

T 3.1.1 Report Visite Scouting

OGLIASTRA

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

INDICE

INTRODUZIONE	2
1. I TEMI E GLI ASPETTI TURISTICI SU CUI PUNTARE	7
2. I TARGET TURISTICI DI RIFERIMENTO PER IL TERRITORIO	8
3. RISORSE LOCALI DA PROMUOVERE	9
4. SERVIZI INNOVATIVI CHE INTERESSANO I TURISTI E PROPENSIONE A FARE RETE CON ALTRE IMPRESE E/O OPERATORI	10
5. APPENDICE CON I DATI DELLE IMPRESE INTERVISTATE	12

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

INTRODUZIONE

L'attività di scouting del progetto ViviMed è stata sicuramente una delle attività preliminari più importanti in quanto ha avuto come obiettivo quello di identificare il target di aziende potenzialmente interessate a partecipare alle fasi successive del progetto, con particolare riferimento ai percorsi partecipativi Living Lab.

La metodologia seguita è stata quella di acquisizione delle varie banche dati presenti nelle aree "Open data" sia a livello regionale che a livello nazionale. Sono inoltre state esplorate le banche dati relative alle aziende che hanno aderito ad alcuni progetti di valorizzazione, nell'ipotesi che all'interno vi fossero aziende già predisposte alle attività di elaborazione di servizi ecosostenibili e innovativi.

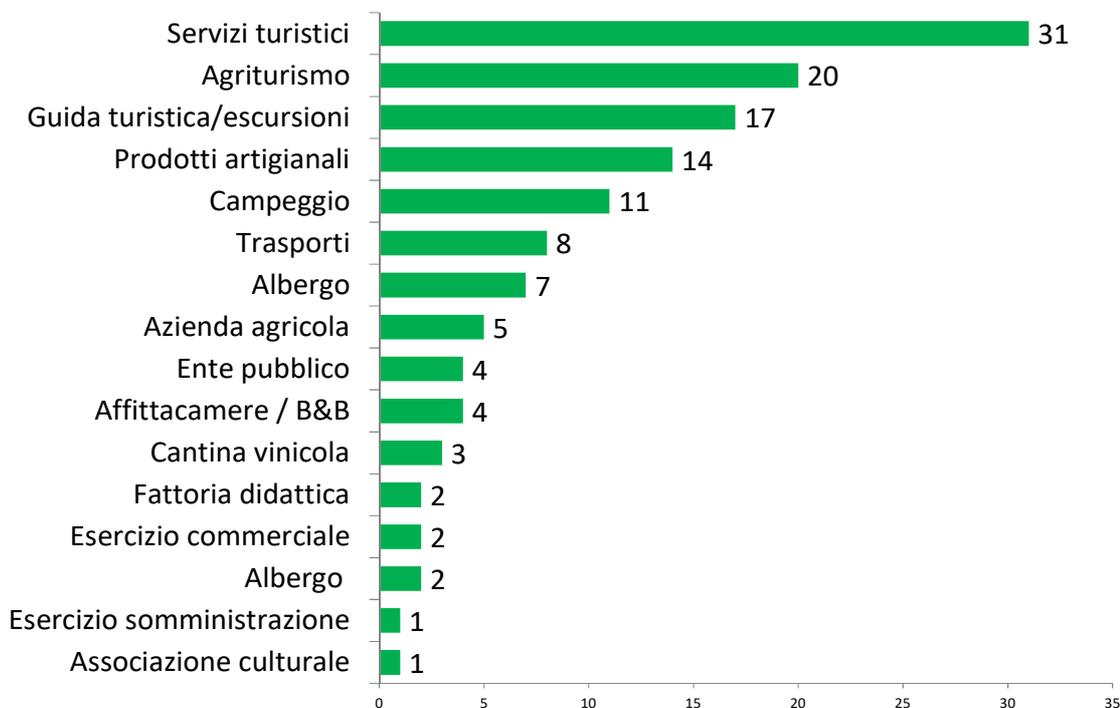
Un altro aiuto alla creazione della banca dati di partenza dell'attività di scouting, è stato dato dall'utilizzo del programma di ricerca e sviluppo TouriNet ¹ che attraverso il " *web semantico*" ha estratto dal web tutta una serie di informazioni relative alle imprese ed attività del turismo, presenti nei territori coinvolti nel progetto ViviMed.

Al termine di questa prima fase **nell'area dell'Ogliastra sono state individuate 194 attività**, non tutte con sede legale nell'area, con una buona componente di aziende che svolgono servizi di supporto alle varie attività turistiche.

