

The background of the image shows a stone archway, likely a remnant of an ancient structure, set in a vast, open field. The sky is filled with large, white, fluffy clouds against a pale blue background. The overall scene is bright and airy, suggesting a rural or historical landscape.

IL RECOVERY DELLA  
DESTINAZIONE LOGUDORO  
GOCEANO PER IL 2021

---

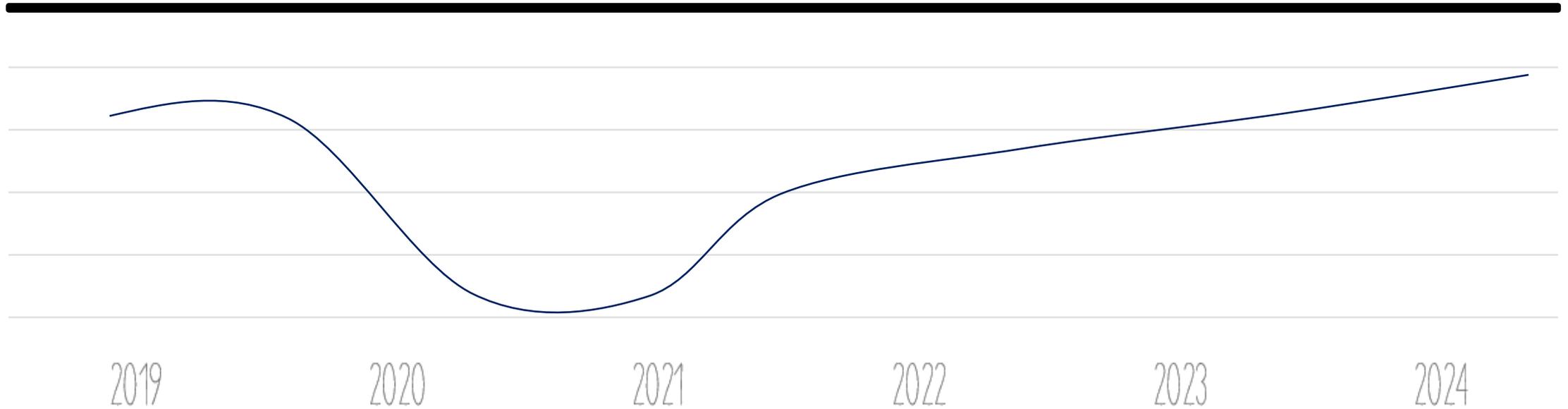
# PERCHÉ SIAMO QUI OGGI?

---



- Riprendere il percorso di costituzione dei Club di Prodotto nel Logudoro Goceano
- Comprendere quali saranno gli scenari di ripresa turistica per il 2021 che gli operatori del Logudoro Goceano dovranno considerare
- Comprendere quali sono i prodotti turistici e le tipologie di destinazione che si cercheranno nel post-Covid
- Evidenziare le opportunità per il Logudoro Goceano

# LA PROSPETTIVA DEL RECUPERO TURISTICO



Se la ripresa inizierà a marzo del 2021, dobbiamo arrivare preparati e con i Club di Prodotto costituiti, per entrare nel mercato turistico a partire dalla prossima stagione!

# IL CONTESTO DI PARTENZA

---

Dove siamo?

# DA DOVE VENIAMO?

- Mesi di incertezza
- Lockdown
- Limitazioni a viaggiare
- Stagione estiva debole
- Ingenti perdite



Conseguenze

- Turismo domestico
- Prenotazioni last minute
- Turismo su gomma
- Connettività aerea ridotta
- Turismo internazionale ridotto all'osso



Lockdown



Stagione 2020

# DA DOVE VENIAMO?

## CAMBIAMENTO RADICALE

- Modo di fare turismo
- Modo di gestire i turisti
- Comportamento della domanda
- Comportamento dei turisti in destinazione

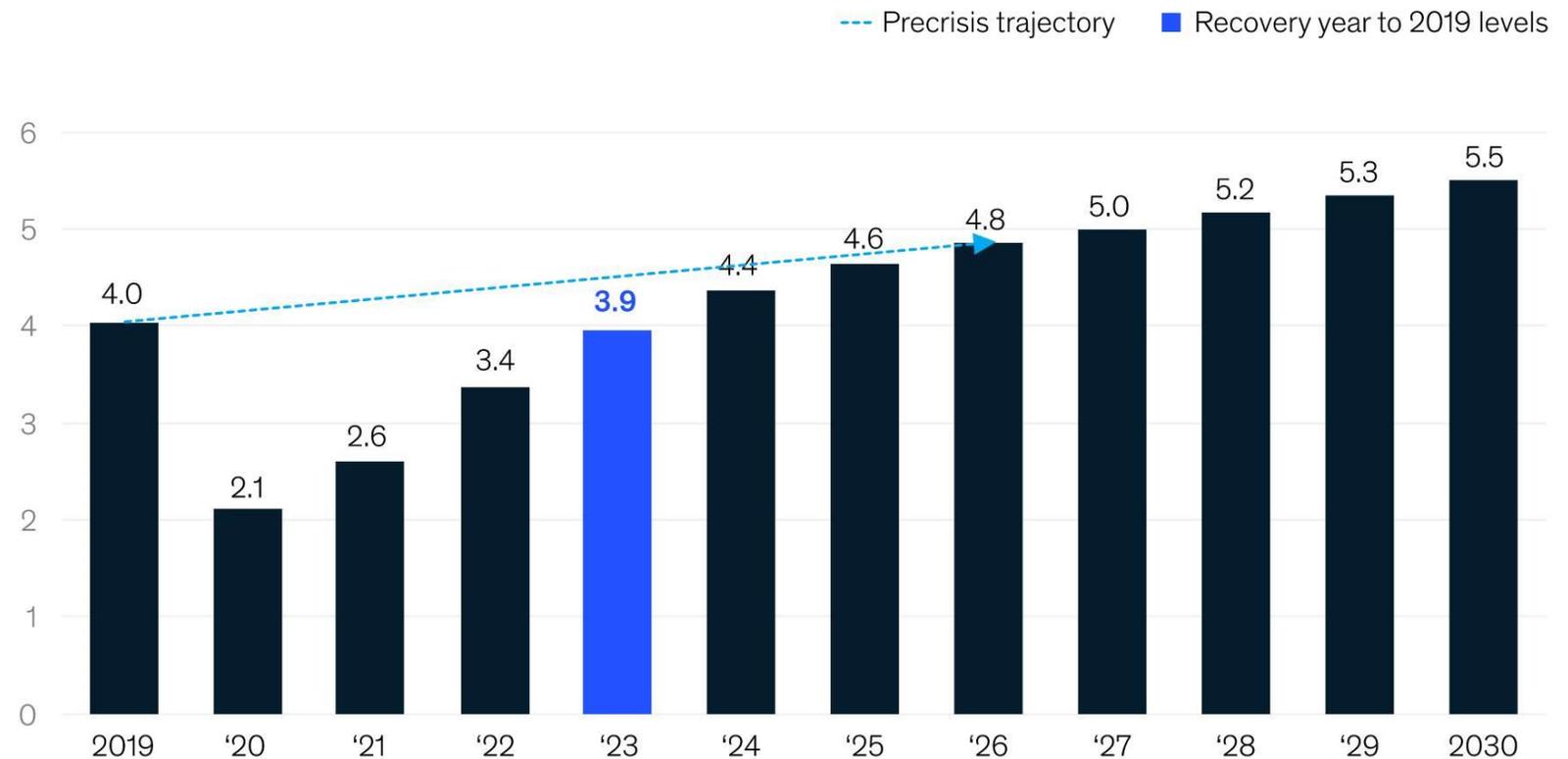


Cambiamento dei paradigmi!

