



NOTA REDAZIONALE

1. Perché il Forum per operatori economici e amministratori pubblici

Il primo Forum Turismo della Destinazione Ogliastra, composto da una conferenza plenaria e 5 workshop tematici e di prodotto, ha lo scopo di:

- **generare un progetto strategico di sviluppo**, condiviso, sostenibile e duraturo
- **definire e arricchire l’offerta per più stagioni all’anno** orientandola soprattutto ai mercati internazionali
- **organizzare e rendere operante la destinazione** intesa come soggetto riconosciuto in grado di coordinare risorse, servizi e policy di accoglienza mediante il coinvolgimento strutturato di operatori privati e amministratori pubblici.

Un forum è «*una riunione pubblica per discutere argomenti d'interesse culturale, sociale, etc.*»

Per interagire, collaborare e fare rete è necessario parlarsi, discutere e da qui impegnarsi a trovare accordi che sono il contenuto possibile di coinvolgimento e partecipazione.

I progetti di sviluppo fondati su processi partecipativi hanno successo se sono guidati da dati e informazioni corrette, tracciabili e confrontabili, che aiutano ad andare oltre i luoghi comuni, a superare preconcetti e divisioni, a sviluppare creatività e innovazione.

Il primo Forum della destinazione Ogliastra è infatti basato sui dati e anche per questo è un’operazione di svolta e trasformazione individuale e collettiva.

2. I dati della destinazione turistica Ogliastra

Popolazione residente n. 53.651, di cui attiva n. 32.068 e in età 18-35 anni 9.385

Comuni n. 22 e Unioni di Comuni n. 3

Comuni		
Unione dei Comuni Nord Ogliastra (8 comuni)	Baunei*	1
	Girasole	2
	Lotzorai	3
	Talana*	4
	Tortoli	5
	Trilei*	6
	Urzulei*	7
	Villagrande Strisaili*	8
Unione Comuni d'Ogliastra (6 comuni)	Bari Sardo	9
	Cardedu*	10
	Elini*	11
	Ilbono*	12
	Lanusei*	13
	Loceri*	14
Unione dei Comuni della Valle del Pardu e dei Tacchi Ogliastra Meridionale (7 comuni)	Gairo*	15
	Jerzu*	16
	Osini*	17
	Perdasdefogu*	18
	Tertenia*	19
	Ulassai*	20
	Ussassai*	21
Arzana*	22	

*Comune aderente al GAL Ogliastra (n. 18 su 22).

Industria turistica Destinazione Ogliastra

Alberghiero n. 67 hotel con n. 6071 posti letto

Extra alberghiero n. 271 piccole strutture con n. 8365 posti letto

Totale esercizi n. 284 con 14.696 posti letto

Arrivi turistici totali: n. 250.076 pari a +18,7% (2022-2018)
Arrivi internazionali: n. 129.927 pari a +15,0% (2022-2018), con +52,0% del 2022 sul 2021
Arrivi nazionali: 120.149 pari a +23,1% (2022-2018), ma -1,5% del 2022 sul 2021
Gli stranieri arrivano da: Germania, Svizzera, Francia, Austria e Paesi Bassi
Gli italiani arrivano da: Sardegna, Lombardia, Piemonte, Lazio e Emilia-Romagna

Presenze turistiche totali: n. 1.225.293 pari a + 14,0% (2022-2018)
Presenze internazionali: n. 651.253 pari a +9,0% (2022-2018), con +39,4% 2022 sul 2021
Presenze nazionali: n. 574.060 pari a +20,9% (2022-2018), ma -6,5% 2022 sul 2021

Peso degli arrivi internazionali sul totale: 52,0%

Peso delle presenze internazionali sul totale: 53,1%

Spesa turistica internazionale in Ogliastra:

totale € 34,6 milioni (2022) in crescita del 36.6% (2022 su 2021)

pro-capite €

Comuni maggiori flussi turistici (arrivi 88,7%, presenze 93,6%):

Tortolì, Bari Sardo, Cardedu, Lotzorai, Baunei

SGA Tourism Index, valore medio di ricerca della domanda turistica online del brand Ogliastra

- in Italia, posizionamento Ogliastra 21,3 di media a fronte del 36,4 della media Sardegna
- in Europa, posizionamento Ogliastra 8 di media a fronte del 28 della media Sardegna
- in USA, posizionamento Ogliastra 7,1 di media a fronte del 22,3 della media Sardegna
- valore medio più alto di ricerca online per l'Ogliastra:
 - o cluster prodotto Outdoor in Europa 6,9 di media (Sardegna 7,2)
 - o cluster prodotto Cibo in Europa 6,9 di media (Sardegna 7,5)