Nella Figura 1 è rappresentata la distribuzione, per tipologia, delle attività contattate.

¹ TouriNet - Progetto di ricerca e sviluppo finanziato nel quadro del POR FESR Toscana 2014-2020 – Partner operativo Simurg Ricerche.

Figura 1: Distribuzione per TIPOLOGIA delle attività contattate nel OGLIASTRA



Il nostro lavoro di scouting ha riguardato le imprese che offrono i loro servizi o svolgono le loro attività nel territorio dell'Ogliastra; in alcuni casi queste imprese hanno la loro sede in comuni che non fanno parte di questa area ma che sono lo stesso stati inseriti nelle nostre elaborazioni.

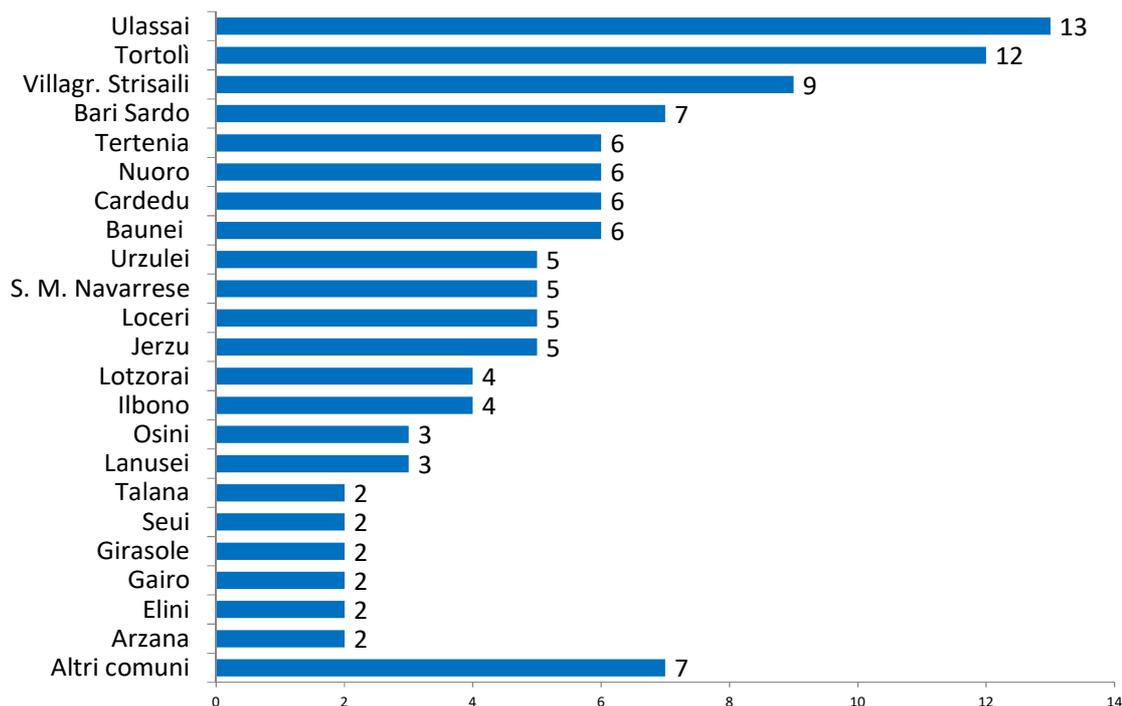
Nell'area dell'Ogliastra si è verificata una notevole distribuzione territoriale delle attività individuate dal nostro scouting; moltissimi sono infatti, i territori comunali rappresentati dalle varie aziende contattate. I comuni più rappresentati sono, comunque, quelli di Ulassai e Tortolì con più di 10 attività.

Questa distribuzione rappresenta sicuramente un punto di forza del progetto in quanto possiamo mettere in evidenza che **l'aspetto più importante che emerge da queste analisi è l'ampio coinvolgimento territoriale che ha attivato il progetto ViviMed.**

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

Nella Figura 2 è rappresentata la distribuzione, per territorio comunale, delle attività presenti nella banca dati dello scouting.

