

TAVOLO 2

BENCHMARKING DESTINATION - CONFRONTARE



**Barbara
Argiolas**

Assessore del
Turismo,
commercio e
artigianato della
Regione Sardegna



**Agostino
Cicalò**

Presidente della
Camera di
Commercio di
Nuoro



**Paolo
Manca**

Presidente
Federalberghi



**Nicola
Pala**

Rete
MICE
Sardegna



**Jean Pierre
Lozato Liotard,**

Università Parigi
III Sorbonne



**Jean Patrick
Thiry**

CorsinGo



**Rita
Cannas**

Università di
Cagliari
e di Malta



**Franco
Atzeri**

FA Travel



**Andrea
Atzeri**

FA Travel e
Portale Sardegna



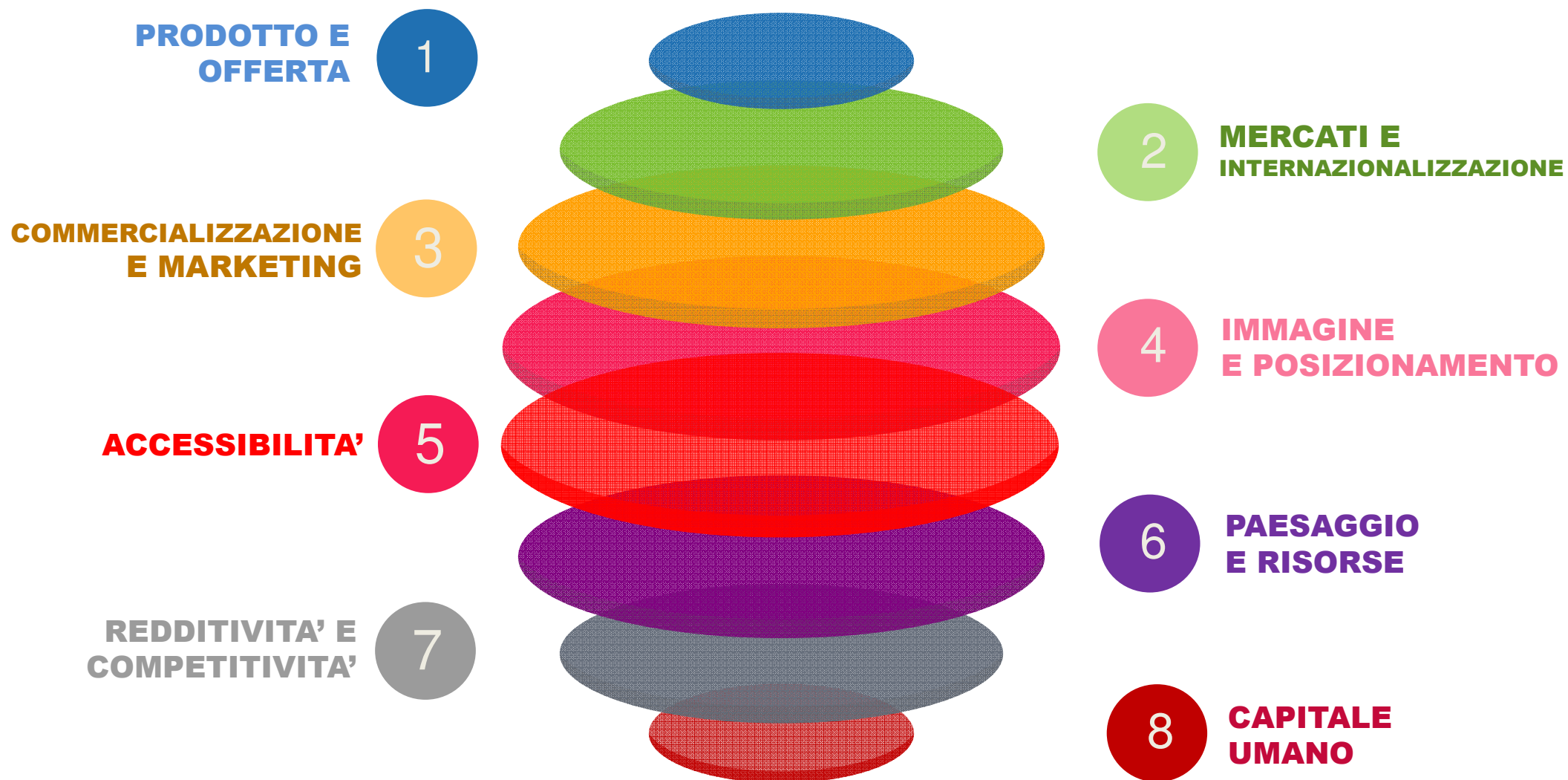
**Lucio
Murru**

Sardegna 2050
Aeroporto di Olbia



ANALISI PRELIMINARE

(basata sulle determinazioni preliminari del Piano Strategico Partecipato Regionale)