Indagine sugli operatori economici dell'Ogliastra (aprile 2023)

- popolazione di ricerca, imprese n. 551
- aderenti all'indagine, imprese n. 113 (pari al 20,5%)
- Confidenza statistica del 90% con margine di errore del +/-6,9%
- Tipologie attività economica: ricettivo 45,2%, servizi turistici 29,2%, prodotti tipici 25,6%
- Sedi attività economica: in tutti i 22 Comuni, in particolare Tortolì, Baunei, Cardedu, Villagrande, Jerzu
- Principali evidenze dall'indagine:
- Graduatoria prodotti turistici da sviluppare 1) outdoor, 2) Cibo, 3) Cultura
- Graduatoria nuovi servizi turistici da sviluppare 1) itinerari mare+montagna, 2) attività oltre il mare, 3) eventi di richiamo
- Graduatoria attività per crescere: 1) più collaborazione tra privati, 2) più collaborazione pubblico e privati, 3) formazione per tutti
- Interesse per un nuovo soggetto giuridico DMO (Destination Management Organization):

- è d'accordo il 97,3%, è interessato ad essere socio l'85,8%, è disponibile a impegnarsi direttamente il 69%

3. Guest speaker e mentor al Forum Turismo Destinazione Ogliastra

3 maggio conferenza plenaria



Vitale Pili, Presidente GAL Ogliastra

Imprenditore e amministratore pubblico, presidente del GAL Ogliastra. Per la Regione Autonoma della Sardegna è attualmente occupato alla Direzione della Protezione Civile con la qualifica di funzionario tecnico. E' sindaco del Comune di Elini e membro della Giunta dell'Unione Comuni d'Ogliastra.



Franca Seoni Direttore GAL Ogliastra

Direzione e coordinamento della struttura operativa del GAL e supporto all'organo esecutivo. Responsabile della pianificazione, dei Bandi di finanziamento, del coordinamento e supervisione attività di animazione e informazione, dei rapporti con l'Autorità di Gestione, dell'assistenza tecnica e del coordinamento delle attività di progettazione azioni di sviluppo, della promozione della partecipazione attiva alle reti ed ai progetti di cooperazione con altre aree sia a livello interterritoriale che transnazionale.



Marco Antonioli Sociologo, Capo analista www.giaccardiassociati.it

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.



Adriana Pintus Incoming Manager Italex DMC e CCO Felix Group

Come molti cittadini di Arzachena affascinata dall'Aga Khan, è partita alla scoperta di universi più vasti, per poi provare a migliorare il proprio. Innamorata della Sardegna, appartiene a quella schiera di irriducibili romantici convinti che la stagionalità non possa essere una malattia incurabile. A capo dello sviluppo commerciale di una compagnia alberghiera ed una DMC, d'inverno gira l'Europa per promettere Sardegna, d'estate gira come una trottola per cercare di mantenere le promesse fatte.



Emiliana Limosani Chief Commercial Officer ITA Airways & CEO Volare

Emiliana Limosani guida le funzioni di Revenue Management, Sales, e-commerce, Distribution e Cargo, responsabile della strategia commerciale globale della compagnia aerea. Da marzo 2022 è anche Chief Executive Officer di Volare Loyalty, azienda che gestisce il programma di fidelizzazione di ITA Airways. È entrata a far parte di ITA Airways nel dicembre 2020 e ha contribuito al lancio della nuova compagnia aerea. Tra settembre 2017 e novembre 2020 Limosani è stata Vice President Business Travel Sales & Commercial Partnership in Alitalia. La carriera di Limosani si estende in ruoli di leadership nel settore dei viaggi e dei trasporti lavorando in realtà come Emirates, H&A, Amadeus e Club Med."



Maddalena Penna Analista di ricerca economia e marketing delle destinazioni www.giaccardiassociati.it

Laureanda in Tourism Management all'Università di Bologna, è confermata analista di ricerca dopo il tirocinio curriculare. Con lo Studio ho collaborato alle ricerche per progetti di destinazione turistica e management in Puglia, nelle Marche e in Sardegna.



