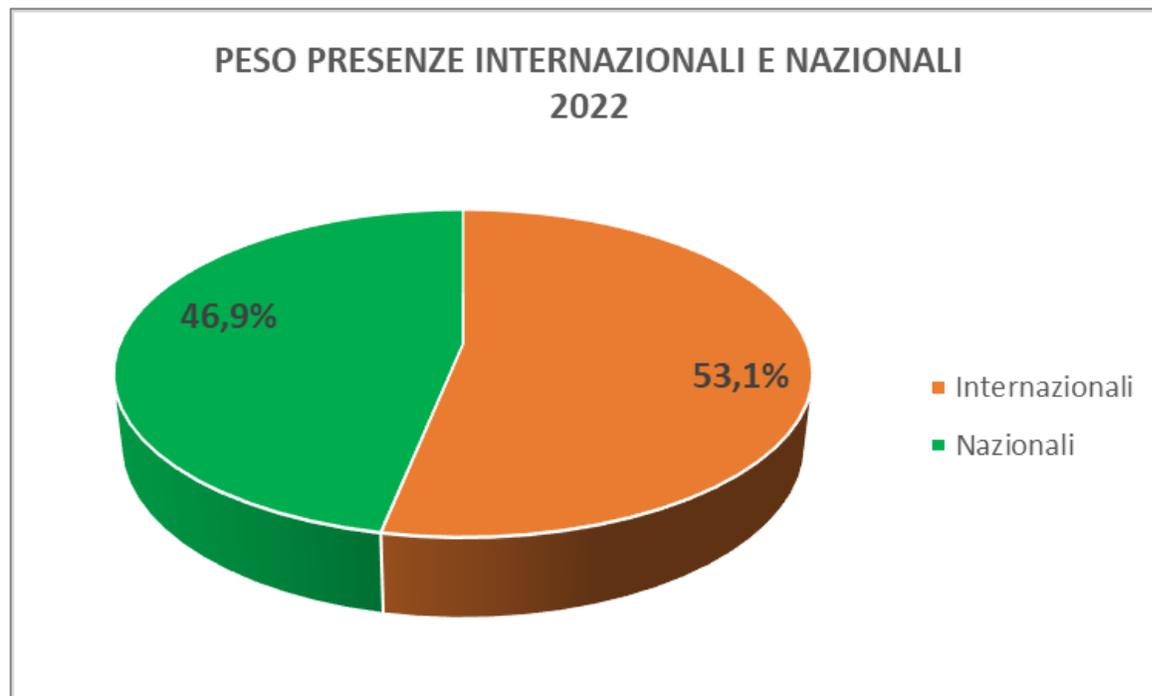
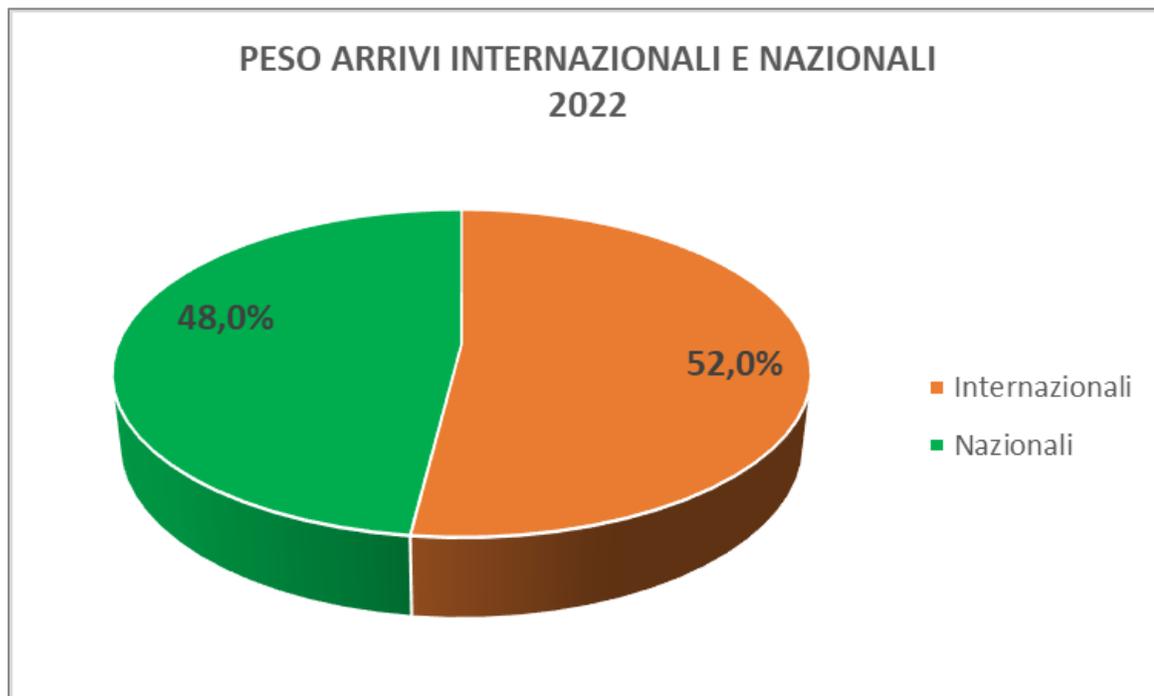


Presenze nazionali per comune



2. La destinazione in cifre

Rapporto fra arrivi e presenze internazionali e nazionali



Elaborazione SGA su dati SIREN 2023

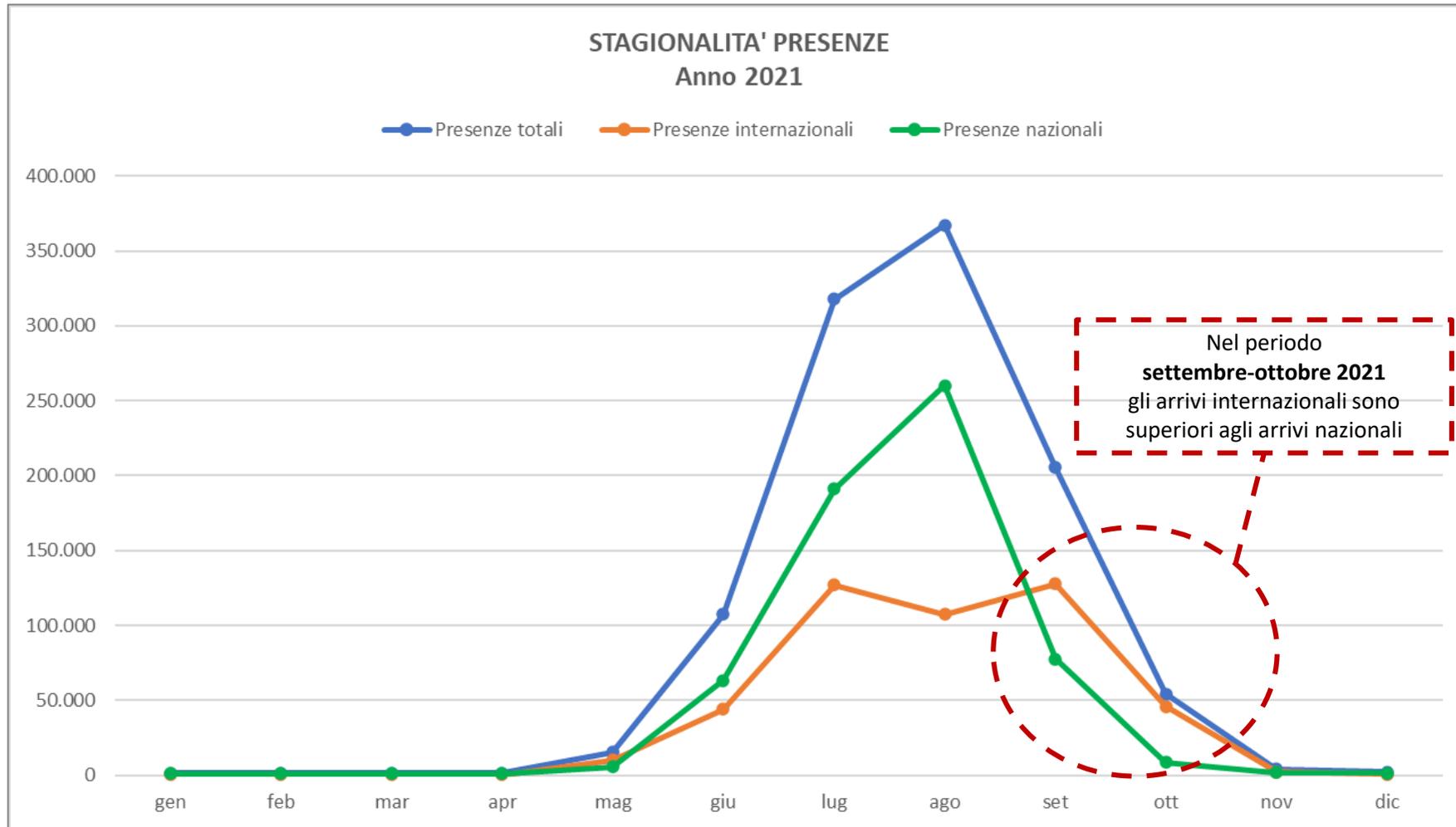
Principali Paesi e regioni di provenienza

Principali Paesi di provenienza			
		Arrivi 2022	Presenze 2022
1	Germania	55.360	294.961
2	Svizzera	18.310	94.121
3	Francia	14.269	67.084
4	Austria	8.903	45.706
5	Paesi Bassi	5.023	23.211
6	Regno Unito	3.668	19.213
7	Polonia	2.996	13.683
8	Spagna	2.962	8.943
9	Rep. Ceca	2.837	13.365
10	Belgio	2.211	10.121