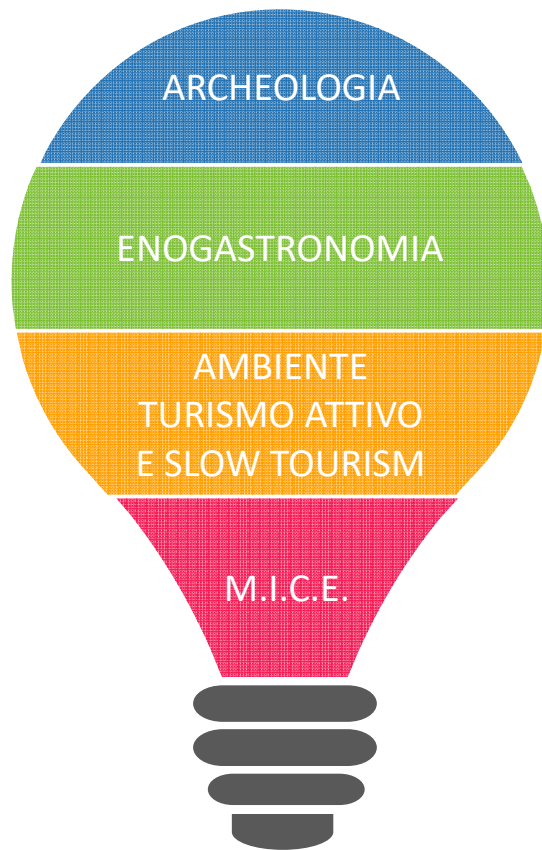


ANALISI PRELIMINARE (segue)



TEMI PRIORITARI

Che possano generare vantaggi competitivi



**TUTTI ELEMENTI CHE FUNZIONANO
MOLTO BENE SE
SVILUPPATI SINERGICAMENTE**

04

ARCHEOLOGIA

Attrattore con elementi di unicità assoluta e con enormi potenzialità **non attivabile nel breve periodo**
Fondamentale da mettere a Piano nel medio periodo

03

ENOGASTRONOMIA

Attrattore importante
in possesso di elementi di attrattività significativa

02

AMBIENTE – TURISMO ATTIVO E SLOW TOURISM

Attrattore con elementi di **unicità assoluta**
Molto valido come elemento guida del
riposizionamento dell'immagine della Sardegna

01

M.I.C.E.

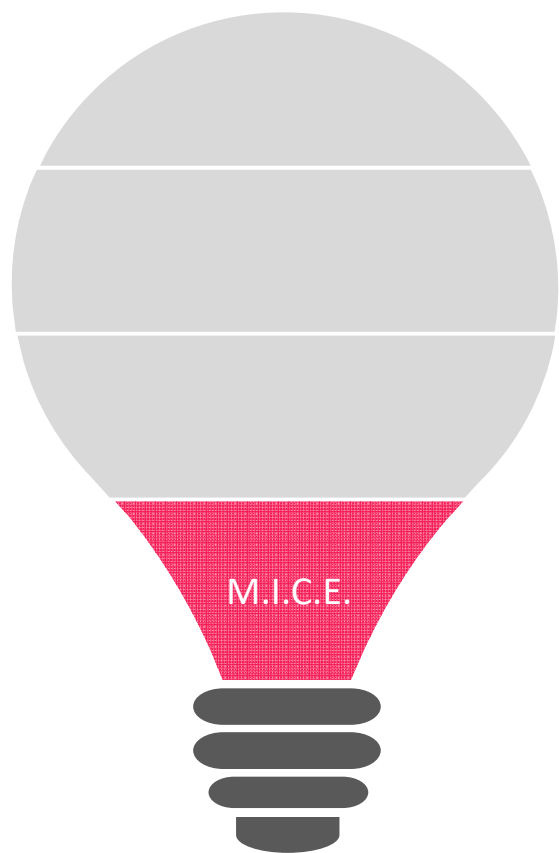
Meeting Incentive Congress Events

Attrattore **trasversale** business oriented
con ottimo potenziale di allungamento della stagione
potenziabile ed efficace nel breve periodo

01

M.I.C.E.

Meeting Incentive Congress Events



- Attrattore **trasversale**;
- Attrattore business oriented ma attivatore di importanti sinergie e di forti interdipendenze;
- Attrattore con ottimo potenziale di allungamento della stagione poichè la domanda evita il picco della stagione estiva;
- **Potenziabile ed efficace nel breve periodo**

NECESSARIO SFRUTTARE
IL BUSINESS CASE DI SUCCESSO
DELLA **RETE MICE SARDEGNA**



02

AMBIENTE – TURISMO ATTIVO E SLOW TOURISM

FORTE
TRASVERSALITA'