Figura 2: Distribuzione per COMUNE delle attività contattate in OGLIASTRA



Le attività di scouting in seguito sono state orientate verso un contatto con le aziende (via mail per le aziende di cui si aveva indirizzo di posta elettronica e telefonicamente per le altre), al fine di presentare loro il progetto ViviMed e invitarle a condividere obiettivi e finalità attraverso la partecipazione ai Living Lab territoriali; contemporaneamente alla presentazione è stata richiesta la compilazione di una scheda di adesione on line (vedi Figura 3) in cui venivano richieste, agli operatori, opinioni sugli aspetti turistici più importanti e sui target turistici di riferimento del loro territorio.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

Figura 3: Scheda di adesione per operatori e aziende




Scheda di adesione al Progetto VIVIMED

La presente scheda di adesione è realizzata nell'ambito del progetto VIVIMED "SerVizi innovativi per lo sviluppo della filiera del turismo nell'entroterra dell'area MEDiterranea", finanziato dal Programma di cooperazione transnazionale "Italia Francia Marittimo 2014-2020" con la partnership in Sardegna di ASPAL (Agenzia Sarda per le Politiche Attive del Lavoro) e Sardegna Ricerche e delle regioni Toscana, Liguria, Corsica e Provenza-Costa Azzurra.

Il Progetto ViviMed mira a creare e sperimentare modelli innovativi di servizi turistici nei territori dell'entroterra e a vocazione rurale, per promuovere i sistemi locali di qualità e il turismo sostenibile esperienziale e multi-stagionale. In particolare il progetto intende: Valorizzare l'Ecoturismo nell'entroterra mediterraneo; Migliorare e rendere più competitivo il turismo attraverso l'innovazione di servizi e prodotti turistici sostenibili; Accrescere le competenze professionali e la competitività delle imprese del settore turistico avviando un processo di accompagnamento alle PMI; Creare e rafforzare reti di imprese, anche informali, multisettoriali e definire ipotesi di sviluppo di filiera con individuazione di possibili canali di finanziamento.

Per la Sardegna sono stati individuati i territori della Barbagia, Ogliastra e Montiferru.

Assistenza tecnica:   

DATI AZIENDA

In quale area è operativa la tua azienda/attività?
 Scegliere una o più delle seguenti opzioni

Barbagia
 Montiferru
 Ogliastra

Nome azienda: _____

Indirizzo sede operativa: _____

Mail: _____

Sito web: _____

Contatto Facebook: _____

Tipologia di attività
 Scegliere una o più delle seguenti opzioni

Struttura ricettiva
 Azienda Agrituristiche
 Esercizio di somministrazione (Ristorante, Bar, ecc.)
 Azienda Agricola
 Esercizio commerciale
 Guida turistica/ambientale
 Associazione culturale, sportiva, ricreativa
 Altro: _____

Tipologia esercizio commerciale
 In caso di Esercizio commerciale, scegliere tra una o più delle seguenti opzioni:

Esercizio commerciale alimentare
 Esercizio commerciale NON alimentare
 Esercizio con vendita prodotti tipici e locali
 Esercizio produzione e/o vendita prodotti artigianali
 Altro: _____

Tipologia esercizio somministrazione In caso di somministr.

Ristorante, trattoria, pizzeria, tavola calde ecc.
 Bar, pub, caffè ed esercizi similari
 Altro: _____

Tipologia struttura ricettiva In caso di Struttura Ricettiva

Albergo
 Albergo residenziale
 Villaggio albergo
 Albergo diffuso
 Albergo rurale
 Campeggio
 Villaggio turistico
 Bed&breakfast
 Residence
 Case per ferie e appartamenti vacanza
 Ostello per la gioventù
 Marina resort
 Doms
 Boat&breakfast
 Altro: _____



La cooperazione al cuore del Mediterraneo
 La coopération au cœur de la Méditerranée









La cooperazione al cuore del Mediterraneo
 La coopération au cœur de la Méditerranée



La tua è una azienda agricola multifunzionale? Quale attività multifunzionale svolge?
In caso di azienda agricola
 Sì _____
 No _____

Con la tua azienda/attività, fai parte di: (Se sì quali?)
Scegliere una o più delle seguenti opzioni.

 Reti di imprese formali: _____
 Reti di imprese informali: _____
 Consorzi per la valorizzazione di prodotti: _____
 Strade del vino: _____
 Associazioni del territorio: _____
 Altro: _____

Partecipi all'organizzazione/offerta di eventi specifici del territorio? (Se sì quali?)

La tua azienda/attività propone servizi/esperienze di ecoturismo ai turisti che visitano il tuo territorio?
 Sì
 No (vai alla domanda successiva)

Sei interessata/o a sviluppare, in rete con altre imprese, itinerari per l'ecoturismo che possono interessare i turisti che visitano il tuo territorio?
 Sì
 No

IL TUO TERRITORIO *(indica un giudizio da 1 a 5 con valore 5 per massima importanza)*

Se tu dovessi fare una campagna promozionale per sviluppare il turismo sul tuo territorio, su quale ASPETTO punteresti?