Elaborazione SGA su dati SIREN 2023

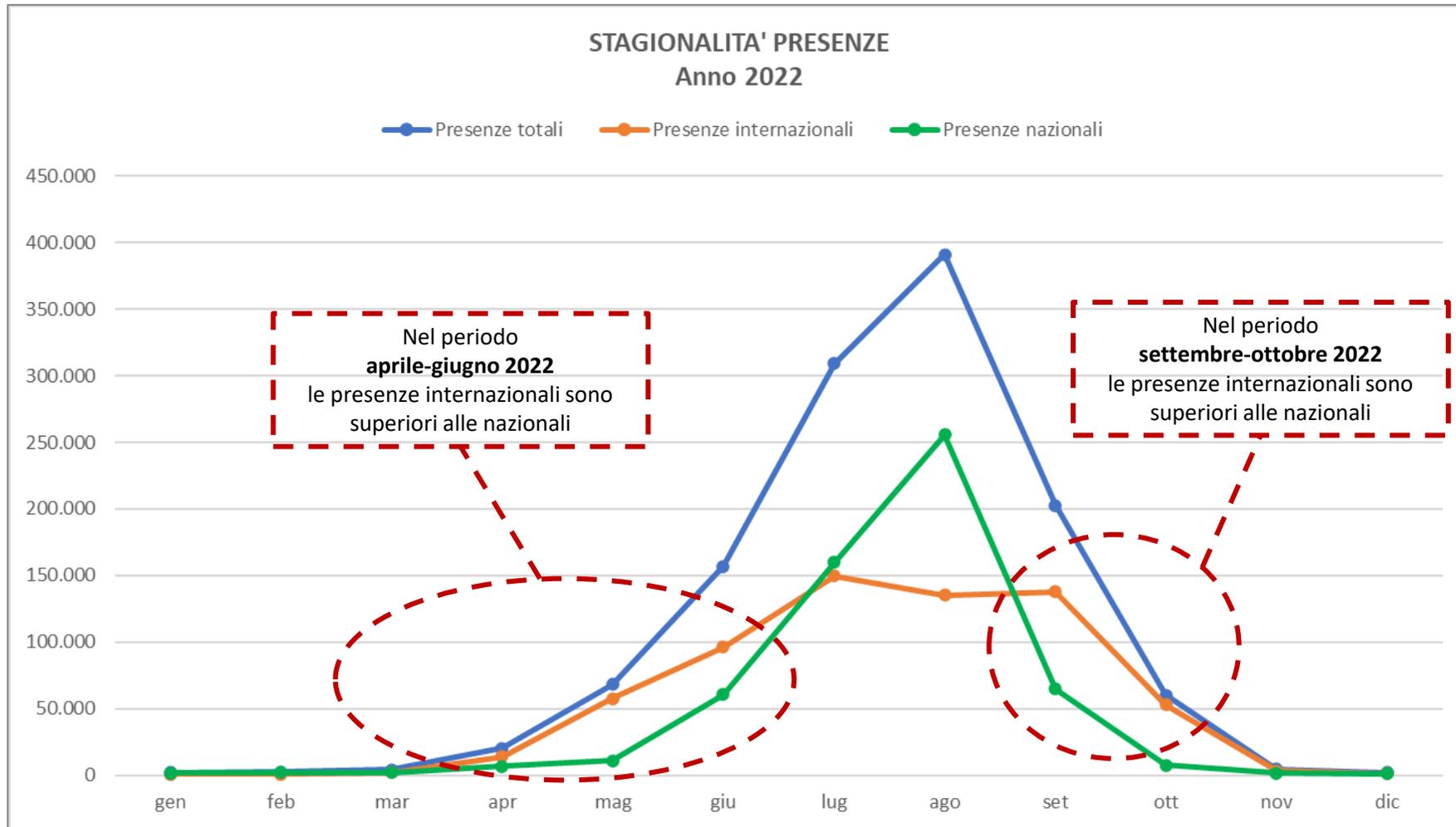
Principali Regioni di provenienza			
		Arrivi 2022	Presenze 2022
1	Sardegna	60.981	182.920
2	Lombardia	17.240	129.870
3	Piemonte	7.301	51.294
4	Lazio	6.783	43.756
5	Emilia-Romagna	4.939	30.258
6	Toscana	4.694	29.744
7	Veneto	4.255	24.017
8	Campania	2.478	17.246
9	Liguria	2.130	13.178
10	Alto Adige	1.704	10.440

Trend stagionalità delle presenze 2021



Elaborazione SGA su dati SIREN 2022

Trend stagionalità delle presenze 2022



Elaborazione SGA su dati SIREG 2023

3. La domanda online verso la destinazione

SGA Tourism Index[©]

SGA Tourism Index[©] è un indicatore matematico che misura e confronta rilevanza e posizionamento sul mercato di brand, prodotti e servizi turistici a livello di destinazione, e tra più destinazioni tra loro, allo scopo di ottenere indicazioni di policy, utilizzando Google Trends e altri strumenti e fonti online.

Nel caso in esame, sono stati ricercati e analizzati **i valori medi della domanda online verso la Destinazione Ogliastra e la sua offerta, quindi messi a confronto con gli analoghi della Sardegna ed entrambi con un punto mediano superiore.**

In questo modo potrà essere più agevole comprendere il posizionamento del mix Ogliastra in questa fase importante di cambiamento e orientamento strategico e di prodotto

Istruzioni per lettura e comprensione di dati e grafici

Categorie di analisi

- Brand
- Ricettivo
- Balneare*
- Cultura*
- Outdoor*
- Cibo e vino*

*Categorie simili ai contenuti di lavoro dei workshop del Forum

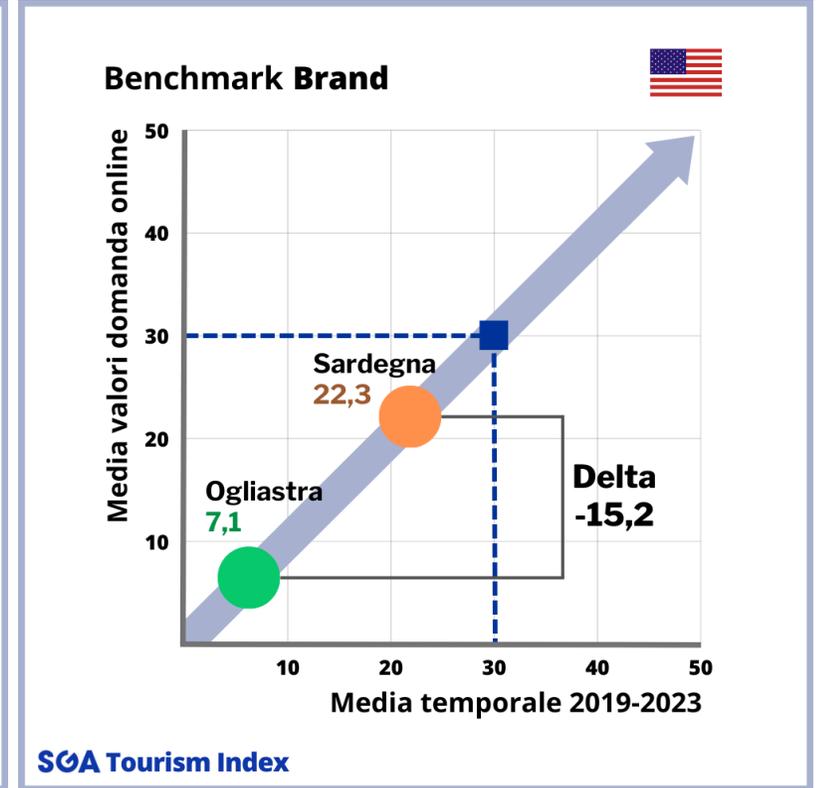
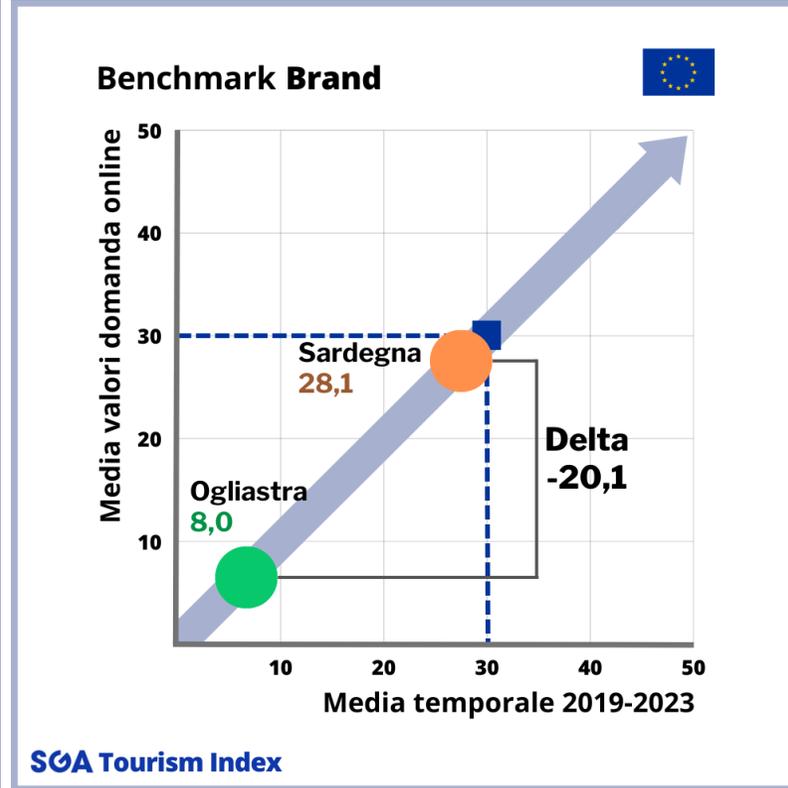
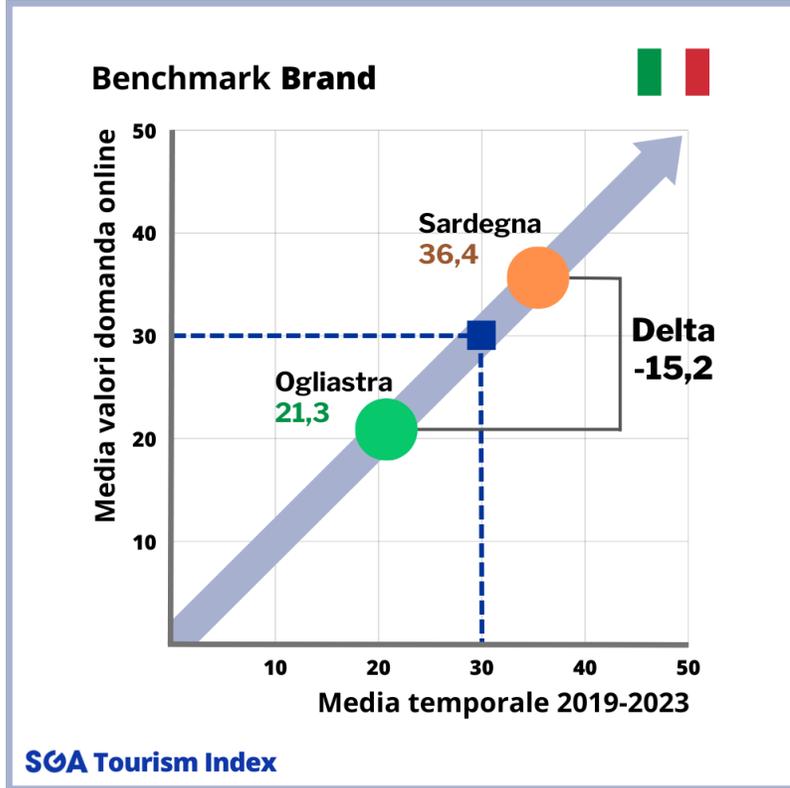
Periodo di tempo, aree mercato e base dati

- Per tutte le ricerche effettuate e i grafici di seguito pubblicati l'intervallo temporale è il 2019-2023
- Le aree analizzate sono quelle dei principali mercati della domanda verso l'offerta Ogliastra
 - Italia
 - Europa (Germania, Austria, Svizzera, Francia, Regno Unito)
 - Stati Uniti
- Il calcolo dell'indicatore per ogni categoria considerata (cfr. qui a fianco) è la media dei picchi di ricerca nel periodo indicato, da una o l'altra le aree di mercato prescelte.