Carlo Gallino
Founder e CEO MyComp

Da 20 anni si occupa di innovazione tecnologia e marketing per l'ospitalità in Sardegna e nel resto d'Italia. Mycomp aiuta gli operatori turistici a migliorare la vendite, ottimizzare la redditività e a semplificare la complessità organizzativa. A tal fine, ha sviluppato la tecnologia MyGuestCare, sistema gestionale All-in-One per hotel, campeggi e immobiliari, che permette di gestire tutte le attività di vendita, distribuzione commerciale e di accoglienza in un'unica piattaforma. Sono centinaia i partner Mycomp per MyGuestCare, tra questi Booking.com, Expedia, Google, Trivago, Tripadvisor, Qualitando, Hotelbeds, Airbnb, etc.

4 maggio workshop tematici e di prodotto

Balneare e nautica, offerta e nuovi servizi



Roberto Pirodda
Imprenditore, già top manager in hotel 4S e in porti turistici, formatore in tourism management

Studi in economia del turismo (Bologna e Madrid) e sociologia (Università Bologna), organizzazione imprese (SDA Bocconi), risorse umane (MIP Politecnico Milano), sviluppo locale (Università Cagliari); trentennale esperienza nel turismo in vari ruoli operativi e consulenziali; esperienza nella pubblica amministrazione come funzionario ed amministratore locale; imprenditore.

Identità, cultura ed eventi, offerta e nuovi servizi



Loredana Rosa Brau
Docente di italiano L2, Presidente dell'Associazione Voltalacarta, promotrice della "cultura delle relazioni e connessioni".

Laureata a Pisa in lettere classiche, si specializza in "Linguaggi e comunicazione" all'Università di Firenze e consegue un master in "Comunicazione pubblica e politica" all'Università di Pisa.

Ha lavorato per il Presidente e la Consigliera di parità e nell'Ufficio stampa della Provincia di Lucca, poi all'ufficio cultura dell'Università di Bologna per l'organizzazione di eventi. Trasferitasi in Sardegna nel 2009, ha lavorato per l'Assessorato al Turismo e Cultura della Provincia Ogliastra per fiere e eventi.

Da dieci anni con l'Associazione Voltalacarta organizza eventi culturali e di divulgazione della cultura dei diritti umani. È formatrice in progetti sull'educazione all'inclusione, alle pari opportunità e al contrasto alla stereotipia e violenza di genere in contesti pubblici e nelle scuole.

Gli outdoor, offerta e nuovi servizi



Telemaco Murgia
Guida, founder Mediterranea Adventure Outdoor Sport Center

Pioniere outdoor in Sardegna, atleta di Adventure Race, Guida Trekking, kayak e Maestro di mountainbike AMI ha unito la passione per sport e natura creando un'attività professionale che da oltre 20 anni promuove il turismo attivo in Sardegna. Oltre alla partecipazione diretta rappresentando l'Italia e la Sardegna in gare sportive del circuito mondiale Telemaco, ha organizzato eventi internazionali con enti pubblici e privati.

Opera come professionista con catene alberghiere e società di servizi e insegna nei corsi di formazione per le Guide Escursionistiche della Regione e marketing e in Corsi e Master di specializzazione.

Ha realizzato e lanciato diversi prodotti promozionali ed editoriali e pubblicato tra l'altro diverse guide sul Kayak e Mountainbike in diverse lingue distribuite da Feltrinelli e Mondadori e da Lonely Planet come guida ufficiale per la Regione Sardegna.

Cibo e produzioni tipiche, offerta e nuovi servizi



Susana Alonso

Sommelier, digital strategist, founder di “Sorsi di Web”, membro Associazione Le Donne del Vino, speaker e formatrice.

Nata a Buenos Aires, Argentina, dopo l'università e il lavoro in banca, nel 2001, si trasferisce in Italia per Master in Relazioni Internazionali, Marketing e Comunicazione e Marketing Digitale.

Dopo alcuni anni come export & marketing manager, nel 2015 fonda la web agency Sorsi di Web, strategie di comunicazione digitale e di internazionalizzazione.

Nel 2016 ottiene il Diploma di Maestro Enogastronomo Sommelier presso AIES, e nel 2018 consegue il WSET Level 2 Award in Wines and Spirits in lingua inglese. Nel 2020 lancia Vigne Digitali, un servizio di siti web, ecommerce e wine club per le cantine. Nel 2021 pubblica per Hoepli il suo primo libro, Digital Wine Marketing: Guida alla promozione online del vino e dell'enoturismo.