	1	2	3	4	5
Benessere Relax _____	<input type="checkbox"/>				
Arte e cultura _____	<input type="checkbox"/>				
Bellezze naturali, paesaggio _____	<input type="checkbox"/>				
Enogastronomia _____	<input type="checkbox"/>				
Spiritualità, chiese, conventi _____	<input type="checkbox"/>				
Divertimento _____	<input type="checkbox"/>				
Borghi e centri storici _____	<input type="checkbox"/>				
Sport _____	<input type="checkbox"/>				
Convegni e meeting _____	<input type="checkbox"/>				
Altro (specificare): _____	<input type="checkbox"/>				

Specificare: _____

Se tu dovessi fare una campagna promozionale per sviluppare il turismo sul tuo territorio, su quale TARGET punteresti?

	1	2	3	4	5
Sportivi _____	<input type="checkbox"/>				
Studenti, gite scuola _____	<input type="checkbox"/>				
Terza età _____	<input type="checkbox"/>				
Famiglie con bambini _____	<input type="checkbox"/>				
Giovani _____	<input type="checkbox"/>				
Coppie _____	<input type="checkbox"/>				
Single _____	<input type="checkbox"/>				
Affari _____	<input type="checkbox"/>				
Religioso _____	<input type="checkbox"/>				
Disabili e turismo sociale _____	<input type="checkbox"/>				
Stranieri _____	<input type="checkbox"/>				
Italiani _____	<input type="checkbox"/>				
Altro (specificare): _____	<input type="checkbox"/>				

Specificare: _____

DATI OPERATORE

Nome e Cognome: _____

Email: _____

Telefono/Cellulare: _____

Consenso al trattamento dati personali

 Sì
 No

Informativa ai sensi del D.lgs. 196/03 e dell'art. 12 e ss.; Regolamento europeo GDPR; Regolamento europeo 679/2016.
 I dati personali, raccolti nel presente modulo, sono trattati in modo lecito, corretto e trasparente per finalità istituzionali e/o per obblighi di legge e/o precontrattuali o contrattuali. Il trattamento degli stessi avviene ad opera di soggetti impegnati alla riservatezza, con logiche correlate alle finalità e, comunque, in modo da garantire la sicurezza e la protezione dei dati. Titolare del trattamento è ASPAL, l'Agenzia sarda per le politiche attive del lavoro della Regione Sardegna.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
 La coopération au cœur de la Méditerranée



La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

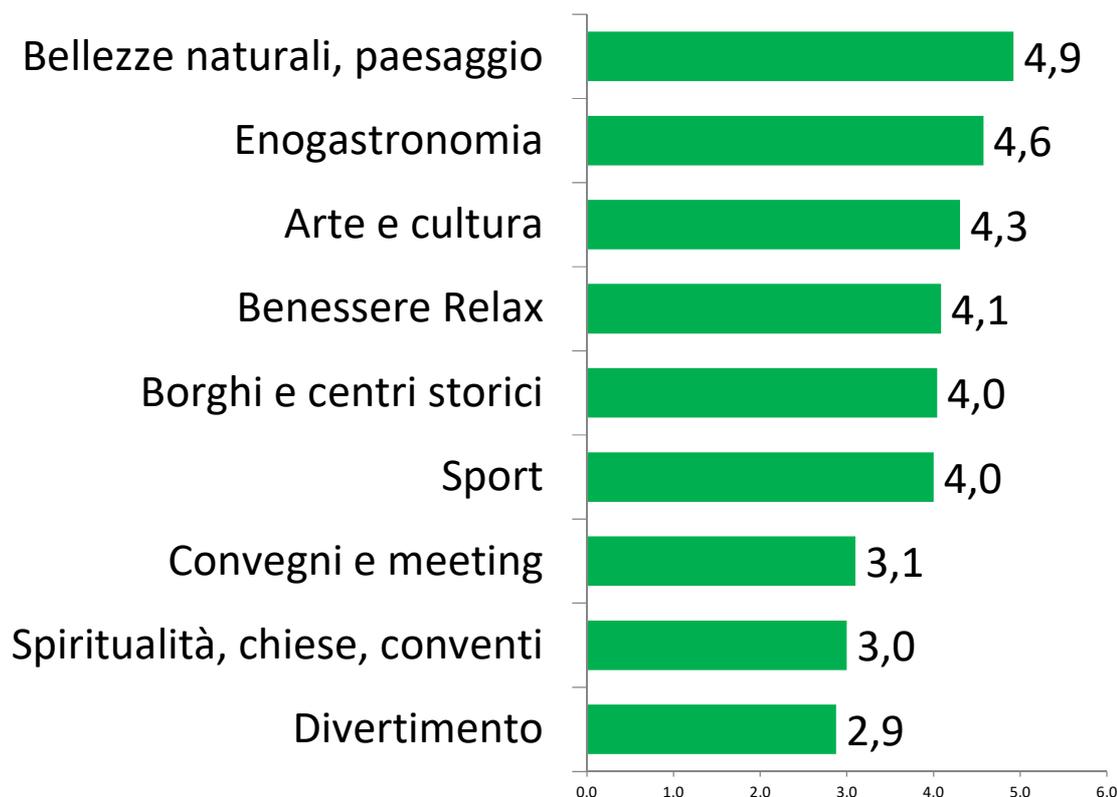
1. I temi e gli aspetti turistici su cui puntare