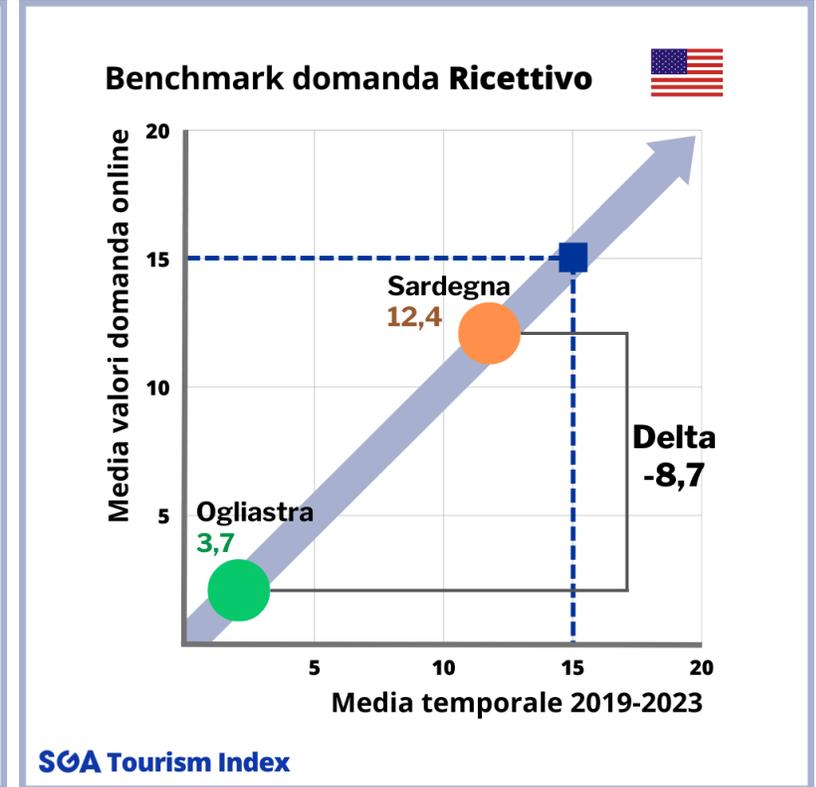
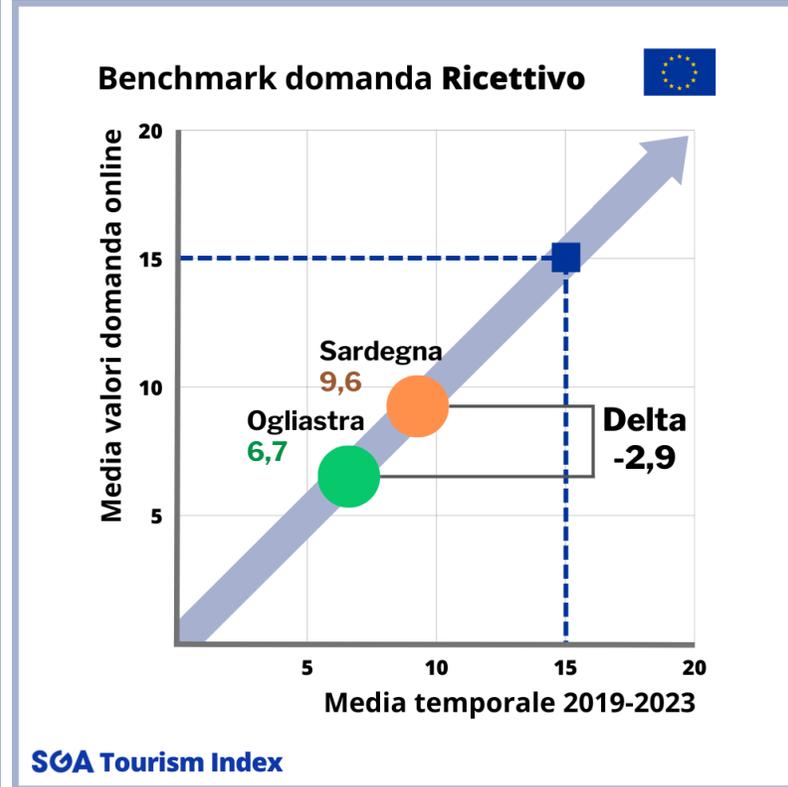
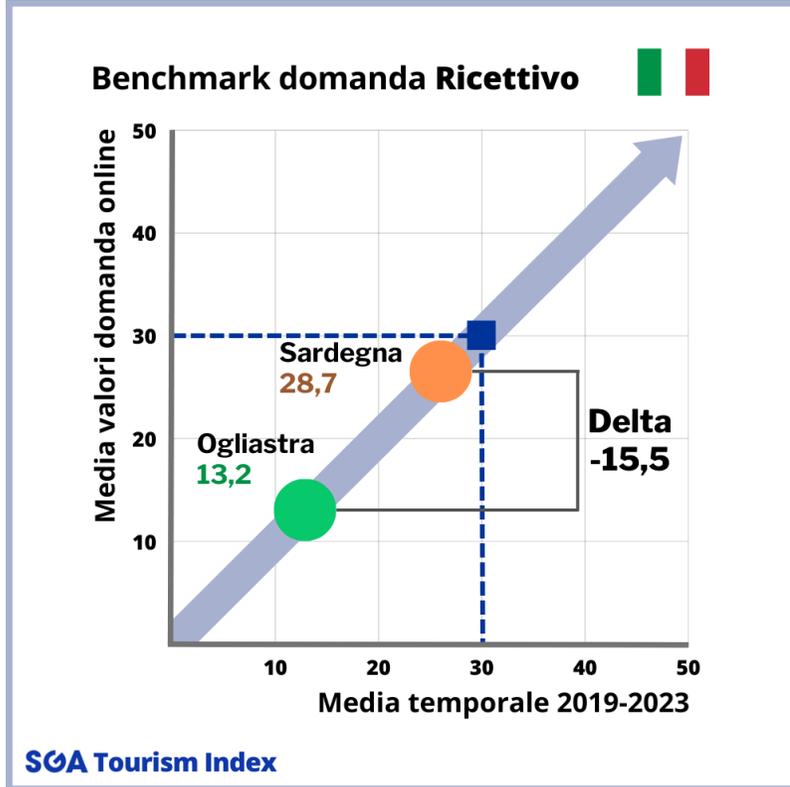
Legenda cromatica

- In **verde** è indicata la media dell'Ogliastra
- In **giallo** è indicata la media della Sardegna
- In **nero** è indicato il delta, cioè la distanza, fra Ogliastra e Sardegna
- In **blu** è indicato il punto medio superiore

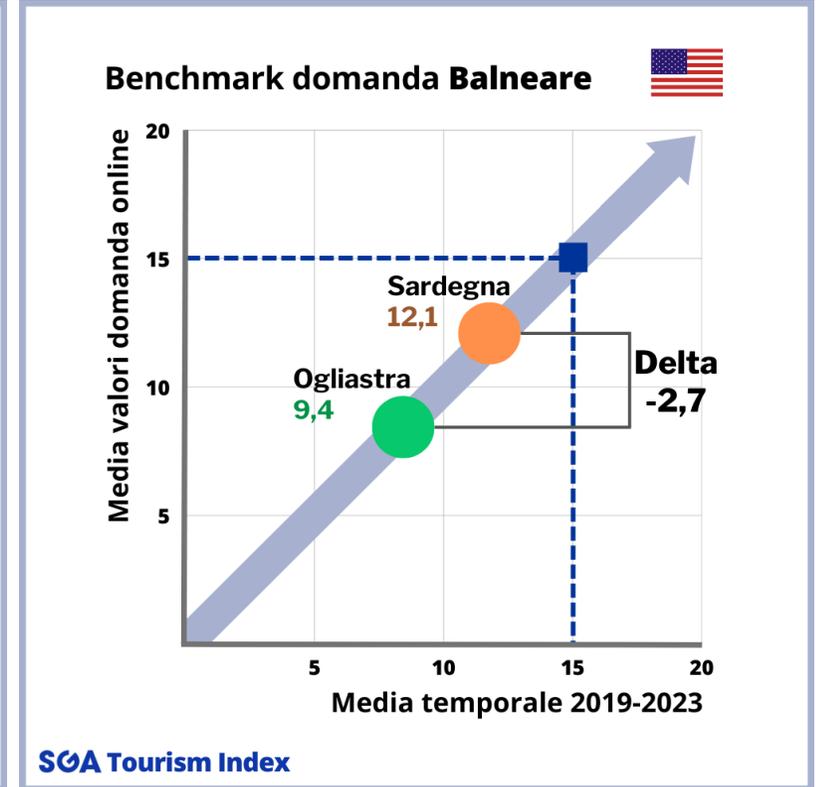
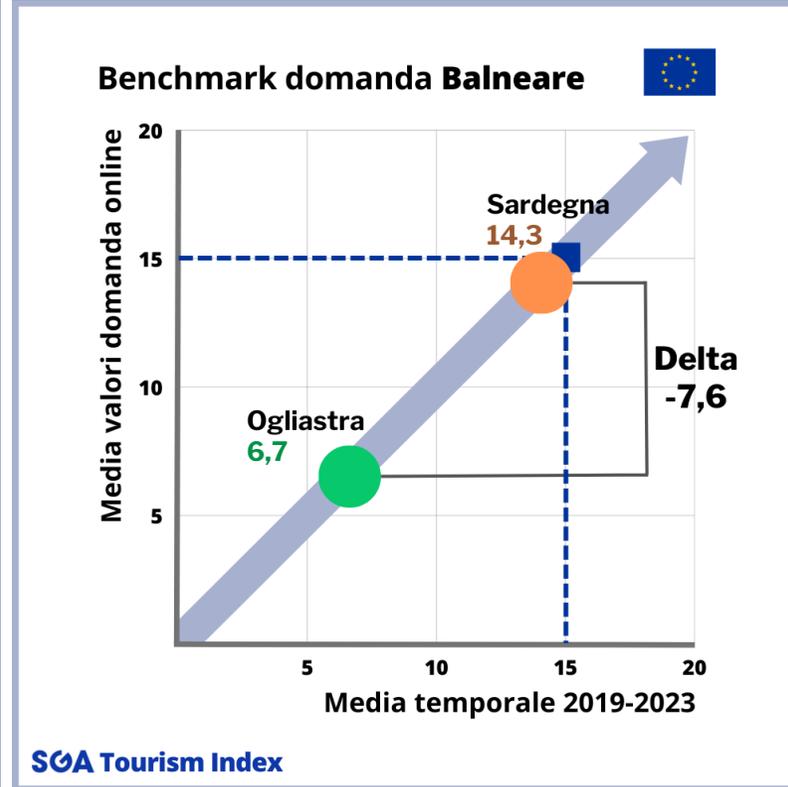
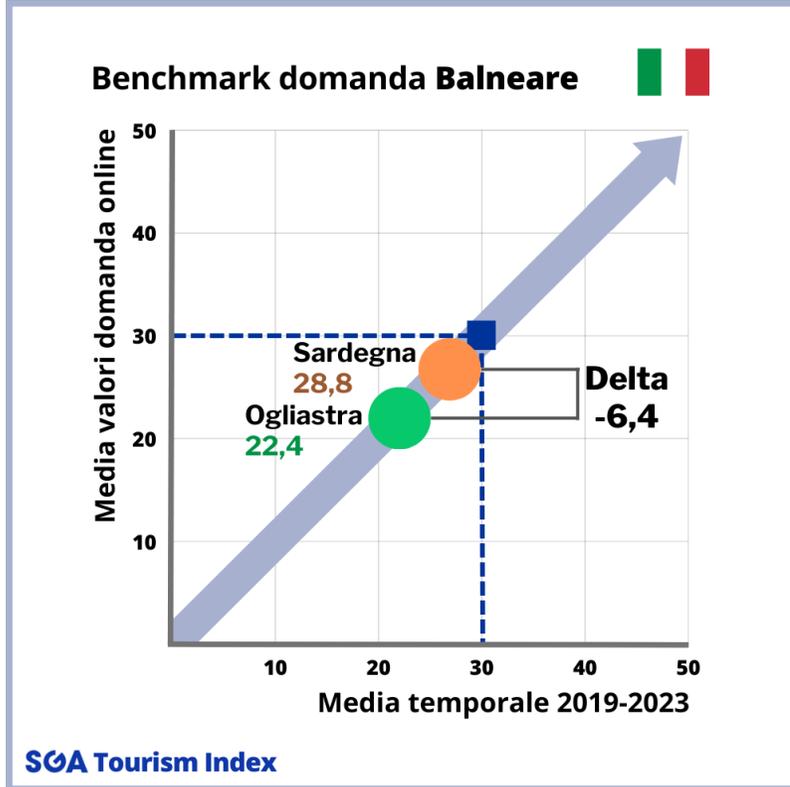
Brand