# COSA ABBIAMO DAVANTI?

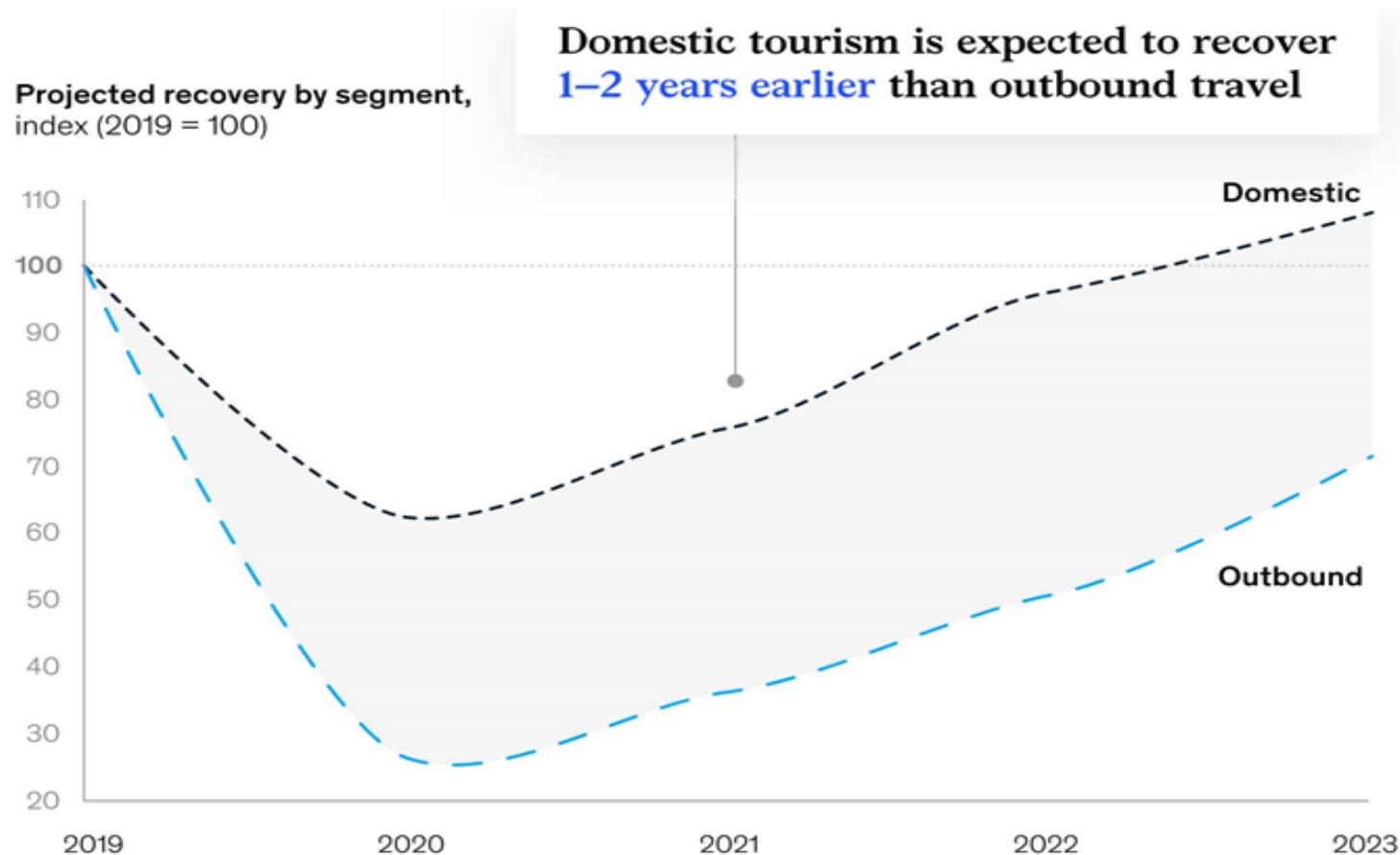
## Tourism revenue may not fully recover until 2023.

Annual domestic and outbound tourism revenue, \$ trillion (top 10 countries)



Una ripresa lenta...

# COSA ABBIAMO DAVANTI?



Una ripresa con protagonista il turismo domestico

# E OGGI? LA NOSTRA PROSPETTIVA



- Incertezza
- Coprifuoco, misure restrittive ecc.
- Limitazioni a viaggiare
- Chiusure anticipate
- Scarsa fiducia nel mercato

# GLI SCENARI ATTUALI E FUTURI

---

Dove sta andando il mercato?

