

REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO AGENZIA GOVERNATIVA REGIONALE SARDEGNA PROMOZIONE

" L'Isola che Danza "

"Progetto di destagionalizzazione turistica in Sardegna" "Valorizzazione e promozione dell'Immagine unitaria della Sardigna nell'altra stagione"

Sintesi progettuale

Obiettivo

Il progetto l'"Isola che Danza" intende sviluppare un processo di valorizzazione e promozione dell'immagine unitaria della Sardegna durante il periodo di bassa stagione (autunno-inverno-primavera) attraverso la qualificazione "sistemica" e coordinata di manifestazioni consolidate aventi contenuti fortemente identitari e tradizionali a livello locale, attualmente promosse in modo disaggregato nel territorio della Sardegna.

Il progetto nasce, quindi, con l'intento di valorizzare la presenza capillare degli eventi di forte richiamo turistico diffusi sul territorio quale efficace strumento per diffondere la conoscenza delle eccellenze che la Sardegna, nel corso della bassa stagione, offre in tutto il territorio regionale.

In termini più generali, si intende implementare e coordinare sinergicamente un sistema di manifestazioni tale da favorire processi di delocalizzazione e destagionalizzazione turistica con ripercussioni positive nel settore dell'ospitalità, della ristorazione, delle produzioni artigianali artistiche e dell'enogastronomia isolana.

Infine, l'azione di valorizzazione dell'immagine Sardegna attraverso gli eventi del territorio si svilupperà mediante l'efficace ed estesa veicolazione, in ambito nazionale ed internazionale, del **marchio SARDEGNA**.

Linee di attività e manifestazioni oggetto della valorizzazione

Le manifestazioni di interesse istituzionale funzionali all'obiettivo possono essere definite e qualificate su due differenti linee di attività:

- A. Linea di attività 1 eventi consolidati: Capodanno in Sardegna 2010;
- B. Linea di attività 2 eventi fortemente identitari, tradizionali e consolidati a livello locale: Fuochi di Sant'Antonio, il Carnevale e la Settimana Santa;.

A. Linea di attività "1" - "Capodanno in Sardegna"

Nell'ambito degli eventi del periodo invernale, si intende inserire il "CAPODANNO" nel processo di valorizzazione e promozione dell'immagine unitaria e coordinata della Sardegna.

Il progetto prevede che tale evento, per storia, tradizione, cultura, scenari geografici ed esperienza organizzativa possa essere promosso nei seguenti territori:

Alghero, Cagliari, Castelsardo, Olbia, Iglesias, La Maddalena, Nuoro, Oristano, Palau, Sassari.

<u>I soggetti attuatori</u> degli eventi e beneficiari del contributo si identificano nelle Amministrazioni Comunali.

<u>L'entità del contributo</u> regionale definito è pari al 50% dei costi totali previsti per l'esecuzione della manifestazione. L'entità del contributo non potrà tuttavia superare l'importo massimo di 100.000 euro (centomilaeuro) per evento.

La liquidazione del contributo terrà conto delle **procedure** definite con determinazione del Direttore Centrale dell'Agenzia Sardegna Promozione n. 244 del 2.11.2009 e delle ulteriori clausole definite in sede contrattuale. Il contributo verrà garantito in ragione dei vantaggi promozionali, pubblicitari e di immagine che derivano alla Regione Sardegna dalla corretta realizzazione dell'evento.

Il soggetto attuatore, a seguito di opportuna comunicazione informativa sul progetto inviatogli dall'Agenzia, dovrà presentare apposita manifestazione di interesse e contestuale proposta progettuale che dovrà essere condivisa e concordata con la stessa Agenzia.

Seguiranno le fasi di affidamento e coordinamento dell'esecuzione del progetto, il monitoraggio dei risultati ottenuti e, infine, la rendicontazione e liquidazione.