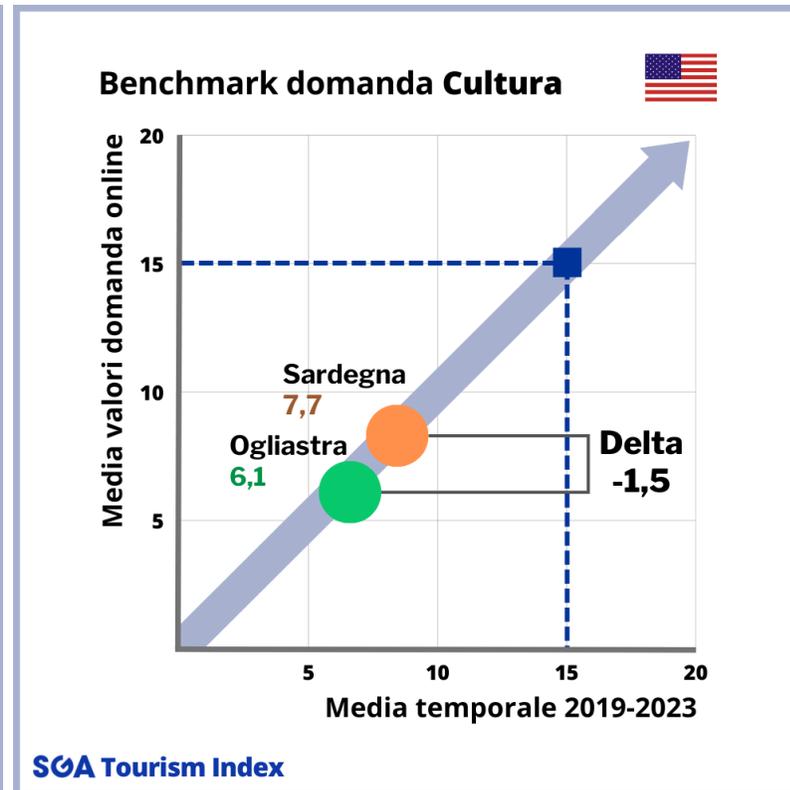
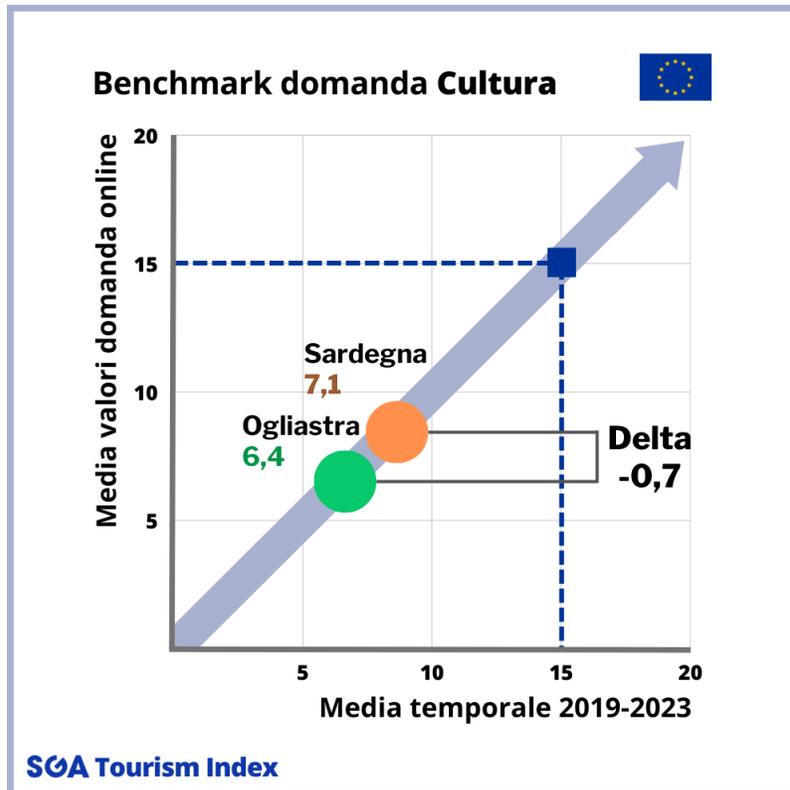
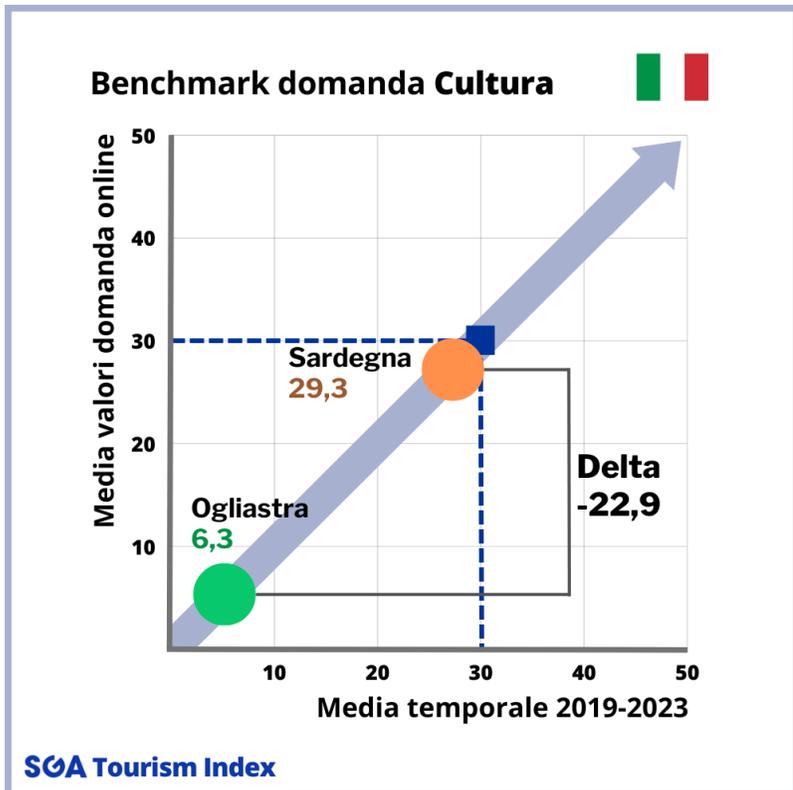
Ricettivo



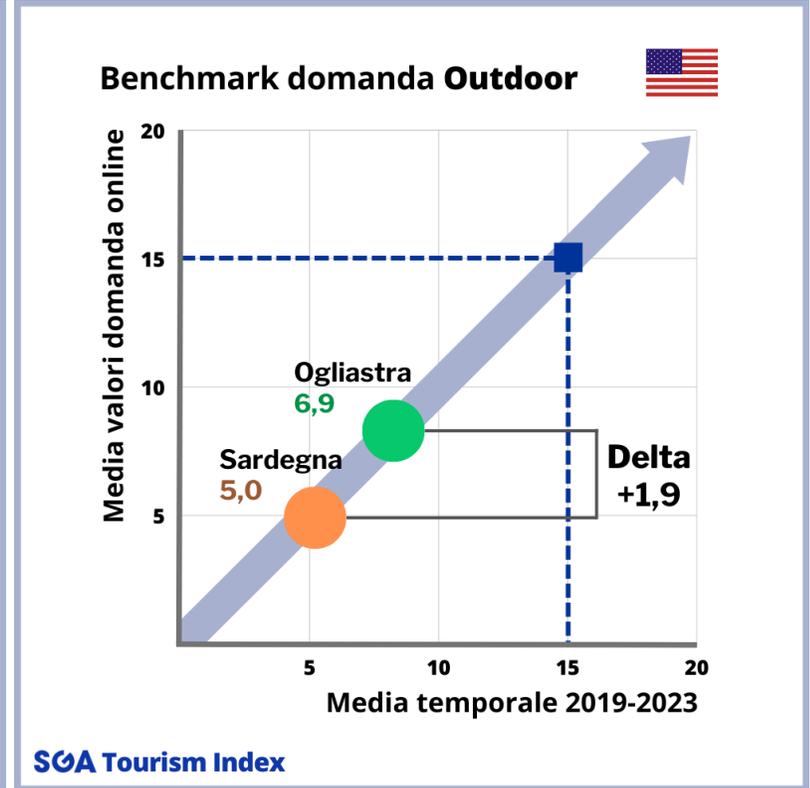
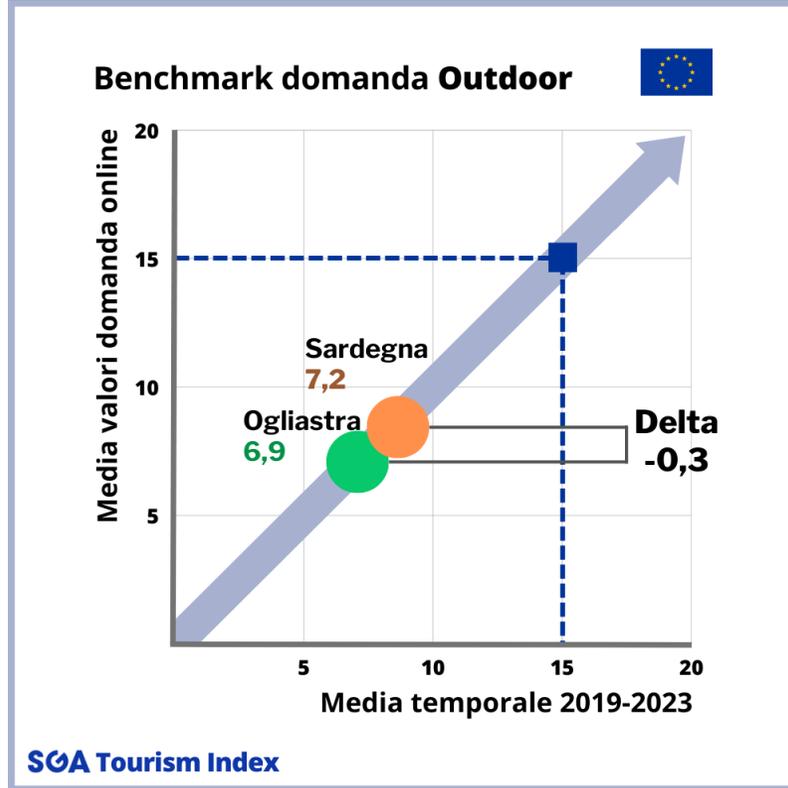
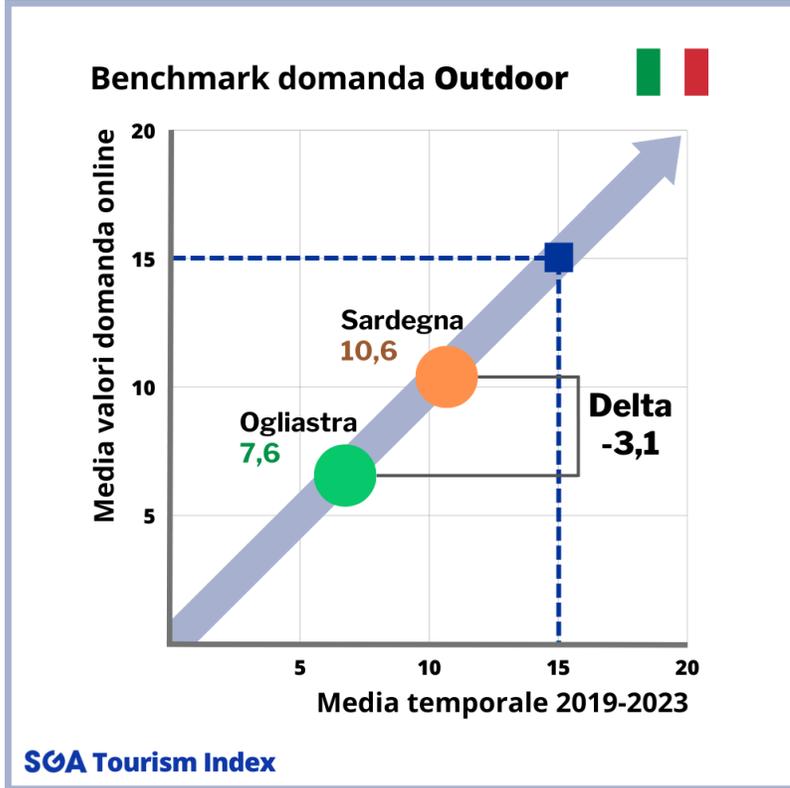
Balneare