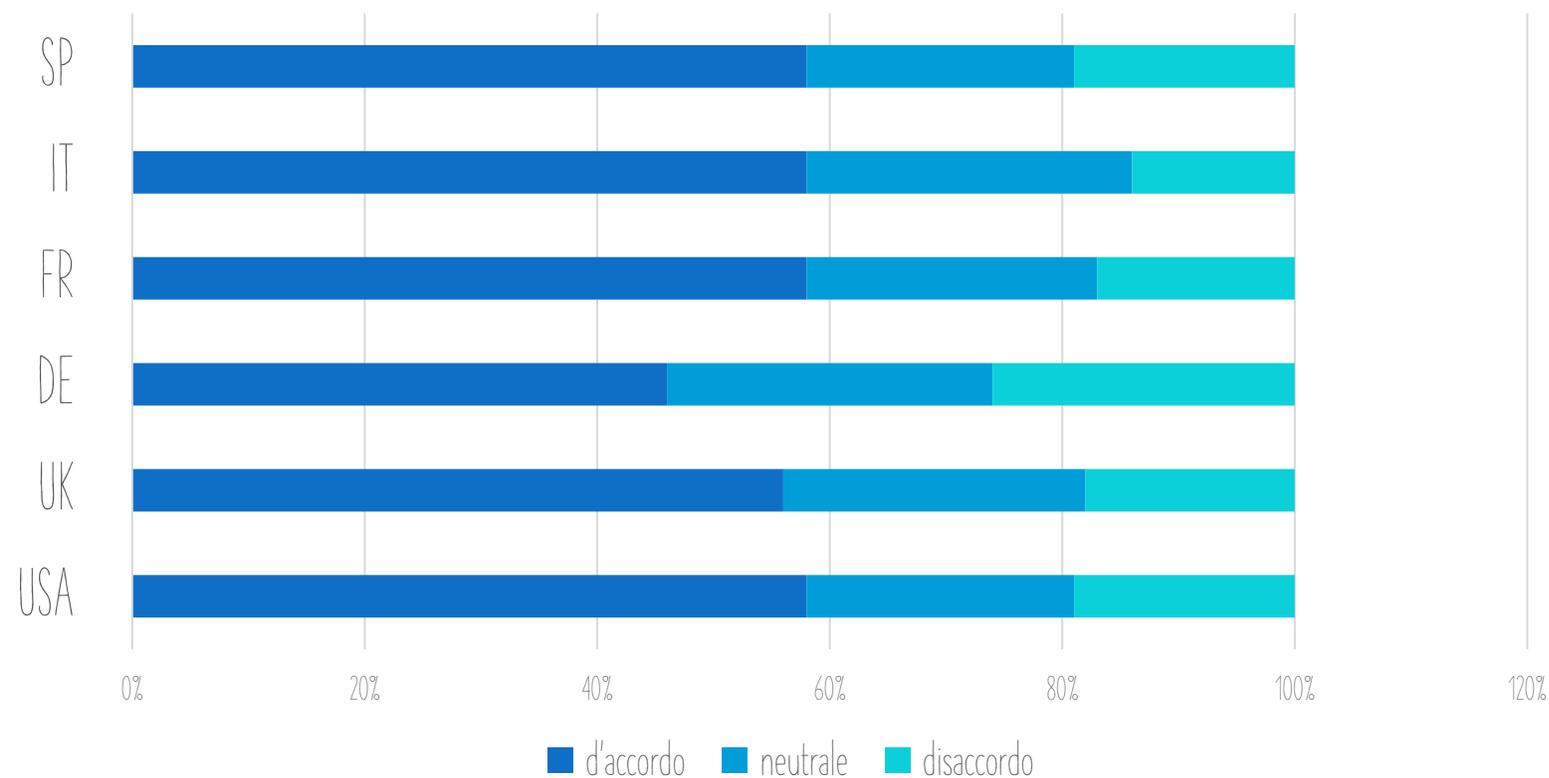


# C'È VOGLIA DI VACANZA



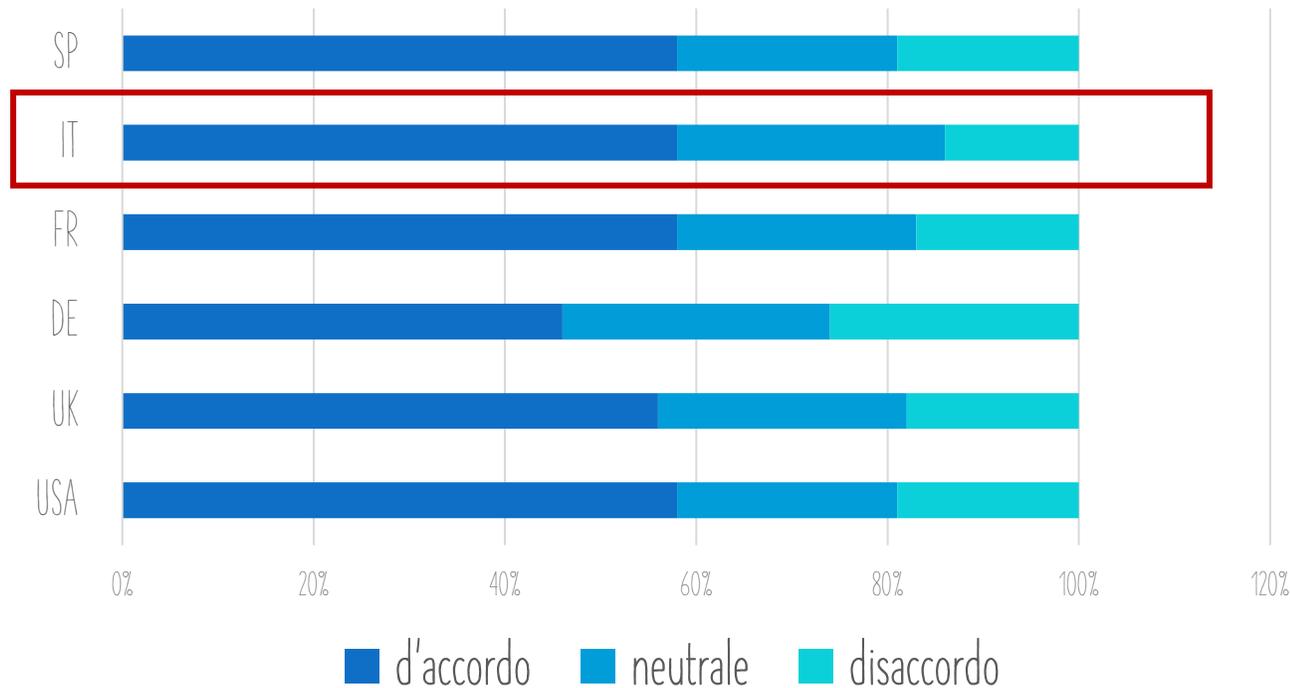
## VOGLIA DI VIAGGIARE

«considero viaggiare un importante aspetto del mio stile di vita

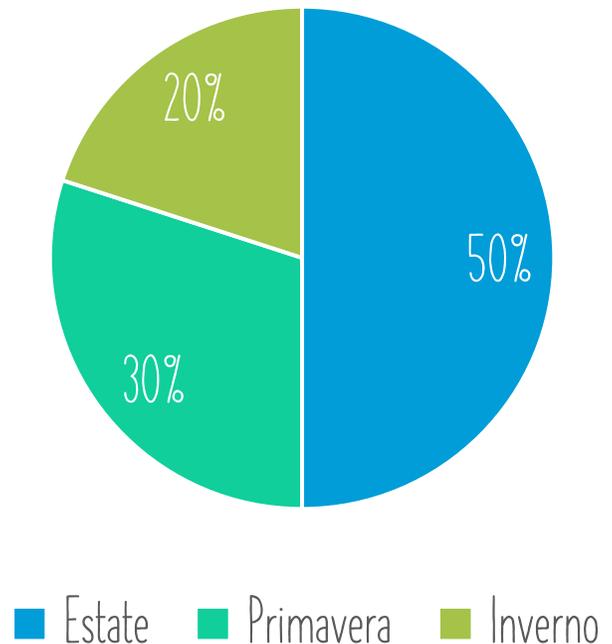


# C'È VOGLIA DI VACANZA

Gli italiani hanno bisogno e voglia di fare vacanza

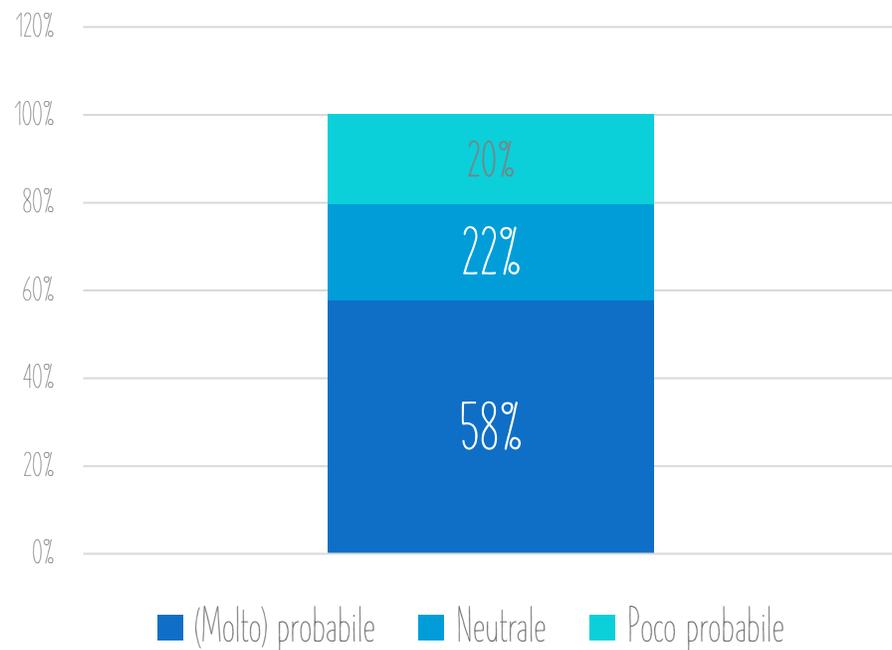


Quando vorranno fare vacanza?

