

**DOWNLOVERS**  
L'ORIGINALE NON HA PREZZO.



**InfoAziende**

clicca e trovi

Area  
ABBONATI

**L'UNIONE SARDA.it**

italianews

giovedì 12 marzo 2009 12.31

PRIMA PAGINA AGENDA RUBRICHE VIDEO METEO FORUM ANNUNCI FOTOGALLERY CONTATTI SHOP

**Aruba PEC Posta Elettronica Certificata €5 +iva annui per casella Attivala ORA!**

L'UNIONE SARDA di

Giovedì 12/03/2009

Prima Pagina  
Primo Piano  
Cronaca Regionale  
Politica Italiana  
Cronaca Italiana  
Esteri  
Economia  
Borsa  
Lettere & Opinioni  
Commenti  
Cultura  
Necrologi  
Cagliari e Provincia  
Cronaca di Cagliari  
Quartu Sant'Elena  
Provincia di Cagliari  
Provincia Sulcis  
Carbonia  
Iglesias  
Provincia Medio Camp  
Oristano e Provincia  
Cronaca di Oristano  
Provincia di Oristano  
Nuoro e Provincia  
Cronaca di Nuoro  
Provincia di Nuoro  
Nuoro e Marghine  
Provincia Ogliastra  
Pag. 23  
Pag. 25  
Provincia di Sassari  
Provincia Gallura  
Sport  
Agenda  
Spettacoli e Società  
Radio e TV  
Cinema e teatri  
Meteo e Svago  
Pubblicità

Torna alla pagina

PROVINCIA OGLIASTRA

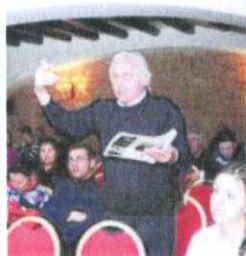
**TURISMO.** La vacanza ideale è di 7 giorni: in cima alle preferenze mare e archeologia

## L'Ogliastra è una splendida sconosciuta

Tre operatori turistici su dieci ignorano la nuova Provincia

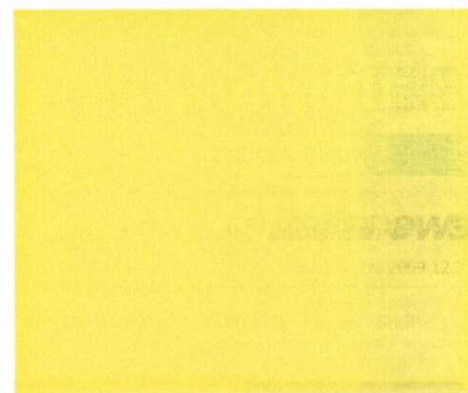
Giovedì 12 marzo 2009

**Dallo studio commissionato dalla Provincia a una società specializzata emergono utili indicazioni per gli operatori del settore.**



**S**olo tre operatori su dieci conoscono il marchio Ogliastra. Una splendida sconosciuta. L'indagine commissionata dalla Provincia, destinata a porre le basi per la costituzione di un club di prodotto da spendere nel mercato delle vacanze, ha fatto emergere una realtà a due facce. Da un lato il territorio ogliastrino è ancora poco conosciuto nei circuiti turistici, dall'altra ha mille potenzialità inespresse.

**IL CAMPIONE** Questo il campione: 25 agenzie di viaggio e 15 organizzazioni no profit in Italia, 19 agenzie e 106 tour operator stranieri ai quali si aggiungono 54 operatori tedeschi e austriaci, a fornire il quadro preciso della situazione. Quadro che è corroborato dalle verifiche effettuate tra giornalisti italiani e della stampa estera specializzata. Le 25 agenzie di viaggio sono dislocate nelle prime cinque regioni di provenienza dei turisti che scelgono il territorio ogliastrino come meta delle loro vacanze: Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Toscana e Lazio. Ed è stata proprio la risposta alla domanda, che puntava a valutare il livello di conoscenza dell'Ogliastra da parte degli "specialisti" italiani, a porre non pochi interrogativi. E' emerso infatti che il "brand" (marchio) territoriale ha, purtroppo, scarsa visibilità. Solo 3 agenti su 10 conoscono la Provincia dell'Ogliastra. «Da questo primo