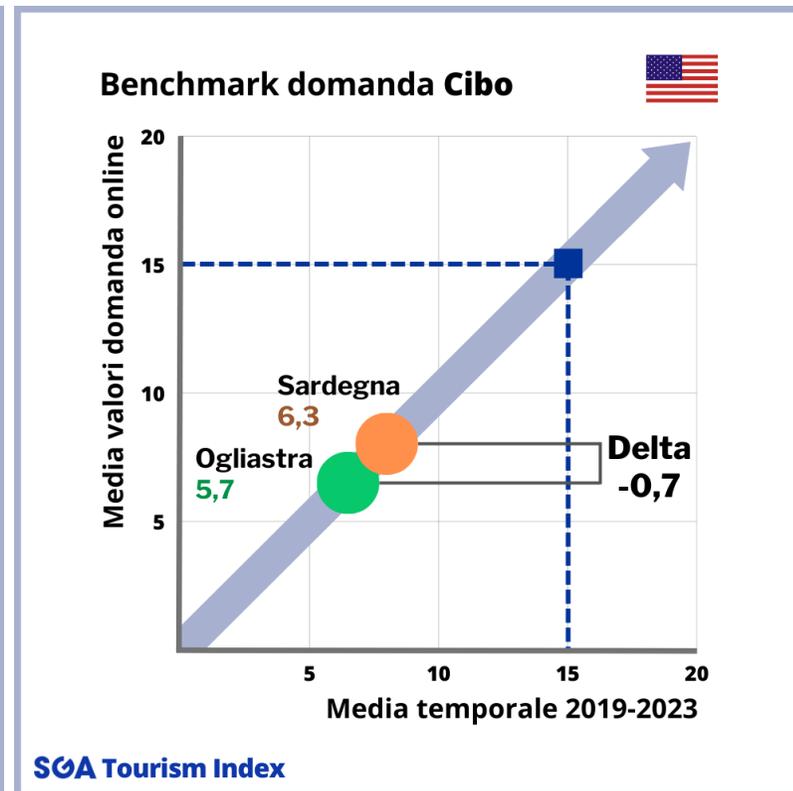
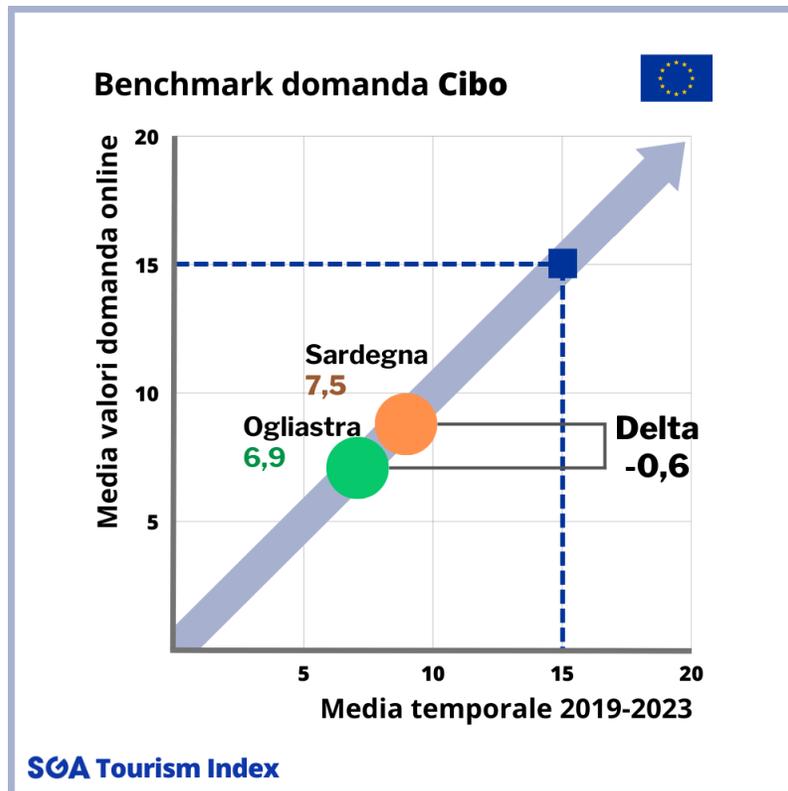
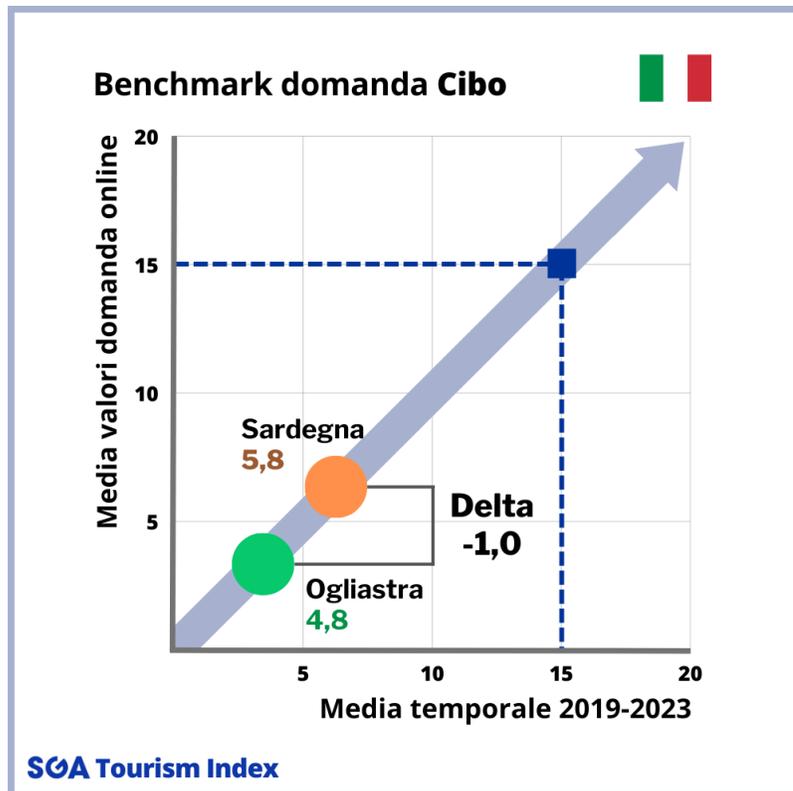
Cultura ed eventi



Outdoor



Cibo e vino



4. Le opinioni e le proposte degli operatori della destinazione

L'indagine di campo

Con il GAL Ogliastra abbiamo deciso di lanciare un'indagine di campo mai realizzata in questo territorio per raccogliere opinioni e proposte degli operatori della destinazione.

La popolazione di ricerca che è stata invitata a compilare il questionario è composta da 551 soggetti afferenti a queste categorie:

- Ricettivo alberghiero
- Ricettivo extra-alberghiero
- Servizi turistici
- Ristorazione
- Filiere tipiche
- Altro (Proloco, associazioni sportive dilettantistiche, etc.)

Sono state raccolte 113 risposte. Ciò garantisce una confidenza statistica del 90% e un margine d'errore del $\pm 6,9\%$.

Il periodo di rilevazione è stato 05/04/2023 – 29/04/2023



**Significa che le 113 risposte al questionario sono vere anche per il 90% della popolazione di ricerca con un margine di errore in difetto o in eccesso del 6,9%.*

4. Le opinioni e le proposte degli operatori della destinazione

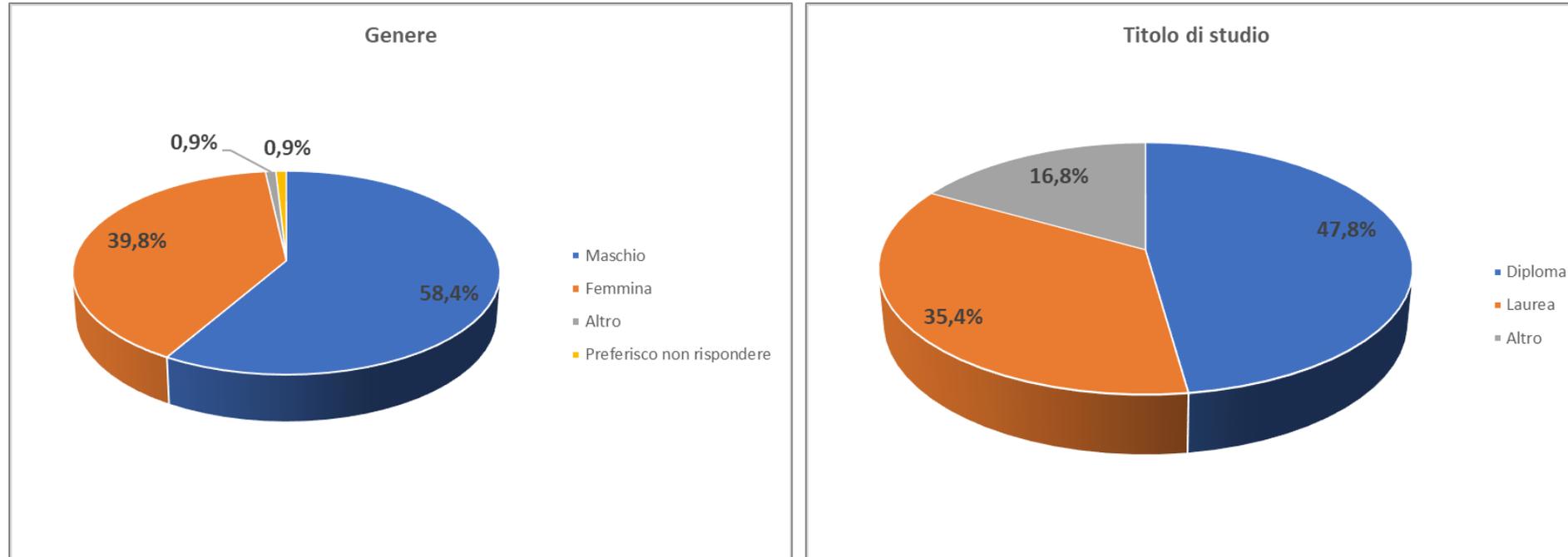
Struttura del questionario

- Dati anagrafici dell'intervistato
- Dati anagrafici dell'organizzazione
- Nuovi tematismi di prodotti turistici
- Clienti della Destinazione Ogliastro
- Priorità di nuovi servizi di destinazione turistica
- Priorità di proposte per sostenere lo sviluppo
- Interesse per la costituzione di un'associazione pubblico-privata di gestione della destinazione
- Interesse a fare parte dell'associazione
- Interesse a impegnarsi attivamente nell'associazione
- Il sogno che sta più a cuore per la Destinazione Ogliastro

