

# S<sup>3</sup> SARDEGNA

La scoperta  
della nostra specialità



## Workshop

multi-stakeholder

19 ottobre 2015

Liceo Siotto, Cagliari, 14.30-18.30

**Turismo e Cultura**

Andrea Zara

**3** SMART  
SPECIALISATION  
STRATEGY  
REGIONE SARDEGNA



# Perché Turismo e Cultura nella S3

## Benefici diretti

Es. Derivanti dall'iniezione di spesa nell'economia dell'Isola;

## Benefici indiretti

Su altri settori (agroalimentare, enogastronomia, artigianato...) per il suo carattere di trasversalità.

## Potenzialità inespresse

Risorse culturali  
Risorse ambientali (anche oltre il mare)  
Zone interne

**Il Turismo, basato sulla preservazione e valorizzazione dei Beni Ambientali e Culturali, è al centro delle scelte strategiche della Regione**

# Obiettivi del Tavolo tematico

**Approfondire l'analisi delle criticità**  
relative al sistema del turismo

**Raccogliere proposte** per rispondere  
ai bisogni individuati nell'analisi

**Definire le competenze necessarie**  
per la progettazione di interventi  
futuri

**Individuare gli stakeholder/attori da**  
coinvolgere

# SWOT Settore Turismo e Beni culturali

## PUNTI DI FORZA

**Forte e riconosciuta valenza culturale** (identità, presenza di attrattori culturali di elevato interesse, (sito Unesco di Barumini) patrimonio immateriale (Sartiglia)

**Connotazione naturalistica e ambientale di pregio** (aree protette, paesaggio)

**Bassa pressione antropica** e presenza di attività economiche sostenibili

**Elevata qualità della vita percepita** (Blue Zone) e genuinità dei prodotti

# SWOT Settore Turismo e Beni culturali

## DEBOLEZZE (1/2)

### Accessibilità e fruibilità

- ” Scarsa accessibilità (fisica e informativa) e fruibilità delle attrattive turistiche;
- ” Insufficiente offerta di servizi in prossimità degli attrattori (in particolare delle aree interne);
- ” Insufficiente sistema di trasporti interni

### Informazione turistica

- ” Insufficiente sistema di informazione turistica

### Conoscenza e gestione della domanda

Scarsa conoscenza delle richieste del mercato e quindi delle esigenze dei diversi segmenti di domanda;

# SWOT Settore Turismo e Beni culturali

## DEBOLEZZE (2/2)

### **Aggregazione e costruzione delle offerte**

Bassa capacità di aggregazione e cooperazione tra gli operatori (frammentazione dell'offerta) e quindi di creazione di offerte commerciali composite e appetibili;

### **Formazione**

Insufficienti conoscenze e competenze (es. marketing e management turistico) e bassa capacità di creazione di prodotti turistici evoluti e innovativi;

### **Comunicazione e promozione**

Scarsa conoscenza da parte del mercato (attuale e potenziale) delle attrattive oltre il mare;

### **Commercializzazione**

Scarsa capacità di commercializzazione diretta delle offerte turistiche.

### **Governance**

basso coinvolgimento degli operatori nelle attività decisionali e governance