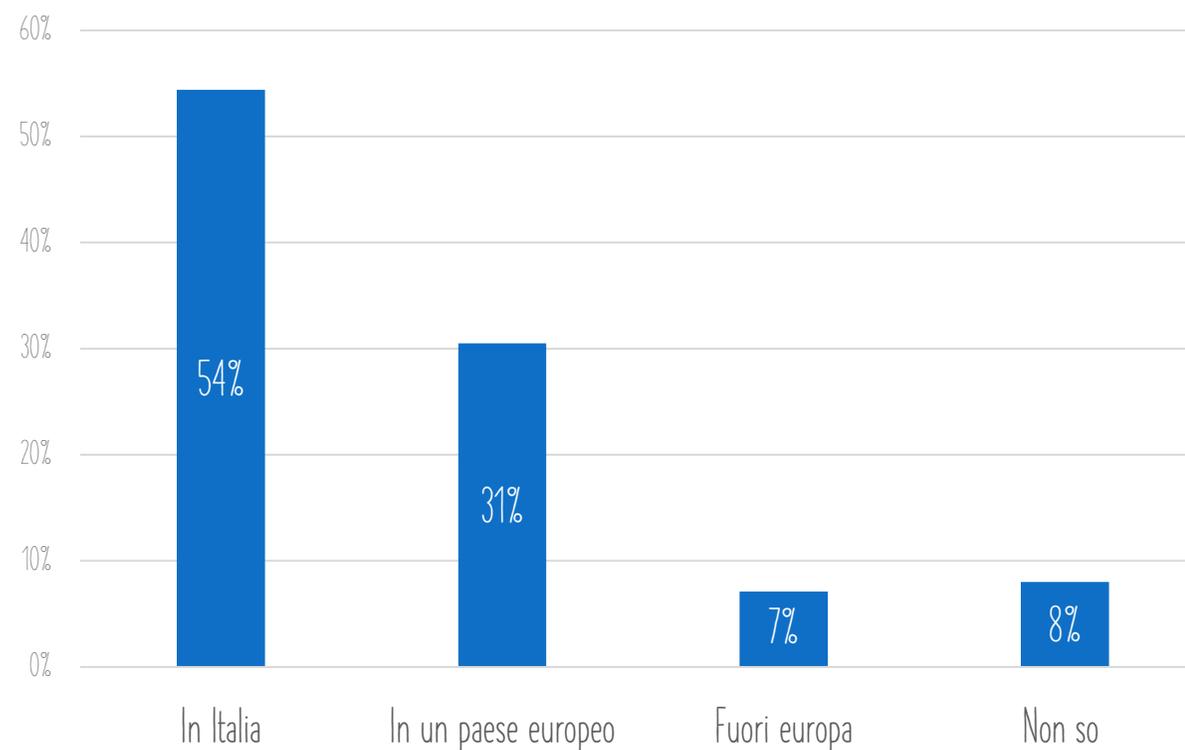


# C'È VOGLIA DI VACANZA

Probabilità di effettuare un viaggio di almeno 2 notti nei prossimi 6 mesi

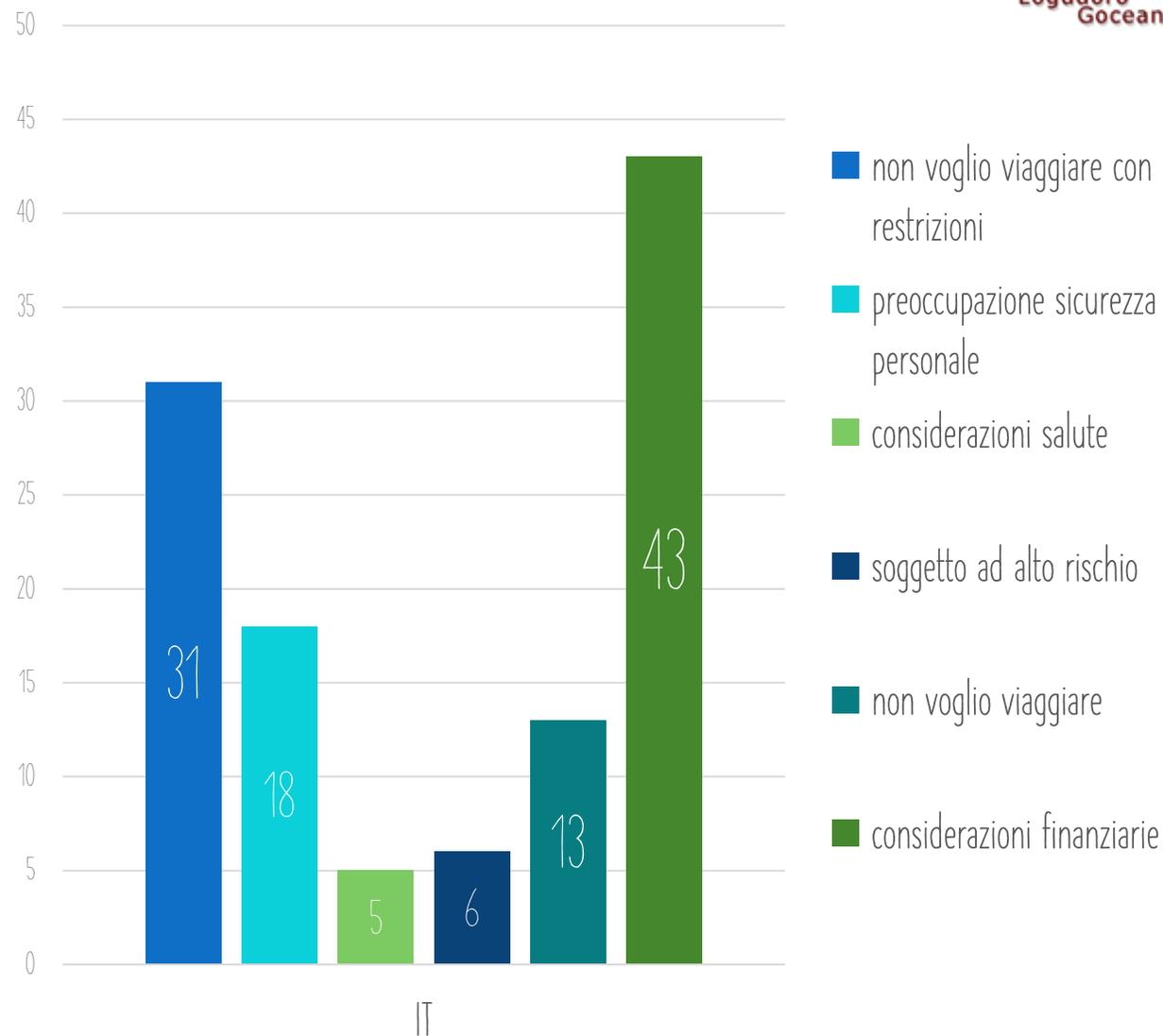


Dove viaggerai nei prossimi 6 mesi?



# I CONDIZIONANTI

I FATTORI CHE INCIDERANNO SUL NON VIAGGIARE



# I CONDIZIONANTI

INCIDENZA FATTORE ECONOMICO:  
INCERTEZZE

- Bonus vacanza?
- Bonus regionali?
- Durata CIG
- Disponibilità economica famiglie
- Ecc.