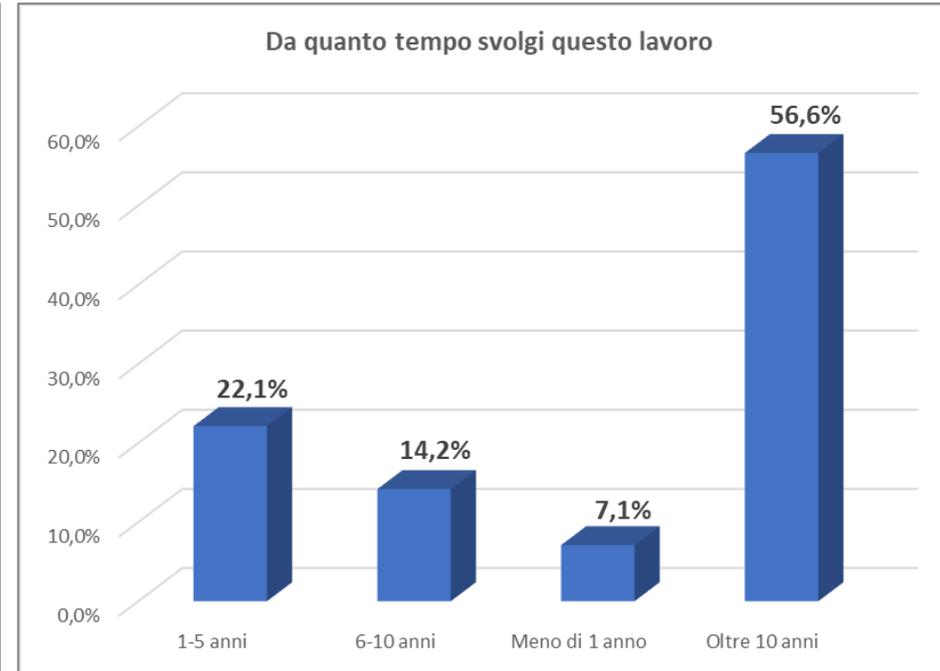
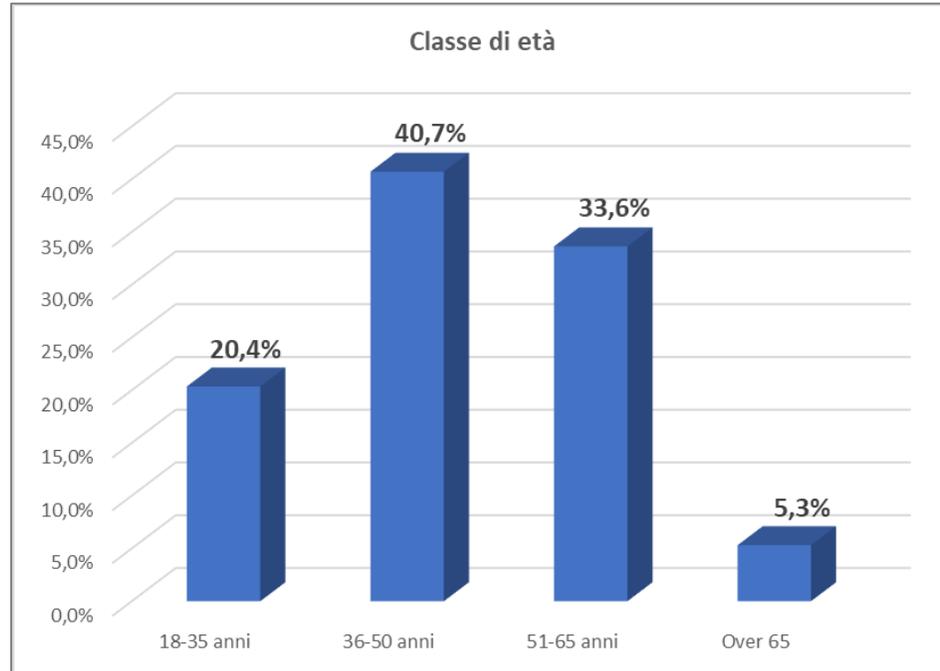
Il questionario è ancora compilabile a questo link

<https://studiogiaccardiassociati.typeform.com/to/AMmheF0p>

Le persone/i

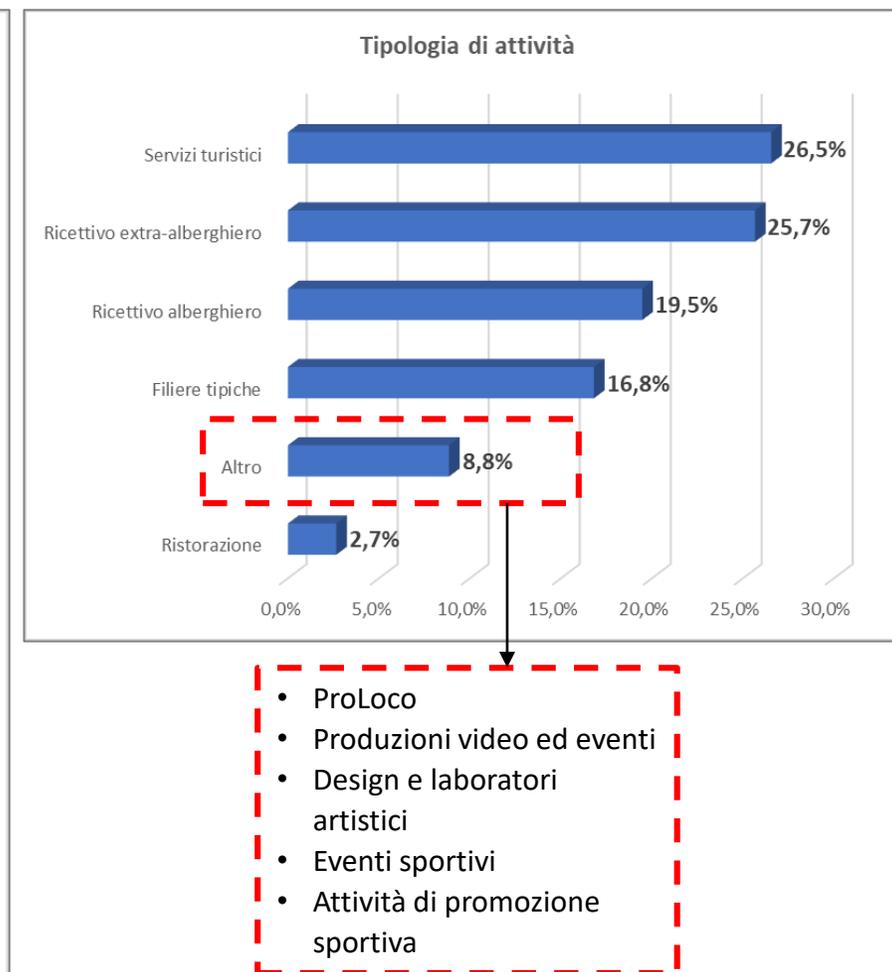


Le persone/ii



4. Le opinioni e le proposte degli operatori della destinazione

Localizzazioni e tipologia di attività delle organizzazioni



4. Le opinioni e le proposte degli operatori della destinazione

I tematismi di prodotti turistici su cui investire

1°

Outdoor

82,3%

2°

Produzioni tipiche

61,1%

3°

Cultura

56,6%

4. Le opinioni e le proposte degli operatori della destinazione

I clienti

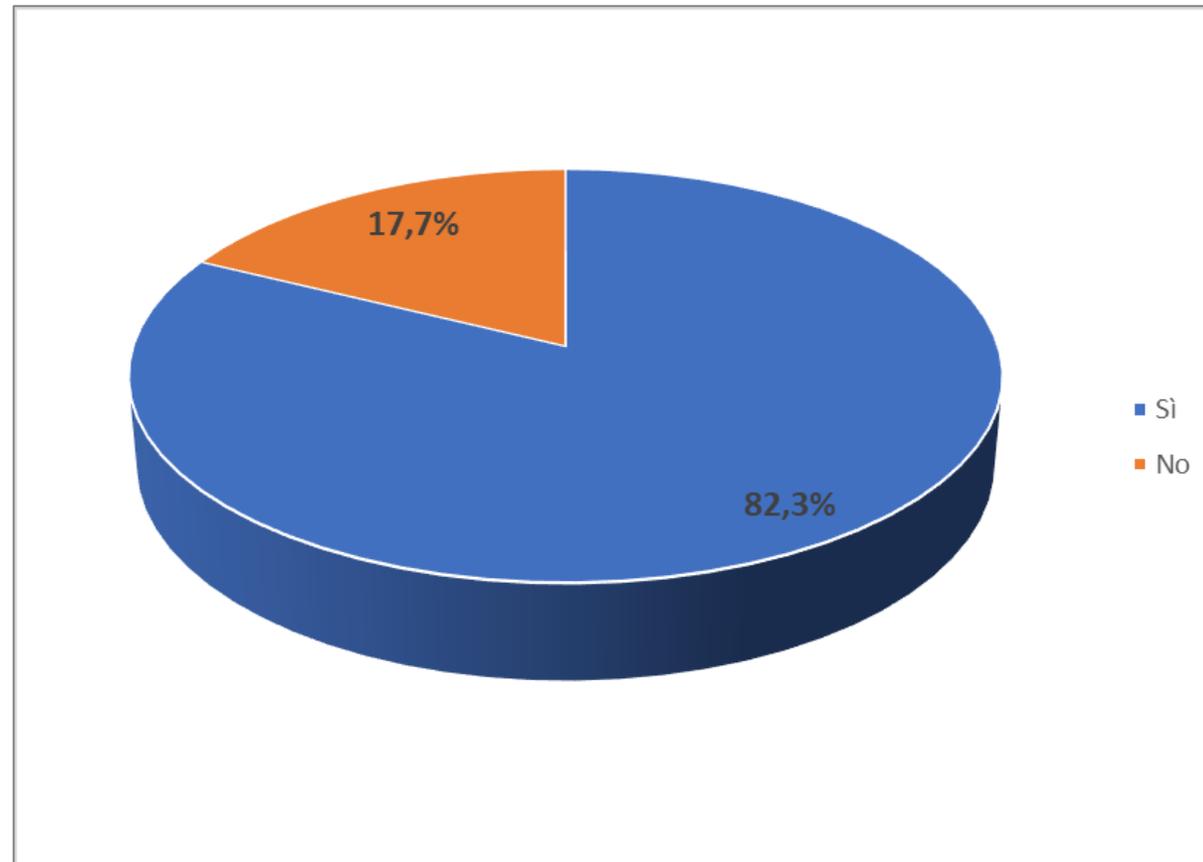
Dagli incontri di ascolto sopra richiamati, è emerso che i principali clienti per lo sviluppo della destinazione Ogliastro in ordine di priorità sono:

1° internazionali (tedeschi, austriaci, svizzeri, inglesi e francesi, etc.)

