

CARBONIA. Il brand Visit Sulcis diventa tema di una tesi di laurea

Tutto il territorio fa rete alla conquista dei turisti

► Si muove compatto il Sulcis che crede nel turismo. Quindici Comuni (per ora) e 150 affiliati privati hanno partecipato nello scorso week end alla Fiera di Berlino, attraverso il marchio Visit Sulcis, per promuovere un angolo di Sardegna poco conosciuto, ma molto interessante agli occhi dei tour operator.

LaDopo il bilancio positivo della fiera di Zurigo, il brand unico del Sulcis Iglesiente si è riproposto alla platea di buyers e professionisti del settore vacanze. Altro appuntamento è previsto ad aprile, alla Bit, la Borsa internazionale del Turismo, a Milano. Insomma il marchio si fa strada e persegue l'obiettivo di promuovere un unico territorio.

LA TESI. Un'esperienza, quella di Visit Sulcis, che è anche oggetto di una tesi di laurea. Virginia Fenu, 22 anni, di Portoscuso, studentessa di Economia e Gestione aziendale, si è laureata a febbraio con una tesi dal titolo "Marketing territoriale e promozione turistica: il brand Visit Sulcis". «L'associazione svolge un'importante attività di marketing territoriale - dice Virginia - portando il brand nelle fiere più importanti. In questo modo tutto il territorio si pone all'attenzione degli operatori, che di solito quando sento parlare di Sardegna immaginano subito altre zone, non di certo la nostra, davvero poco conosciuta nel mercato interno e ancora di meno in quello estero. A livello paesaggistico questa zona non ha nulla da invidiare a nessuno: si trat-



IL MARCHIO

Team Visit Sulcis a Berlino (foto) e Virginia Fenu con la sua tesi sul brand (foto)

ta di fare sistema, sia a livello di promozione, sia nella fase successiva dell'accoglienza. Ci vuole la mentalità giusta per sfruttare le potenzialità che ha il turismo. Io ho intenzione di farlo, frequenterò un Master a Milano, con l'obiettivo di tornare a Portoscuso, perché è qui che voglio aprire la mia attività».

LE FIERE. Visit Sulcis quindi è una nuova strada di pubblicizzare il territorio, presentando tutte le eccellenze per attrarre l'interesse dei turisti e dei tour operator che confezionano i pacchetti dei viaggi, magari facendo leva su tipi di turismo particolari, come quello attivo o religioso. L'ultimo palcoscenico è stato Berlino, po-

chi giorni fa. «È stato un appuntamento molto produttivo - dice Giuseppe Messina, presidente di Visit Sulcis - la fiera di Berlino è per professionisti, non tanto per visitatori. Quindi ti mette in contatto diretto con i tour operator. Ad esempio abbiamo stretto diversi accordi con operatori tedeschi ed olandesi, per la primavera 2018, perché lì hanno una programmazione più lunga rispetto al mercato italiano. Siamo soddisfatti del riscontro che stiamo avendo nelle fiere internazionali così come è molto positivo il coinvolgimento sempre crescente delle amministrazioni».

Antonella Pan

RIPRODUZIONE RISERVATA