# I CONDIZIONANTI

- Incremento attenzione per la sicurezza nella destinazione/località
- Maggiore attenzione al comportamento preventivo personale
- Attenzione al comportamento preventivo della destinazione e dei singoli operatori
- Attenzione al comportamento preventivo degli altri turisti

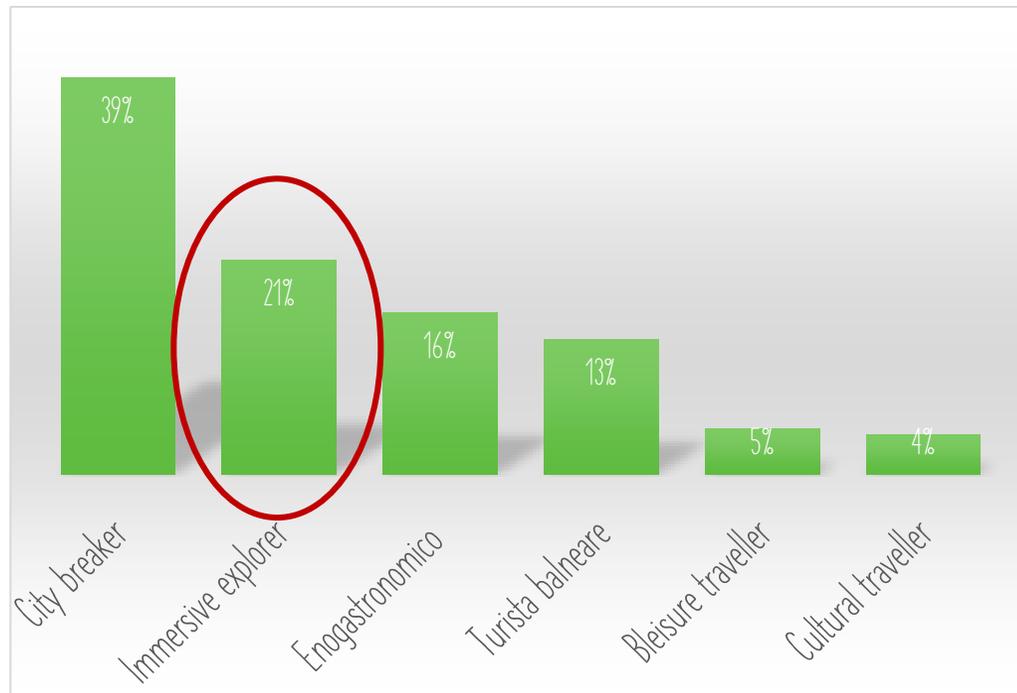
# I CONDIZIONANTI

## Consolidamento del nuovo customer journey

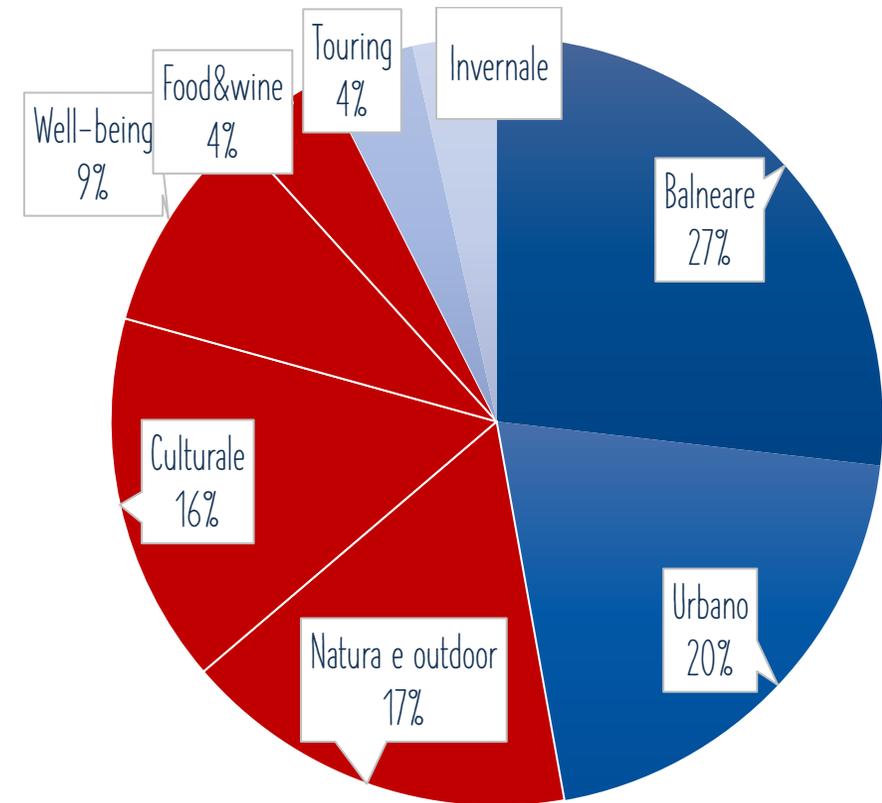


# QUALI VIAGGIATORI E QUALI PRODOTTI ?

## I SEGMENTI CHE RIPRENDERANNO PRIMA A VIAGGIARE



## TIPOLOGIE DI PRODOTTI PREFERITE NEI PROSSIMI 6 MESI



# COSA CERCANO I VIAGGIATORI?

1. Sicurezza e sanità
2. Relax e tranquillità



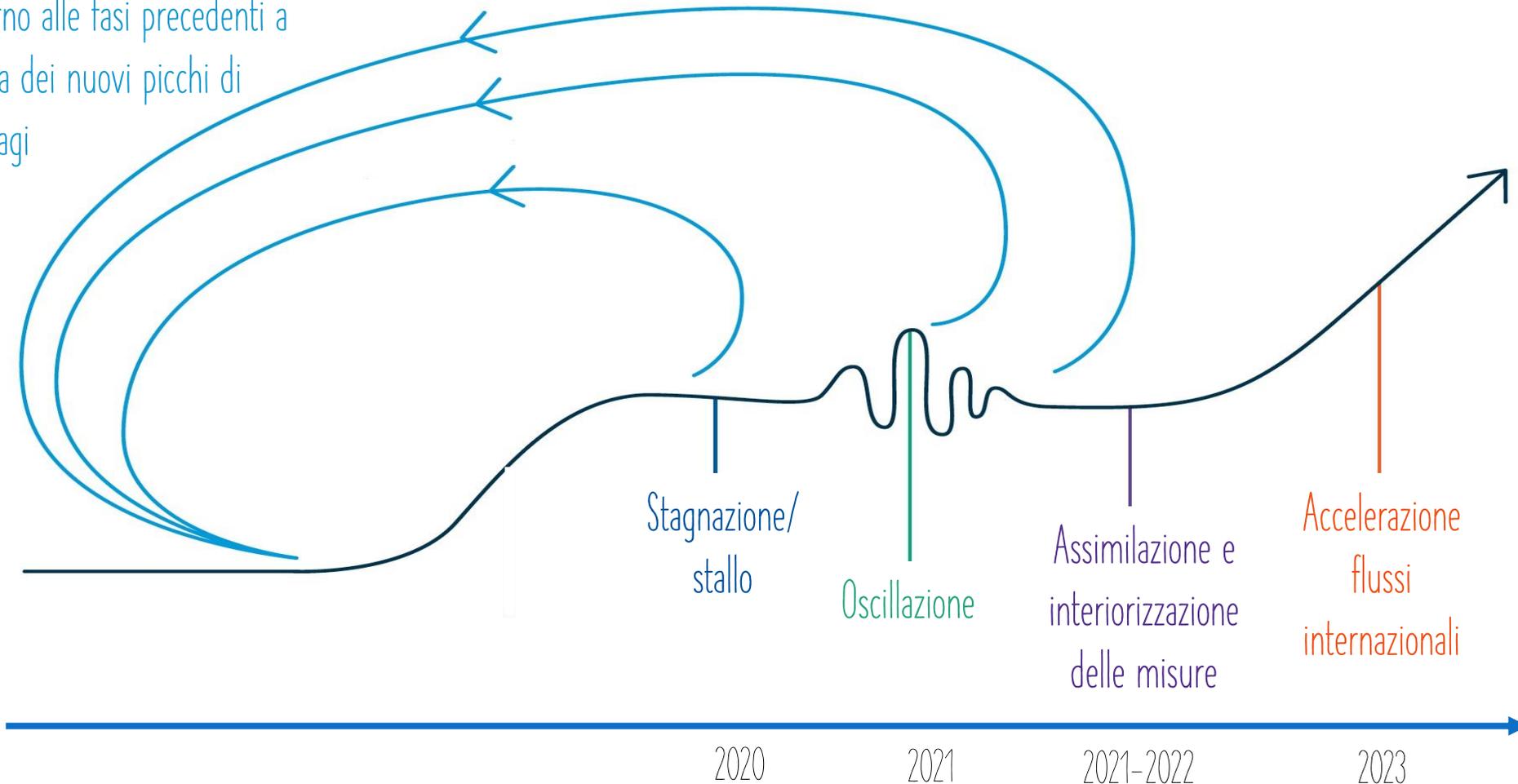
# COSA CERCANO I VIAGGIATORI?