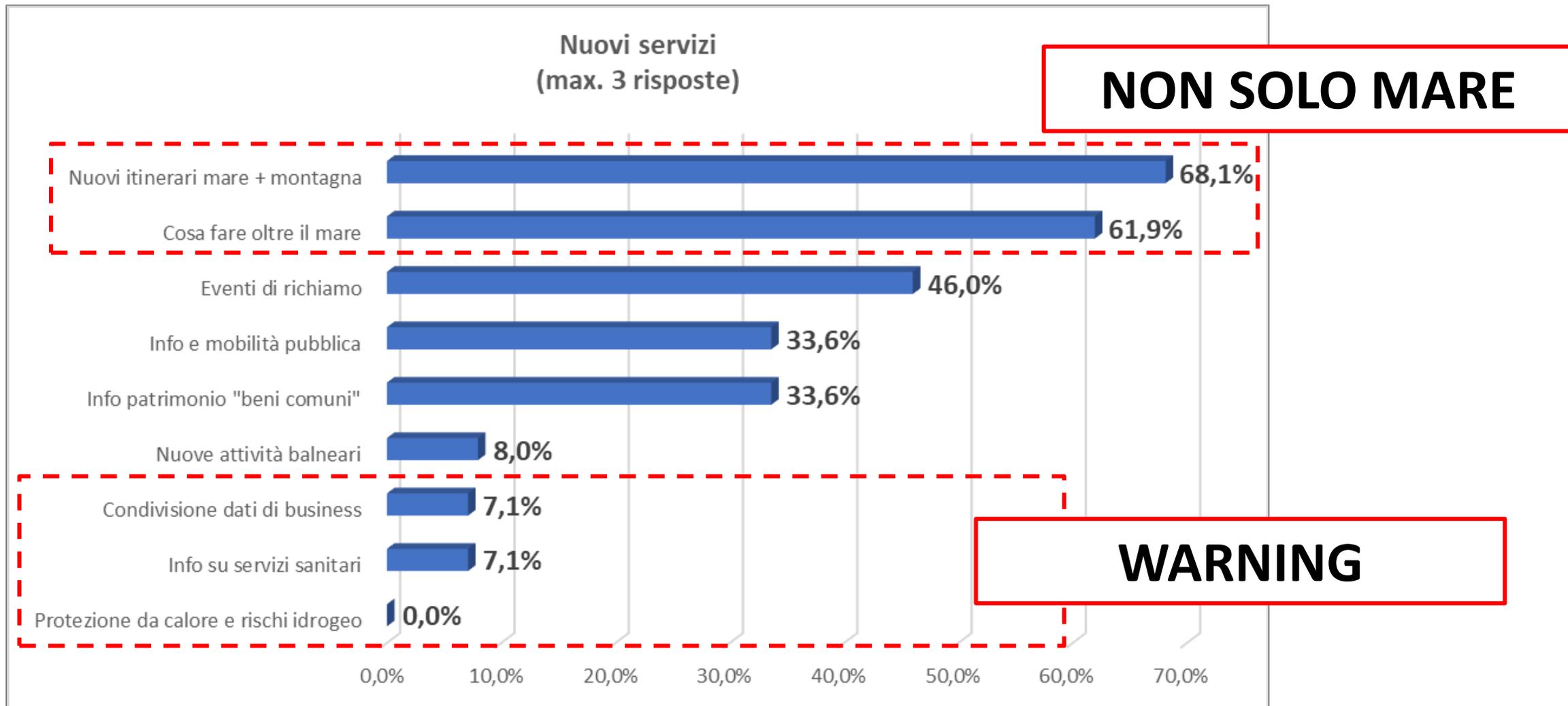
2° nazionali

3° locali

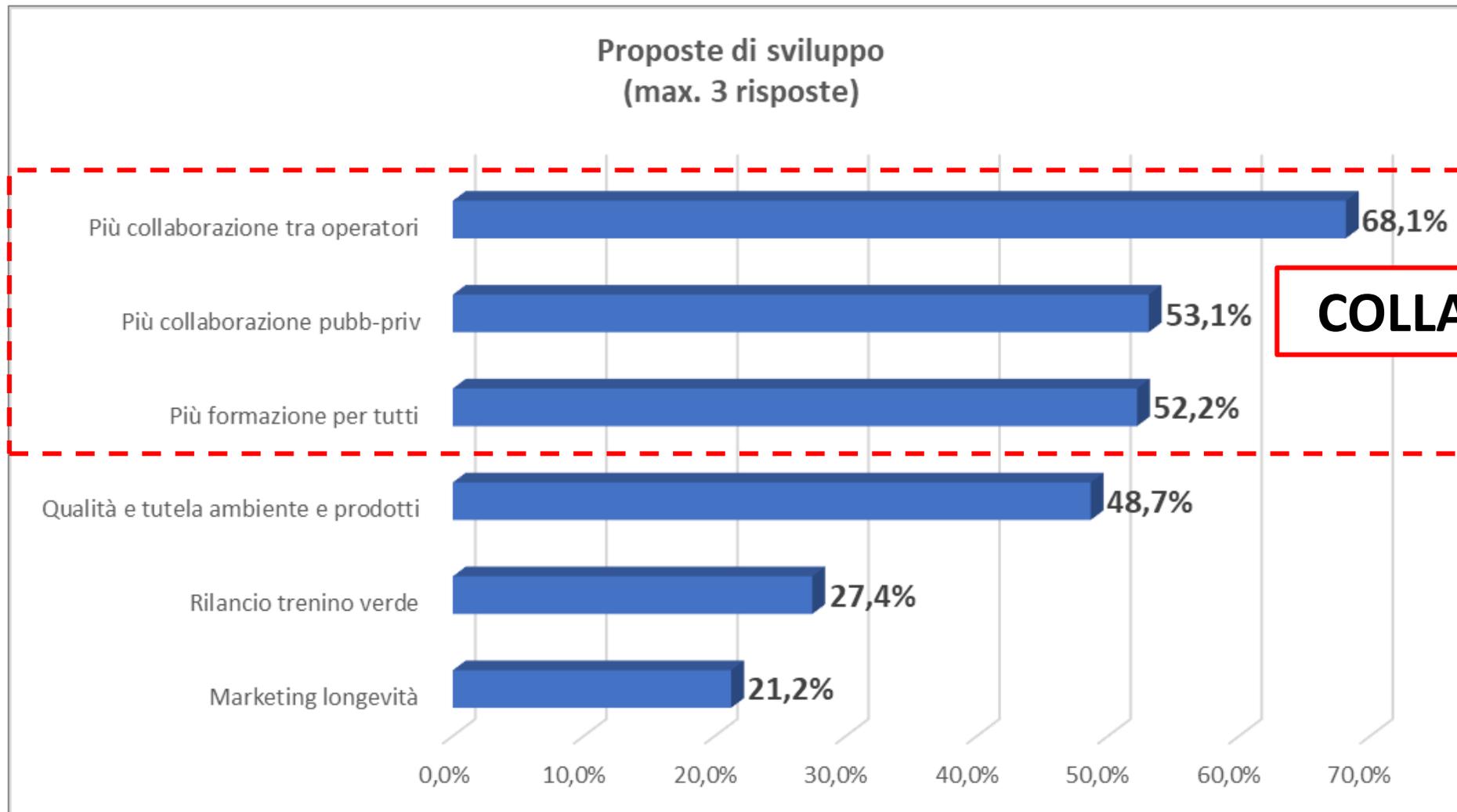
Sei d'accordo?



I nuovi servizi di destinazione



Le proposte di sviluppo

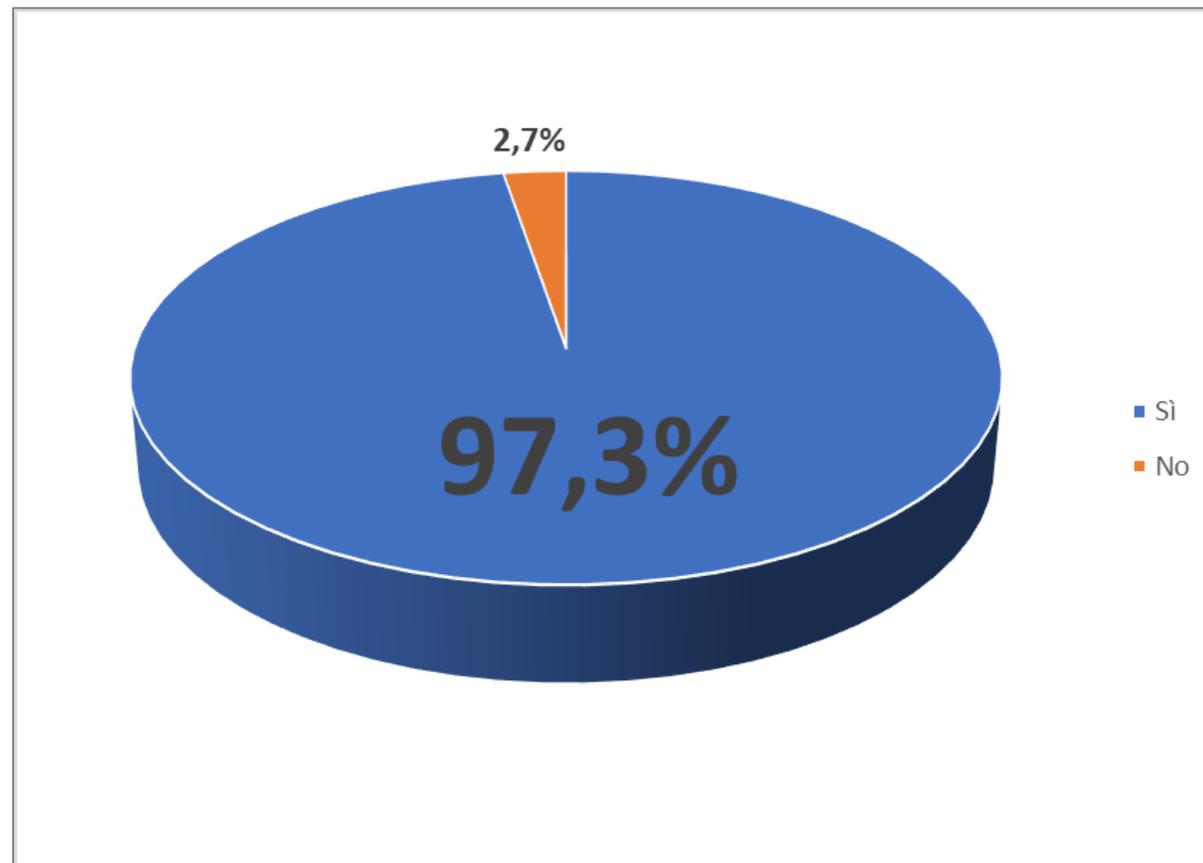


4. Le opinioni e le proposte degli operatori della destinazione

L'associazione «Destinazione turistica Ogliastro»/i

In base sempre all'esito di quegli incontri, il GAL ha deciso di costituire l'Associazione pubblico-privata "Destinazione turistica Ogliastro" per dare identità e organizzazione al territorio.

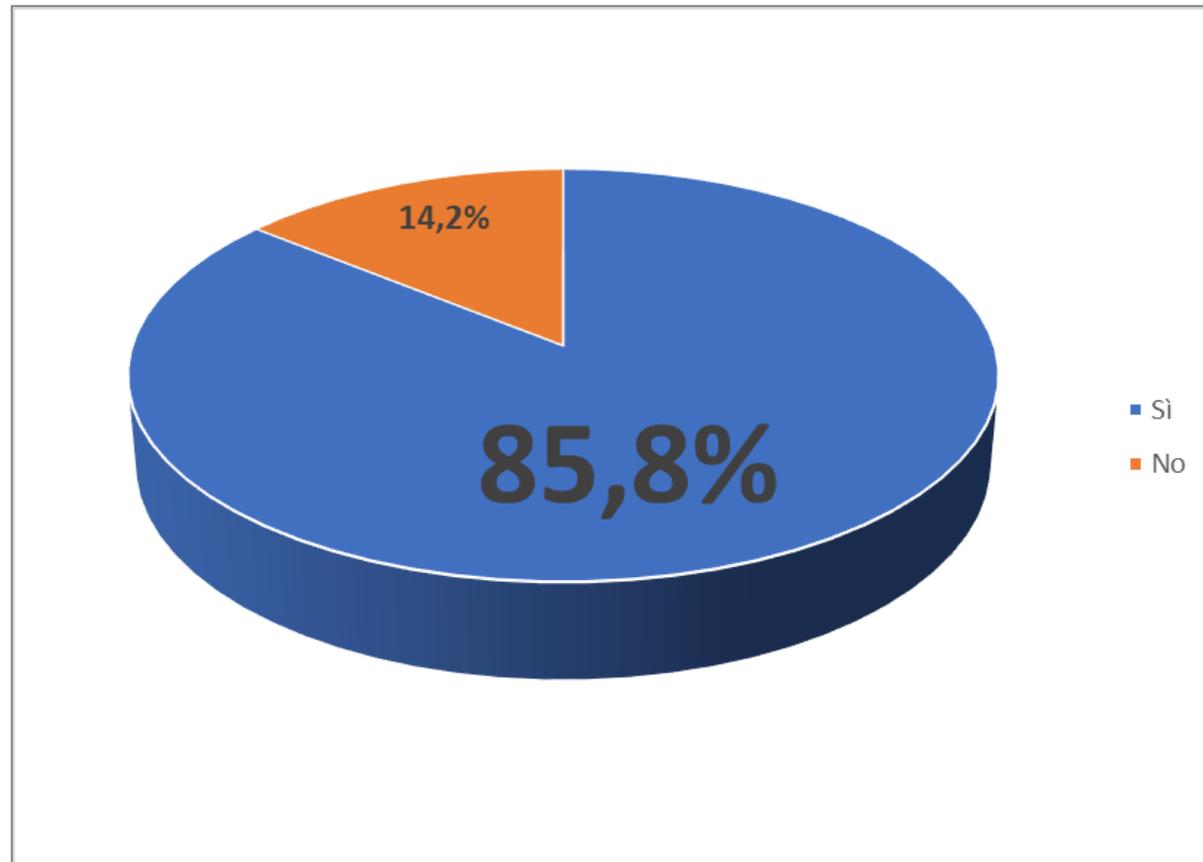
Sei d'accordo?