In Ogliastra 32 operatori hanno risposto alla nostra scheda di adesione, dando il loro giudizio (rappresentato in una scala da 1 a 5) riguardo i temi su cui il turismo locale dovrebbe puntare, al fine di proporre servizi innovativi, ecosostenibili ed esperienziali.

Il tema che ha ottenuto il punteggio più alto è stato quello legato alla bellezza del **paesaggio naturale** seguito dai **prodotti enogastronomici** che, per gli operatori locali, rappresentano i punti di partenza su cui impostare le iniziative di promozione turistica dell'Ogliastra (vedi Figura 4) .

Altro aspetto turistico ritenuto importante è quello relativo alla presenza di luoghi ricchi di **arte e cultura** che sono visti dagli operatori come possibili attrattori turistici dell'area.

Figura 4: I temi su cui puntare per attrarre turisti in OGLIASTRA (giudizio da 1 a 5)



La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

2. I target turistici di riferimento per il territorio

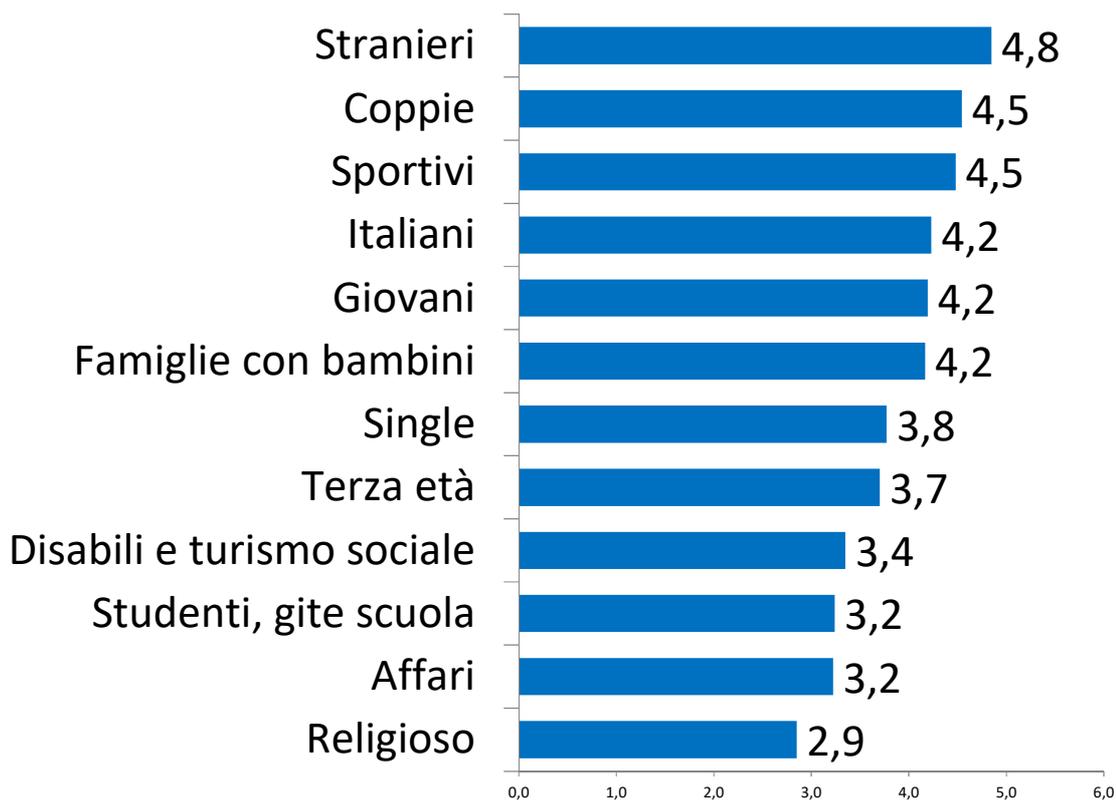
Una parte della nostra analisi di scouting era legata alla verifica delle tipologie di turisti che frequentano l'area e a valutare i target su cui gli operatori punterebbero per la promozione di eventuali nuovi servizi ecosostenibili. I risultati delle risposte che abbiamo ottenuto sono rappresentati graficamente nella Figura 5)