Preferred type of leisure trip for respondents most likely to travel  
in the next 6 months



# LE FASI DEL RECUPERO

Ritorno alle fasi precedenti a causa dei nuovi picchi di contagi



# LE FASI DEL RECUPERO

LE FASI:

## 1. STAGNAZIONE

- Limitazione e restrizioni
- Diminuzione interesse
- Tendenza a non prenotare in anticipo

# LE FASI DEL RECUPERO

LE FASI:

## 2. OSCILLAZIONE

- Comportamento elastico interesse / prenotazione
- Voglia di viaggiare, condizionata da evoluzione Covid in destinazione
- Trend: prenotazioni last second
- Livelli di fiducia cambiati (in base a nuove restrizioni)
- Prenotazioni condizionate a possibilità di cancellazione

# LE FASI DEL RECUPERO

LE FASI:

## 3. ASSIMILAZIONE

- Accettazione delle situazione
- Assunzione del «rischio»
- Recupero fiducia
- Prenotazioni flessibili
- Trend: prenotazioni last minute

# LE FASI DEL RECUPERO

LE FASI:

4. RIRPESA

- Accelerazione sostenuta
- Diminuzione intensità pandemia
- Turismo domestico
- Last minute e sotto data
- Incremento della fiducia

LA NUOVA  
DOMANDA  
TURISTICA

CAMBIA LA STAGIONALITÀ



# LA NUOVA DOMANDA TURISTICA

VALORE

- Più attenzione al rapporto qualità prezzo
- Trasparenza policy di cancellazione
- Flessibilità

# LA NUOVA DOMANDA TURISTICA

---

Cosa cerca?

# LA NUOVA DOMANDA TURISTICA

TURISMO DOMESTICO

- Evasione come motivazione



# LA NUOVA DOMANDA TURISTICA

WELL-BEING

- Sostenibilità
- Attività
- Benessere personale come obiettivo



# LA NUOVA DOMANDA TURISTICA UNDERTOURISM

- Destinazioni minori
- Attrattive poco massificate
- Personalizzazione



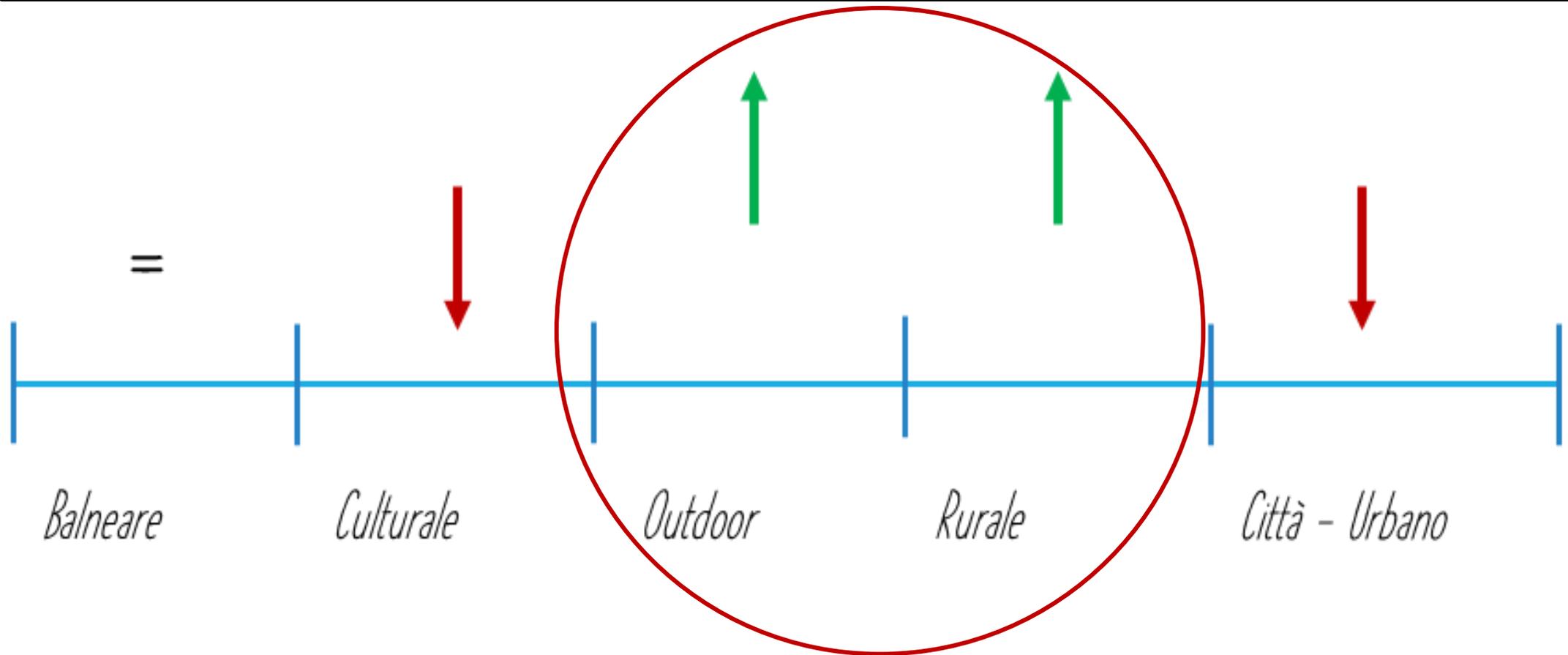
# LA NUOVA DOMANDA TURISTICA

FIDUCIA E SICUREZZA

- Luoghi pubblici
- Strutture ricettive
- Attrazioni
- Vettori di viaggio

I viaggiatori si adatteranno presto alle misure di sicurezza, mascherine, punti sanitari ecc.