4. Le opinioni e le proposte degli operatori della destinazione

L'associazione «Destinazione turistica Ogliastro»/ii

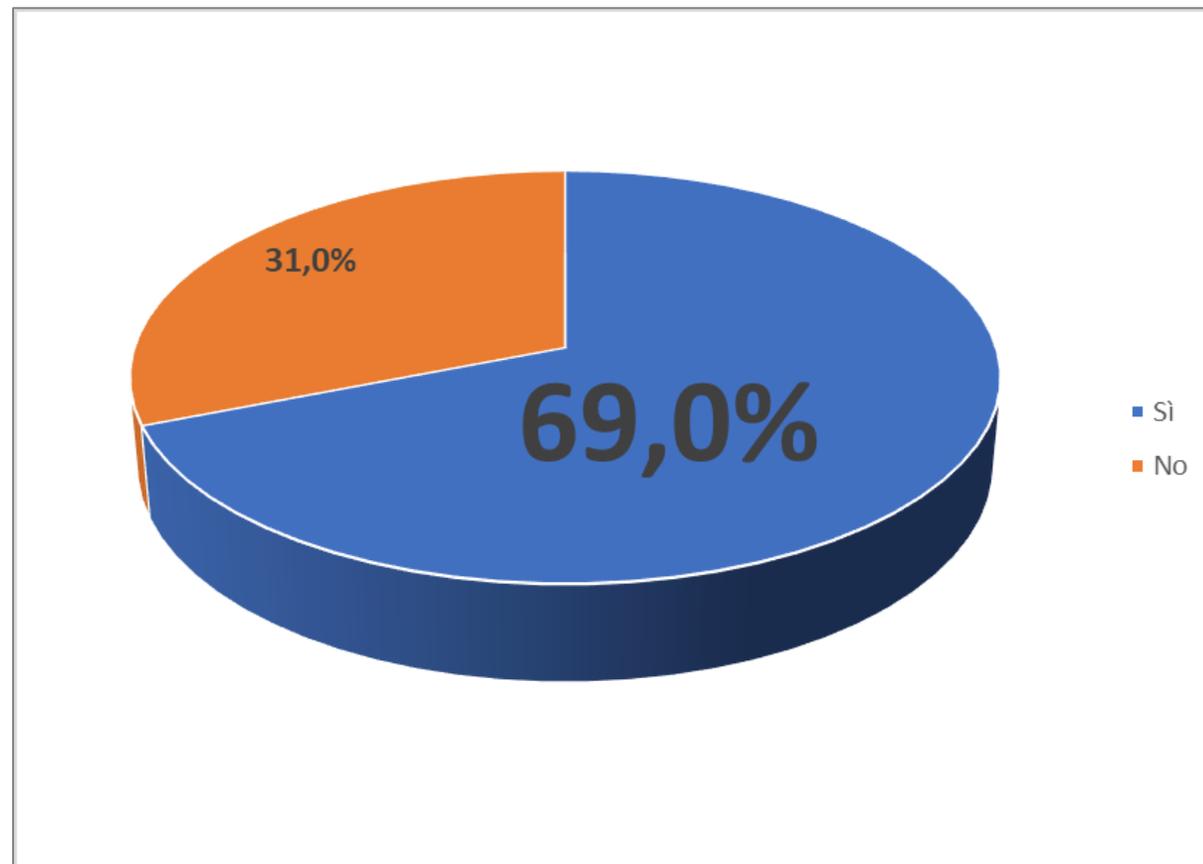
Sei interessato a fare parte dell'associazione?



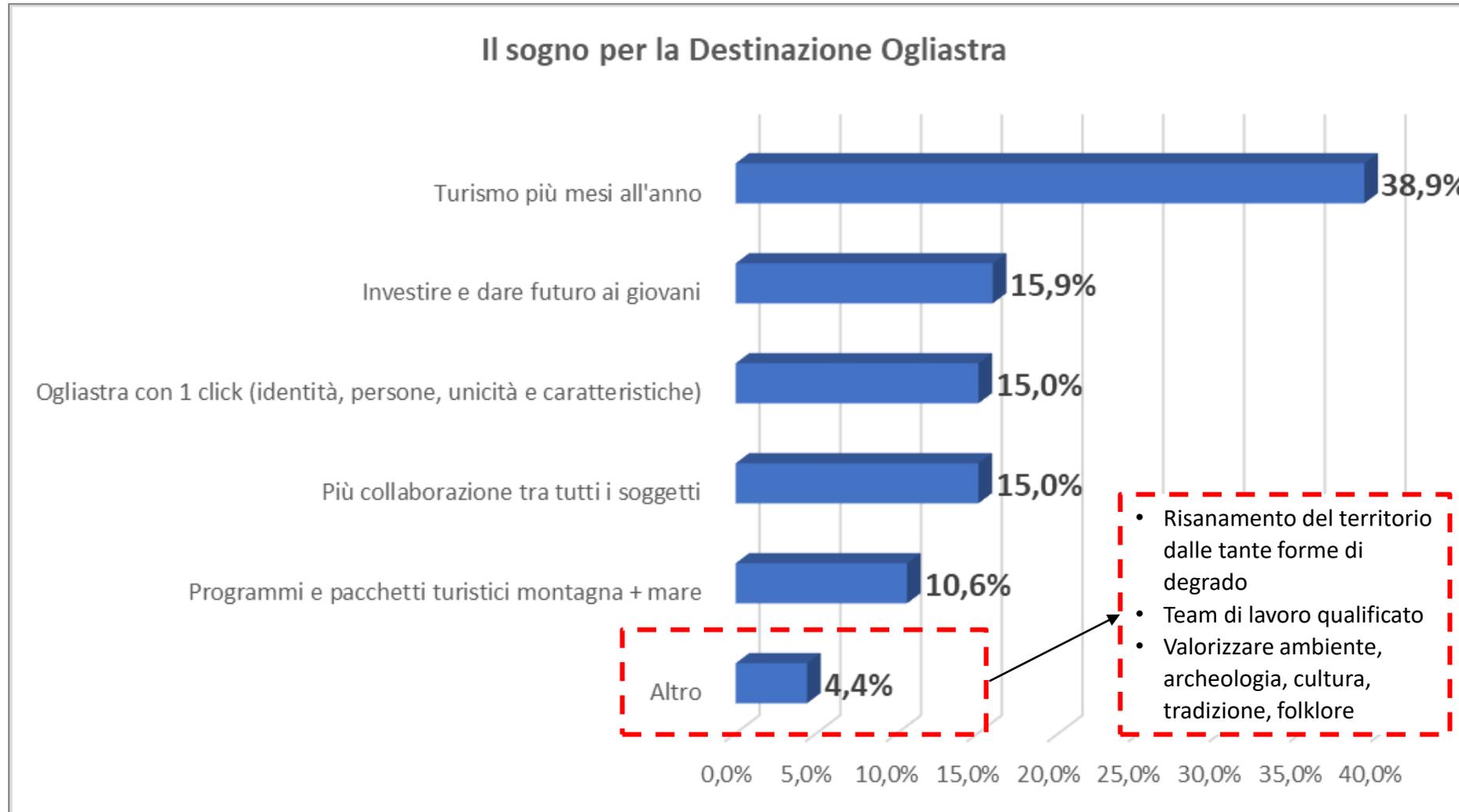
4. Le opinioni e le proposte degli operatori della destinazione

L'associazione «Destinazione turistica Ogliastra»/iii

Sei interessato a impegnarti a operare nell'associazione?



I sogni



5 comuni fortemente turistici

Destinazione Ogliastro a traino internazionale

Turisti internazionali consentono di allungare la stagione in primavera e autunno

Domanda di outdoor in Ogliastro vicina alla domanda di outdoor in Sardegna. Dagli USA è superiore.

Domanda di cibo e vino in Ogliastro vicina alla domanda di cibo e vino in Sardegna

Nuovi tematismi di prodotto: 1° Outdoor, 2° Produzioni tipiche, 3° Cultura

Nuovi servizi: 1° Itinerari mare + montagna, 2° Cosa fare oltre il mare, 3° Eventi di richiamo

Nuovi proposte: 1° Più collaborazione fra operatori, 2° Più collaborazione pubblico-privati, 3° Formazione per tutti

Associazione di destinazione: 97% d'accordo, 85,8% interessato a farne parte, 69% interessato a operare

Sogni: 1° Turismo più mesi all'anno, 2° Investire sui giovani, 3° Ogliastro con 1 click e più collaborazione tra tutti

OGLIASTRA

Cosa abbiamo scoperto

- 5 comuni fortemente turistici
- Destinazione Ogliastro a traino internazionale
- Turisti internazionali consentono di allungare la stagione in primavera e autunno
- Domanda di outdoor in Ogliastro vicina alla domanda di outdoor in Sardegna. Dagli USA è superiore.
- Domanda di cibo e vino in Ogliastro vicina alla domanda di cibo e vino in Sardegna
- Nuovi tematismi di prodotto: 1° Outdoor, 2° Produzioni tipiche, 3° Cultura
- Nuovi servizi: 1° Itinerari mare + montagna, 2° Cosa fare oltre il mare, 3° Eventi di richiamo
- Nuovi proposte: 1° Più collaborazione fra operatori, 2° Più collaborazione pubblico-privati, 3° Formazione per tutti
- Associazione di destinazione: 97% d'accordo, 85,8% interessato a farne parte, 69% interessato a operare
- Sogni: 1° Turismo più mesi all'anno, 2° Investire sui giovani, 3° Ogliastro con 1 click e più collaborazione tra tutti

OGLIASTRA

Consapevolezza e convinzione

Autorevolezza

Valori condivisi

Credibilità internazionale

Contenuti distintivi

Segmentazione di prodotti

OGLIASTRA

EMOZIONI

Grazie per l'attenzione

SGA Studio
Giaccardi
& Associati
Consulenti di Direzione e Data Analyst

Founded
1999



301

Ricerche economiche, sociali
e di mercato per progetti di sviluppo
di imprese e territori

Questo elaborato è un prodotto originale dello
Studio Giaccardi & Associati – Consulenti di Direzione e Data Analyst
© All Rights Reserved, Ravenna 2 maggio 2023.

+39 335 7368151 | +39 335 7368152 | +39 335 7368153
info@giaccardiassociati.it

www.giaccardiassociati.it