

Sardegna da aMare

come cambia il turismo balneare nell'Isola?

12 aprile 2018, ore 16,00

Sede universitaria di Oristano
Aula 1P
Chostro del Carmine, via Carmine

Programma

Presentazione di AperiTurismo 2018

Introduzione, a cura di Giulia Eremita

Panel1: Esperienze e target del balneare in Sardegna

Moderata Francesco Asquer

- Gianluca **Borgna**, marketing manager [Falkensteiner Resort Capo Boi](#) (Villasimius, Sud Sardegna)
- Marco **Bongiovanni**, AD [Baja Hotels](#) (Baja Sardinia, SS)
- Laura **Mor**, Digital Strategist [Gabbiano Azzurro Hotel & Suites](#) (Golfo Aranci, SS)
- Laura **Deiana**, [Tiliquerta Glamping & Camping Village](#) (Muravera, Sud Sardegna)
- Marco **Farci**, General Manager [4 Mori Camping Village](#) (Muravera, Sud Sardegna)
- Giacomo **Del Chiappa**, Professore di Marketing, Università degli studi di Sassari

Focus: Ricerche sul web del prodotto Sardegna

Moderata Giulia Eremita

- Carlo **Gallino**, CEO [MyComp](#)
- Clelia **Mattana**, Founder & Editor [Keepcalmandtravel.com](#)

Panel2: Destinazioni balneari sarde a dialogo con i loro target

Moderano Francesco Asquer e Giulia Eremita

- Luigi **Romano**, Comune di Golfo Aranci
- Paolo **Manca**, Federalberghi Sardegna
- Giovanni **Vardeu**, Assessore al Turismo Comune di Orosei
- Carla **Medau**, Sindaco Comune di Pula
- Martino **Di Martino**, Presidente Consorzio Sardegna Costa Sud
- Alessandro **Murana**, Assessore del Turismo Comune di Cabras
- Giuseppe **Melis**, Professore associato di Marketing, Università degli Studi di Cagliari

Intervista: Sardegna vs Creta: destinazioni a confronto

Moderata Giulia Eremita

- Minas **Liapakis**, Consultant & Marketer Heraklion – Creta

Aperitivo

L'aperitivo sarà offerto dalla **Azienda Agricola Famiglia Orro di Davide Orro**, di Tramatzza (OR)

Il mare resta il primo attrattore turistico dell'isola e genera oltre il 70% degli arrivi complessivi della Regione, incidendo fortemente sull'indotto economico turistico sardo, che da solo rappresenta il 7,4% del PIL dell'Isola, percentuale più alta tra tutte le Regioni del Mezzogiorno*. Si può però definire il balneare in Sardegna un prodotto davvero maturo, capace di soddisfare le esigenze del viaggiatore moderno? Partendo da una analisi delle *customer personas*, delle proprie esigenze e necessità, e del *sentiment* generale cercheremo di capire in cosa i prodotti turistici balneari disponibili soddisfano le esigenze dei viaggiatori, fino ad eccellere, e dove disattendono le aspettative.

L'incontro ha come obiettivo quello di avviare la riflessione sui prodotti e le forme del turismo dell'isola degli "*aperiTurismi in Sardegna*", partendo proprio dal prodotto di punta, il balneare, e spostando la prospettiva dall'offerta esistente e performance della domanda degli ultimi anni, alle necessità del turista e del mercato più inascoltate.

*Dati Istat 2016 Movimento Turistico Italia (Ottobre 2017), SR-MT "Il Turismo in Sardegna, le opportunità di crescita del sistema" (Ottobre 2016).