Interessante notare che gli operatori dell'Ogliastra che hanno risposto alle nostre interviste, dichiarano che il target turistico su cui converrebbe puntare è quello degli **stranieri** che raggiunge un punteggio quasi massimo.

Seguono altre due tipologie di clienti potenziali che bene si addicono all'offerta turistica dell'area intesa sia come strutture che come attività e servizi da proporre: si tratta del turismo legato alle **coppie senza figli** e agli **sportivi**, possiamo quindi parlare di target legati al **TURISMO SPORTIVO**.

Poco considerato in prospettiva futura è, invece, il target di coloro che si muovono per affari e il turismo religioso che occupa l'ultimo posto in questa classifica fatta dagli operatori.

Figura 5: Target turistico su cui puntare in OGLIASTRA (giudizio da 1 a 5)



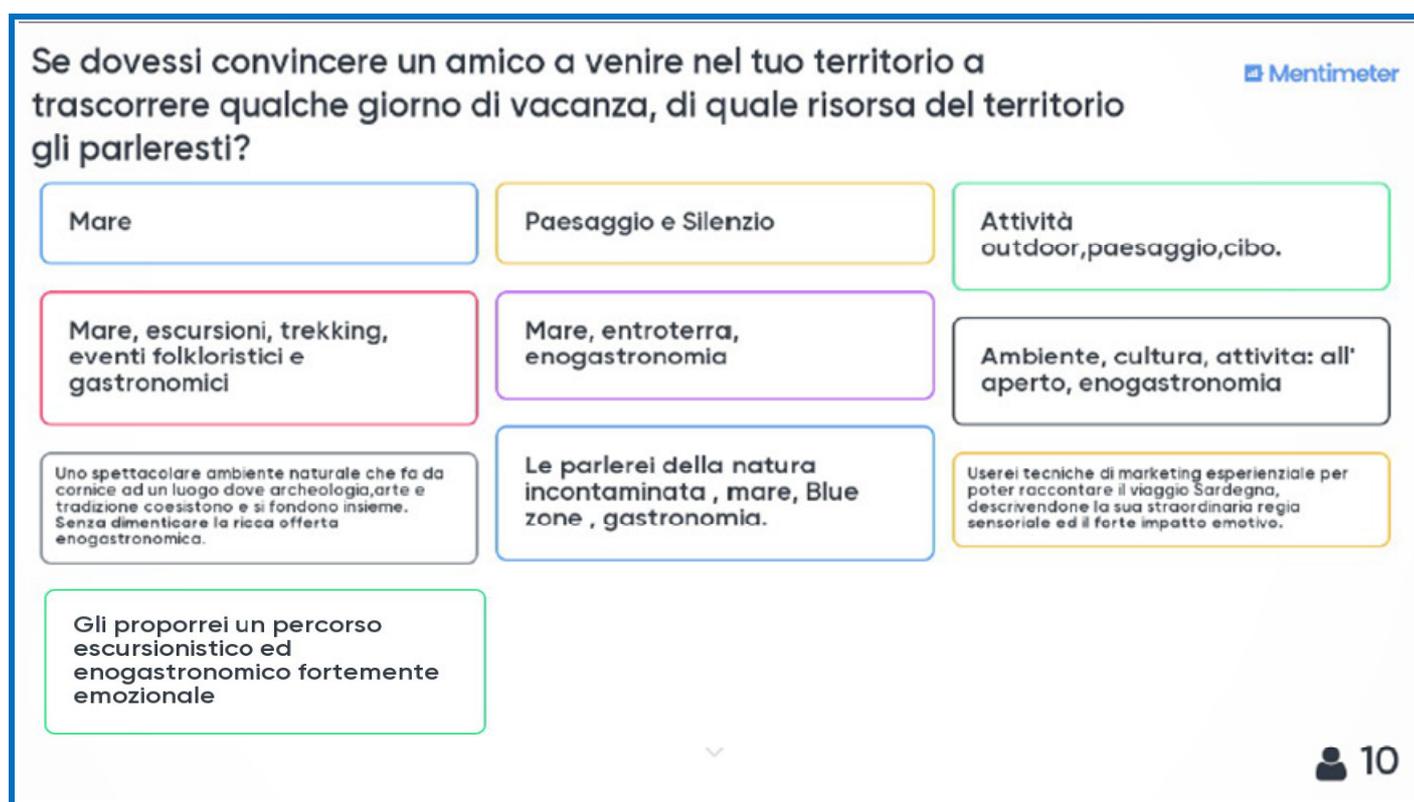
La cooperazione al cuore del Mediterraneo
 La coopération au cœur de la Méditerranée