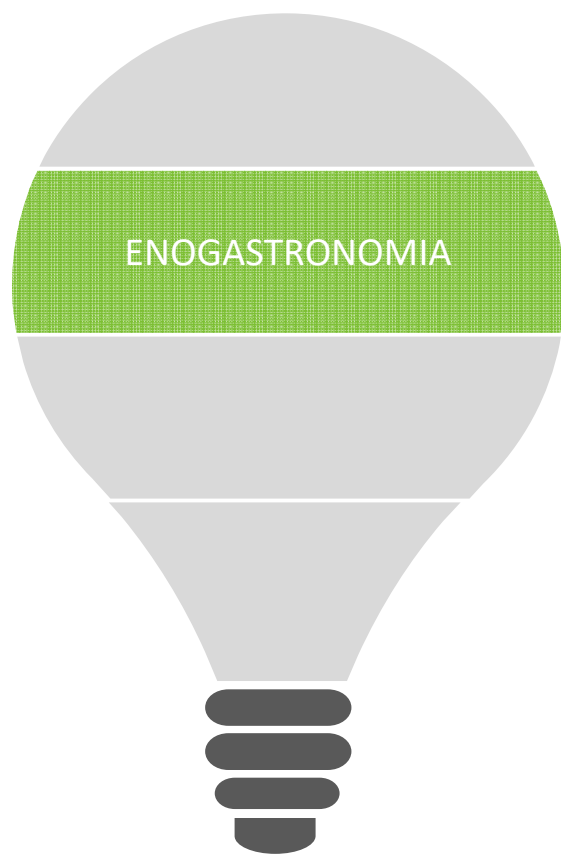
**OPPORTUNITA':
FACILITARE LA CREAZIONE
DI RETI DI IMPRESA (es. MICE)**

- Attrattore con elementi di unicità assoluta
- Sviluppabile capillarmente sul territorio
- Atti **ENOGASTRONOMIA** con micro imprese giovanili;
Attrattore importante in possesso di elementi di attrattività significativa
- Non necessità di grandi capitali di investimento per essere attivato;
- Molto valido come elemento guida del riposizionamento dell'immagine della Sardegna

03

03

ENOGASTRONOMIA



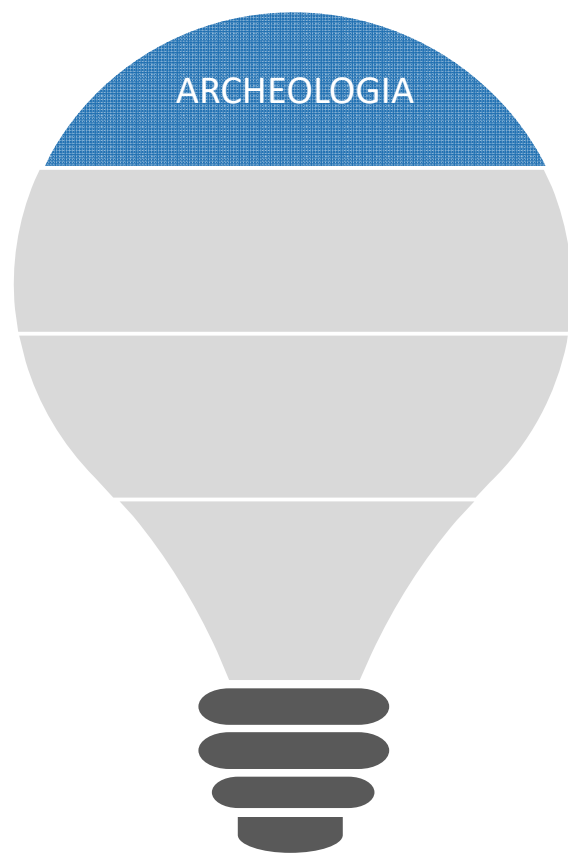
**OPPORTUNITA':
FACILITARE LA CREAZIONE
DI RETI DI IMPRESA (es. MICE)**

**FORTE
TRASVERSALITA'**

- Attrattore importante in possesso di elementi di attrattività significativa
- Svilupparne il pieno potenziale ancora inespresso favorendo le aggregazioni e le interdipendenze;
- Trasformarlo in prodotto fruibile e vendibile attraverso il coinvolgimento delle OTA e T.O..

04

ARCHEOLOGIA



PROPOSTA:
**CREARE UN FESTIVAL MONDIALE
DELL'ARCHEOLOGIA**

FORTE
TRASVERSALITÀ

- Attrattore con elementi di unicità assoluta
- Con enormi potenzialità;
- Necessita di investimenti, adeguamenti normativi, sviluppi organizzativi e di competenze;
- Non attivabile nel breve periodo nella sua piena potenzialità
- Fondamentale da mettere a Piano nel medio periodo e dedicarci risorse adeguate

CROSS MARKETING EXPERIENCE

SULLE PIATTAFORME
CHE SVILUPPANO

ON LINE
(Booking, Vettori aerei, ecc..)



MICE

1

2

AMBIENTE –
TURISMO ATTIVO
SLOW TOURISM

3

ENOGASTRONOMIA

4

ARCHEOLOGIA



BUON LAVORO A TUTTI NOI