# QUALI PRODOTTI TURISTICI NEL POST COVID-19?



# QUALI DESTINAZIONI SI CERCHERANNO?



## 1. WELL-BEING DESTINATION

Destinazioni in cui tutti i servizi esistenti per i turisti servono per «stare bene», per rilassarsi, per riposare, per fare delle attività (diverse) che permettano loro di rigenerarsi e migliorare il proprio stato di benessere.

# QUALI DESTINAZIONI SI CERCHERANNO?

## 2. GREEN DESTINATION

La proposta delle Green Destination comprende le varie forme di turismo direttamente connesse alle risorse rurali, ovvero tutte quelle forme di turismo in cui la «cultura rurale» rappresenta la componente più importante



# QUALI DESTINAZIONI SI CERCHERANNO?

---



## 3. BOUTIQUE DESTINATION

Destinazioni che rispondono in maniera accurata alle richieste di un determinato segmento della domanda

# QUALI DESTINAZIONI SI CERCHERANNO?

## 4. SLOW DESTINATION

Destinazione di «slow tourism», che si basa sul rispetto della cultura locale, della specificità del territorio e della valorizzazione dell'identità locale, adatta per la pratica di attività turistiche in modo «slow»



# QUALI SONO GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO PER AFFRONTARE IL 2021?

---

Le linee guida

# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO



## IL QUADRO PREVEDIBILE

- Interesse maggioritario nel fare vacanza
- Turismo domestico preponderante
- Recupero parziale turismo internazionale
- Ripristino offerta seats aerei
- Sicurezza come priorità della domanda
- Incremento importanza fattore prezzo

# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO

---



Passare da territorio (in cui passano i turisti)



A territorio che scelgono i turisti

# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO

---



Passare da un'offerta improntata sul territorio



A un'offerta improntata sull'offerta del territorio

# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO



- Il turismo post-Covid ha modificato un trend importante

## FOMO:

[fəʊməʊ] **noun**

Fear of Missing Out

Paura di essere disconnessi

## JOMO:

[dʒəʊməʊ] **noun**

Joy of Missing Out

Voglia di essere disconnessi

# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO



Un esempio (simile al Logudoro Goceano)



## DESERT ISLAND YOGA

Why not swap your beach yoga for some 'deserted island' yoga? Join a yoga trip out to the Minquiers sandbanks, twenty minutes away from Jersey and get your Satsang on in a unique island location, where turquoise seas and white sands meet the sky. You could even see dolphins on the way there...

INSPIRED →



## STARS AT YOUR FEET

As well as some of the largest tides in the world, in Jersey you can experience a rare natural phenomenon as the tide falls. Natural bioluminescence is the greenish glow given off by hundreds of tiny glowworms. See it for yourself in Jersey with a guided bioluminescence walk with Jersey Walk Adventures.

INSPIRED? →

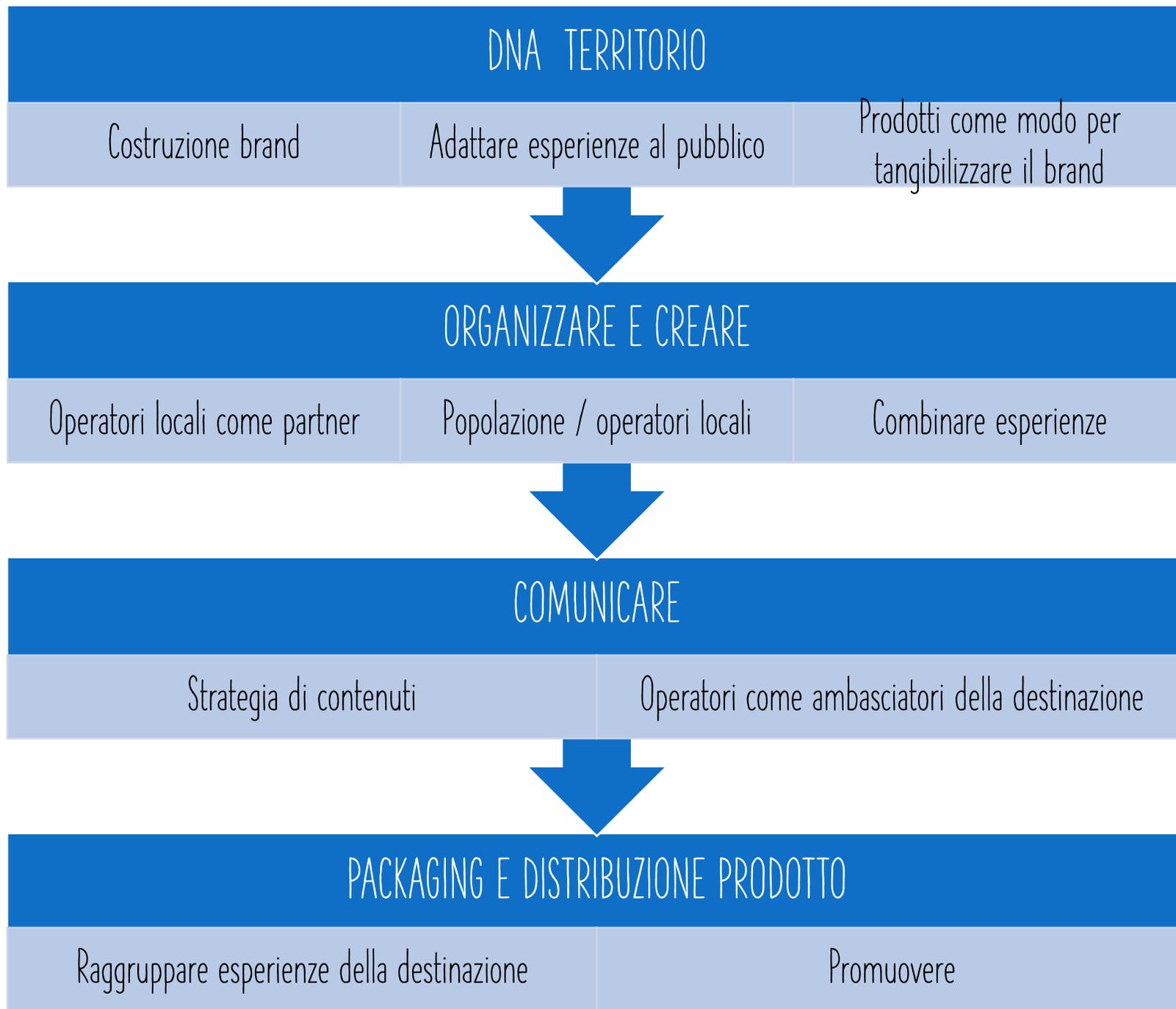


ESCAPE →



ESCAPE →

# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO



# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO: STRUTTURARE IL PRODOTTO-DESTINAZIONE

---



- Focalizzarsi sul turismo domestico
- Strutturare proposte pertinenti
- Prodotti per target diversi