**InfoAziende**  
Offerta **clicca e trovi** Login

**DALLA FARMACIA, L'ORTOPEDIA A CASA TUA**

**AGENZIA DI VIAGGI I VIAGGI DI LITTA**  
Scopri tutte le nostre offerte!



**Romanticamente** Villa Las Troncas Hotel & Spa Alghero

Dai un nuovo indirizzo alla tua vita.  
PIAZZA SANTA GILLA  
UN'INIZIATIVA DI IMMOBILIAREUROPEA S.P.A.  
PIAZZA SANTA GILLA. UN GRADINO SOPRA.

L'UNIONE SARDA **LETTERE & OPINIONI** **i SARDI NEL MONDO**

INVIA UN ANNUNCIO Call Center

dato risulta quindi necessario operare attivamente su un più forte posizionamento e visibilità del territorio nel suo complesso», spiegano gli esperti della società Jfc impegnata per conto dell'assessorato provinciale al Turismo guidato da Gigi Mereu nel percorso di aggregazione degli operatori ogliastrini, turistici e non. Altre indicazioni, alcune più scontate altre meno, si sono rivelate importanti per la definizione di una proposta in grado di attrarre il maggior numero di turisti.

**IL MARE TRIONFA** Risulta, e non poteva essere altrimenti, che l'immagine primaria e più immediata è quella dell'offerta "balneare". Immagine legata indissolubilmente alla bellezza del mare isolano e ogliastrino in particolare. Nei confronti di proposta di vacanza all'insegna del binomio sole e mare ha manifestato interesse il 41 per cento degli intervistati. A seguire vi è l'offerta "archeologica" (22 per cento) e quella "enogastronomica" (14 per cento). Minore interesse per le offerte "natura" (7 per cento), "vacanza attiva" (9), "tipicità ed identità" (7). Le altre domande sono servite a ricercare indicazioni e suggerimenti su come strutturare le varie offerte tematiche. Tutto ciò con l'obiettivo di renderle il più possibile interessanti.

**LE RICHIESTE** Emerge così che il 60 per cento degli agenti intervistati ritiene che la durata dei vari pacchetti debba essere "settimanale", motivando questa risposta con la distanza della Sardegna ed il conseguente tempo necessario per il viaggio. A seguire, la predisposizione di offerte nei "ponti primaverili, autunnali ed in occasioni di festività" (26 per cento), ed infine la strutturazione di offerte nei "week end" (14). In merito alle tipologie della ricettività, la maggior parte degli operatori ritengono il "villaggio" (40) e l'"hotel" (38) le strutture ricettive di maggior interesse. A seguire la sistemazione in "bed&breakfast" (12) e in "agriturismo" (10). Il 20 per cento degli operatori intervistati suggerisce inoltre l'inserimento, tra le strutture ricettive, anche della tipologia "appartamenti e residence". Accanto a questi dati vi è infine una lunga serie di ulteriori indicazioni che se utilizzate al meglio dagli operatori del territorio serviranno a predisporre le offerte vacanziere in grado di far decollare il turismo.

**GIUSY FERRELI**

**ACOSTO ZERO**  
PICCOLI ANNUNCI REATIVI  
Il tuo annuncio con un clic »

**Call Center**  
dal Lunedì al Venerdì 9-13 e 15-19  
Tel. 070.6013374  
Fax. 070.6013481

**I COMUNI SARDI**  
Scopri il tuo comune informati sugli avvenimenti e i fatti locali.

**La chiesa sarda tra credenze e superstizione**

**PORTALE SARDEGNA**