5

5 maggio workshop conclusivo

Prove di business



Annalisa Toscirci

GAL Ogliastra, responsabile ambito turismo sostenibile

GAL Ogliastra, responsabile ambito turismo sostenibile

Laurea Magistrale in Lettere Moderne con indirizzo socio-antropologico all'Università di Cagliari, Master in “Informatica e Direzione Aziendale”. Da vent'anni si occupa di progettazione e attuazione di piani di sviluppo locale, programmazione, implementazione, valutazione di progetti cofinanziati con i Fondi dell'Unione Europea; esperienza nella organizzazione e gestione di processi partenariali pubblici e privati e nella costruzione di reti tra gli attori del territorio.

Coordina il progetto del Piano di sviluppo strategico della Destinazione Ogliastra.



Giuseppe Giaccardi

Consulente di strategia, founder e CEO www.giaccardiassociati.it

Professionista dal 1985, esperto in progettazione, pianificazione e marketing nel manifatturiero, nella cultura e nei servizi, è consulente di strategia e advisor in ricerca economica e sociale dal 1990.

Si occupa di turismo alberghiero, destinazioni turistiche e business plan dal 1996.

E' cultore di digitale, web economy e benchmarking internazionale dal 2003.

Nel 1999 fonda lo Studio Giaccardi & Associati – Consulenti di Direzione e Data Analyst con il quale in Sardegna ha realizzato il primo business plan dell'Aeroporto di Alghero (Sogeeal, 1998), il sistema di programmazione e controllo del Gruppo Delphina (1999-2001), i progetti di destinazione Arzachena-Costa Smeralda (Comune di Arzachena, 2017-18), Sardinia East Land (Provincia di Nuoro, 2018-19), Forum del Turismo e Gallura Highlands (Comune di Santa Teresa Gallura, 2018-20) e la ricerca Salute & Trigu per la valorizzazione turistica degli eventi di tradizione (Camera di Commercio di Sassari, 2020).

In 24 anni di attività dello Studio Giaccardi & Associati ha diretto oltre 300 piani di ricerca per progetti di sviluppo di imprese e territori in 11 regioni italiane e ha contribuito a formare profilo e percorso professionale di 36 alunni.

Advisor del Comitato Scientifico di BTM Italia dal 2018, ha svolto e svolge seminari e docenze a chiamata presso Università di Bologna, Università di Torino, IULM di Milano e all'Université Paris Nanterre (F).



Loretta Canu

Consulente e Formatore Marketing Turistico e Digital Marketing

Incaricata dal GAL Ogliastra per supportare le attività di marketing e di rete nell'ambito del progetto complesso "Ogliastra, comunità accogliente e sostenibile". Dopo la Laurea magistrale all'Università di Cagliari, si specializza in Economia del Turismo con un Master Internazionale dell'AILUN e approfondisce gli studi di Digital Marketing & Communication. Ha lavorato ad attività di Destination Marketing in Ogliastra con il GAL e a livello regionale con il progetto "Sardegna Turismo" del Foromez e Assessorato turismo R.A.S. Si è occupata di formazione sui temi del marketing digitale per startup nell'ambito dei servizi turistici, in collaborazione con diverse agenzie formative in Sardegna. Svolge la libera professione come consulente di Marketing Turistico e Digital Marketing per enti pubblici e aziende private, supportandoli nell'elaborazione di un'efficace strategia di Marketing.

6

Chi è il GAL Ogliastra

Il GAL Ogliastra è un Consorzio volontario pubblico/privato con attività esterna, altamente rappresentativo dell'area in cui opera; ha una compagine sociale a maggioranza privata di cui fanno parte 106 soci, in rappresentanza di 18 Comuni, 1 Provincia, una Unione dei Comuni, l'Agenzia Forestas e dei vari settori economici e sociali della Provincia dell'Ogliastra. È nato nel 1997 dalla seconda edizione dell'Iniziativa Comunitaria in materia di sviluppo rurale, denominata Leader II e con la terza edizione, quella denominata Leader+, ha consolidato il suo importante ruolo di sostegno, nel territorio ogliastrino, allo sviluppo economico e la lotta allo spopolamento delle aree rurali, attraverso la valorizzazione dei saperi locali nel campo dell'agricoltura e dell'artigianato, la valorizzazione della cultura locale e dell'ambiente.