3. Risorse locali da promuovere

Altro aspetto di indagine importante è stato quello relativo alle risorse locali su cui gli operatori dell'Ogliastra punterebbero per le loro proposte turistiche. In particolare la domanda che è stata posta era la seguente: *"Se tu dovessi convincere un amico a venire nel tuo territorio a trascorrere qualche giorno di vacanza, di quale risorsa del territorio gli parleresti?"*

Nella Figura 6 è stata riportata una scheda sinottica delle varie risposte. Le risposte, di seguito presentate, hanno messo in evidenza alcune parole chiave ricorrenti: mare, ambiente, paesaggio, natura, enogastronomia ma anche cultura, archeologia e attività outdoor. Alcuni contributi hanno posto l'accento sull'impatto emotivo di tali esperienze.

Figura 6: Risorse turistiche su cui puntare in Ogliastra



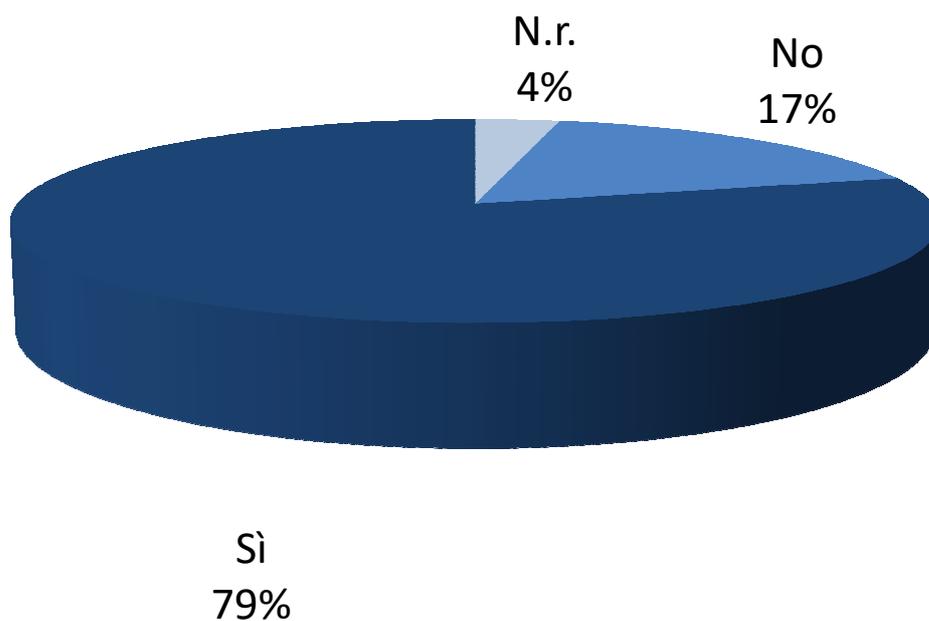
La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

4. Servizi innovativi che interessano i turisti e propensione a fare rete con altre imprese e/o operatori

Secondo il campione di imprese da noi contattate nell'attività di scouting, risulta fondamentale nello sviluppo del settore turistico, puntare sulla proposta di servizi esperienziali e legati all'ecoturismo.

A questo proposito quasi l'80% di coloro che hanno risposto alla scheda di adesione, hanno dichiarato di avere già a disposizione dei servizi o esperienze di tipo ecoturistico da proporre ai turisti che visitano il territorio (vedi Figura 7)

Figura 7: La tua azienda/attività propone servizi/esperienze di ecoturismo ai turisti che visitano il tuo territorio?