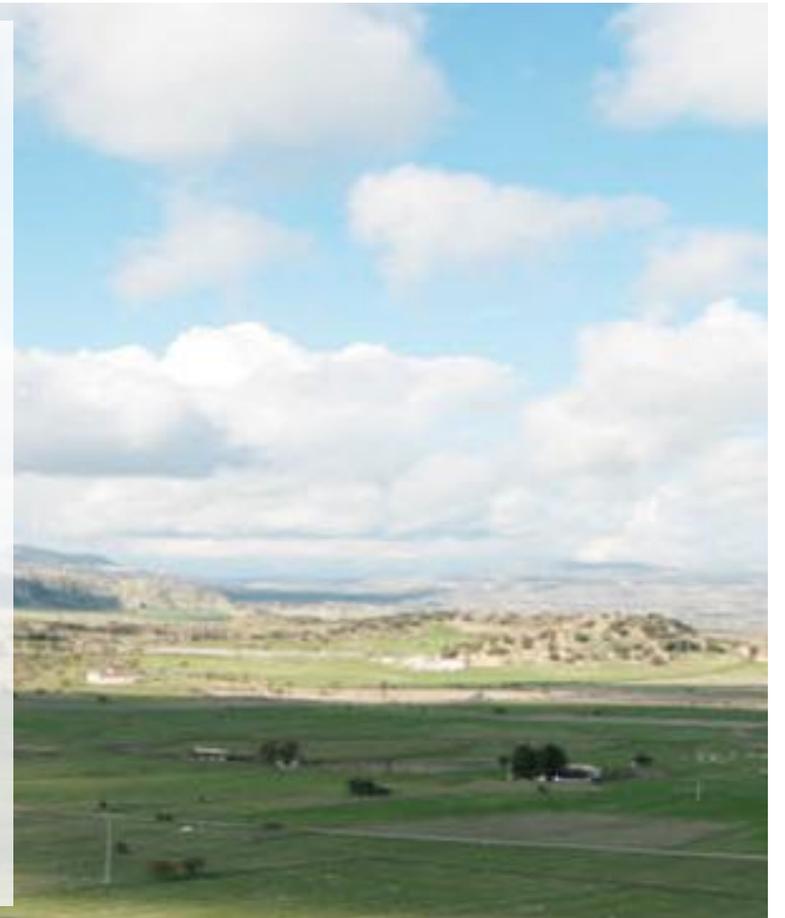


# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO: FOCALIZZARSI SULLA SOSTENIBILITÀ



## SUSTAINABLE RECOVERY

- Incrementare il valore della destinazione
- Undertourism
- Slow tourism
- Prodotti turistici e servizi eco-friendly
- Distribuzione e gestione dei flussi
- Aumentare il valore dell'esperienza



# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO: ORGANIZZARE IL SISTEMA-DESTINAZIONE

---



- Costruire relazioni e condividere informazioni
- Creare partnership pubblico-private
- Reti d'impresa e club di prodotto
- Accelerare innovazione digitale nei processi e nel marketing
- Costruire e creare valore di destinazione

# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO: ORGANIZZARE L'OFFERTA

---



GESTIRE LA DESTINAZIONE E IL SISTEMA IN OTTICA SOSTENIBILE:

- Creare prodotti turistici civetta
- Promuovere turismo e imprese in aree poco affollate
- Supportare collaborazione e network B2B
- Supportare lo sviluppo di nuovi prodotti e attività
- Organizzare esperienze in destinazione
- Marketing congiunto nei mercati obiettivo

Tutto questo si potrà fare  
grazie ai Club di Prodotto!

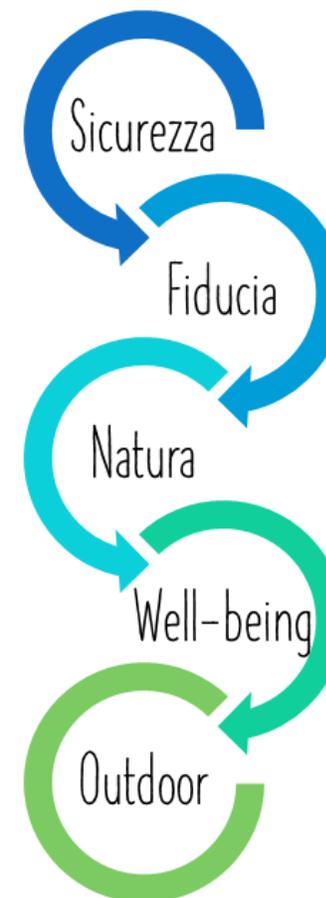
# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO: POSIZIONARE LA DESTINAZIONE



## OBIETTIVO:

- Posizionare i diversi territori del Logudoro Goceano come destinazioni sicure, incoraggiando i potenziali turisti a viaggiare con fiducia
- Posizionare la destinazione considerando le motivazioni della domanda
- Migliorare il contenuto dell'offerta turistica attraverso la strutturazione dei prodotti (tramite CdP)

I concetti su cui costruire il posizionamento del Logudoro Goceano nel post-Covid



# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO: INDIVIDUARE I TARGET



Esperienzialisti



Zen



Premium



Famiglie



Salutisti



Well-being lovers



Sportivi



Romantici

# GLI SCENARI DI LAVORO PER IL LOGUDORO GOCEANO: COMUNICARE LA DESTINAZIONE

---



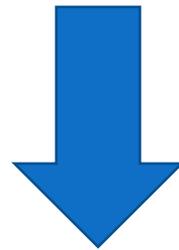
- Comunicazione costante e proattiva sulla destinazione Logudoro Goceano e i suoi prodotti
- Focus su mercati e target di interesse
- Promuovere esperienze di undertourism, slow tourism, well-being ecc.
- Promuovere spazi aperti e aria aperta
- Fornire informazioni pratiche su come organizzare la visita seguendo misure di sicurezza

# PER FARE TUTTO QUESTO È NECESSARIO...

---



...CREARE LE RETI DI COLLABORAZIONE



COSTITUIRE, STRUTTURARE E RENDERE OPERATIVI  
I CLUB DI PRODOTTO DEL LOGUDORO GOCEANO  
entro marzo 2021

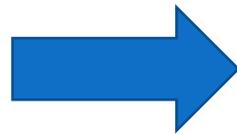
# PER FARE TUTTO QUESTO È NECESSARIO...

---

...CHE OGNUNO PENSI A MIGLIORARE LA PROPRIA PROPOSTA

Cosa propongo?

- Benefici per il cliente
- Cosa fa il cliente
- Caratteristiche



A chi?

- Perché devono scegliermi?
- Perché devono scegliermi razionalmente?
- Quali sono i loro bisogni?
- Cosa gli interessa?
- Quale driver emozionale può far sì che mi scelgano?

# PER FARE TUTTO QUESTO È NECESSARIO...



## ...FARE IL CHECK: CREAZIONE DEL VALORE

Proposito	Partner chiave	Attività chiave	Risorse chiave	Proposta di valore	Segmenti/target	Strumenti di comunicazione	Specificità attrattiva	Network di supporto	Struttura di costi	Struttura di ricavi
Cosa voglio proporre?	Di chi ho bisogno?	Quali attività devo fare?	Quali attrattive del territorio devo utilizzare?	Perché?	Quali turisti voglio?	Come contattarli?	Quanto è interessante la proposta?	Di quali altri operatori turistici ho bisogno?	Di quanto ho bisogno?	Su cosa guadagno?
Cosa mi differenzia?	Quale è il loro compito?	Chi fa cosa?	Quali mancano?		Quali sono le loro motivazioni/interessi?	Quali strumenti per contattarli?	Quale appeal ha?			
Come faccio a differenziarmi?		Qual è il mio ruolo?			Dove sono?					

# PER QUESTO...



---

## APPUNTAMENTO CON IL PROSSIMO INCONTRO «I CLUB DI PRODOTTO»

- Cosa si deve fare per costituire i Club di prodotto?
- I possibili modelli di aggregazione
- Proposta bozze disciplinari
- Avvio manifestazioni di interesse ad aderire ai Club



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

---