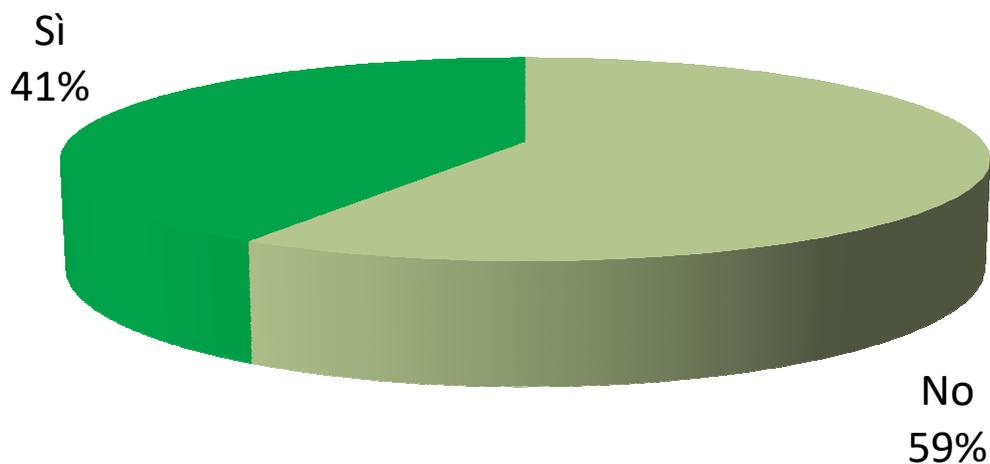
La cooperazione al cuore del Mediterraneo
 La coopération au cœur de la Méditerranée

Nell'area dell'Ogliastra sono presenti aggregazioni formali di operatori come ad esempio MID-SARDINIA, raggruppamento degli agriturismo e delle fattorie didattiche della Sardegna centrale, e l'Associazione Strada del Vino Cannonau.

Queste aggregazioni tuttavia uniscono evidentemente solo una piccola parte delle numerose attività presenti nel territorio visto che il 59% dei rispondenti ha dichiarato di non fare parte di reti anche se informali (vedi Figura 8)

Dalle risposte degli operatori locali, fornite in fase di scouting, si assiste quindi ad una scarsa propensione alla creazione di reti formali. Più frequente è, invece, la presenza di collaborazioni informali, che ha portato alcuni operatori ad invitare altri colleghi ad iscriversi ai laboratori Living Lab e a condividerne obiettivi e finalità.

Figura 8: La tua azienda/attività, fa parte di reti di impresa anche informali?

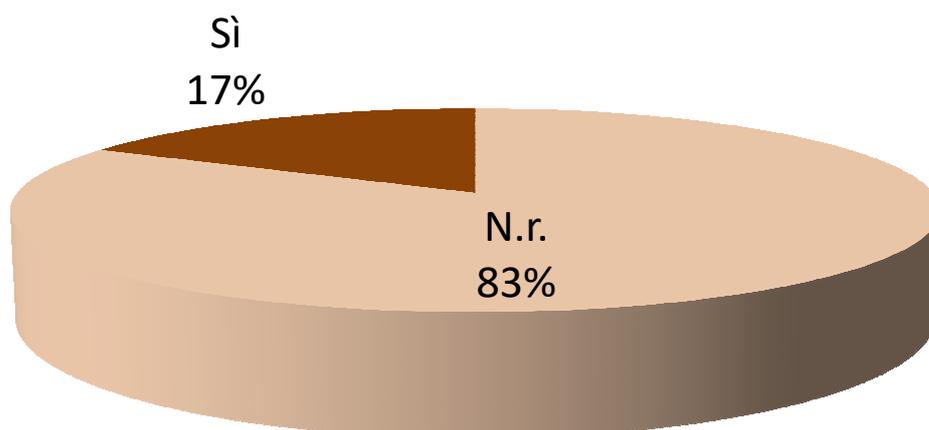


La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

Come possiamo vedere dalla Figura 9, esiste ancora, tra le imprese contattate in fase di scouting, una notevole resistenza a collaborare insieme ad altre imprese complementari per sviluppare e offrire un'offerta turistica integrata; infatti in Ogliastra l'83% dei rispondenti hanno preferito non esprimersi su questa possibilità, lasciando probabilmente aperto l'interesse solo in fase di partecipazione ai prossimi living lab.

Tuttavia esistono nel territorio eventi e iniziative turistiche a cui in molti dichiarano di partecipare anche in fase di organizzazione, insieme ad altre imprese. Parliamo ad esempio Jerzu Wine&Music fest, il festival Rocce Rosse Blues, **Artes e Tastus** Cortes Apertas Baunei .

Figura 9: Sei interessato a sviluppare, in rete con altre imprese, itinerari per l'ecoturismo che possono interessare i turisti che visitano il tuo territorio?



5. APPENDICE con i dati delle imprese intervistate

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
 La coopération au cœur de la Méditerranée