Linea di attività "2" - Eventi fortemente identitari, tradizionali e consolidati a livello locale

Fra le manifestazioni appartenenti alla seconda linea di attività, di rilevanza nazionale ed internazionale, si è inteso inserire quelle in grado di far emergere valori storici e culturali di elevata autenticità e identità con il territorio di riferimento, di difficile imitazione per i paesi o regioni immersi nella piena competizione turistica in atto. In particolare, a tal fine appaiono strumentali:

- I Fuochi di Sant'Antonio;
- II Carnevale;
- La Settimana Santa.

Il progetto prevede che tali eventi, si svolgano nei <u>territori</u> che per storia, tradizione, cultura, scenari geografici ed esperienza organizzativa e promozionale possano favorire il raggiungimento degli obiettivi progettuali.

<u>I soggetti attuatori</u> degli eventi e beneficiari del contributo si identificano nelle Amministrazioni Comunali e/o Organizzazioni formali aventi competenze istituzionali di promozione del territorio (da definire per specifico tipologia di evento).

Contenuto degli eventi

Il percorso di valorizzazione e promozione nasce con l'intento di sostenere e favorire la "destagionalizzazione" e "delocalizzazione" del turismo in Sardegna.

In questa direzione, il progetto intende implementare un processo di valorizzazione del territorio non solo attraverso l'evento specifico, ma anche con azioni promozionali collaterali in grado di stimolare

Associazioni culturali, Organizzazioni e, in particolare, i soggetti economici del territorio ad operare nella direzione di cogliere le opportunità offerte dalla presenza organizzata di flussi turistici locali ed extra-regionali.

Nello specifico, il progetto, dovrà prevedere lo sviluppo di azioni di valorizzazione e promozione collaterali nei territori di riferimento, rispetto ad aree di attività quali artigianato artistico e tradizionale, enogastronomia, arte e cultura, musica e altro.

Rispetto alle aree sopra evidenziate un ruolo importante verrà attribuito ad iniziative sociali e culturali di natura convegnistica, mostre (valenza artistico-storico-culturale legate agli eventi) concorsi (fotografici, cortometraggi e scolastici) ecc, in grado di favorire la valorizzazione degli eventi e l'immagine della Sardegna.

Piano di comunicazione istituzionale

Il Piano si fonda sulla necessità di garantire l'implementazione di un'**immagine unitaria della** Sardegna nelle sue differenti espressioni culturali, artistiche, tradizionali e, più in generale, del "Territorio Sardegna". Ogni evento dovrà essere supportato da una comunicazione istituzionale coordinata ed unitaria in grado di sviluppare un tangibile indice di <u>riconoscibilità e notorietà</u> delle manifestazioni e del territorio nel suo complesso.

Più in generale, il progetto deve rappresentare un importante strumento per **comunicare ai sardi e ai suoi "ospiti"** il "**valore Sardegna**" durante la **bassa stagione**.

Il progetto dovrà prevedere l'utilizzo di strumenti di comunicazione tradizionali e innovativi in grado di favorire un coinvolgimento ampio e generalizzato dei flussi interessati a vivere gli eventi e, più in generale, la "vita dei sardi".

In particolare, nell'ambito del piano di comunicazione non dovranno essere trascurati i canali di comunicazione dinamici e di facile gestione, tra i quali, ad es. un sito internet dedicato.

Capodanno in SARDEGNA 2010

Per la manifestazione "Capodanno in Sardegna 2010" si prevede l'impiego dei seguenti strumenti di comunicazione:

- Immagine coordinata per spazi pubblicitari: cartelloni, locandine, inviti, cartoline, ecc
- Principali quotidiani della Sardegna;
- Principali emittenti televisive e radiofoniche della Sardegna;
- Sito web Regione Sardegna.

Gli strumenti di cui sopra dovranno garantire la più ampia diffusione promozionale istituzionale dell'evento attraverso pubblicità sui giornali, spot televisivi e radiofonici

Eventi Sant'Antonio, Carnevale e Settimana Santa

Per la manifestazione "L'Isola che danza" si prevede l'impiego dei seguenti strumenti di comunicazione:

- Azioni di presentazione Istituzionale del progetto (stampa);
- Immagine coordinata dell'evento: brochure, cartellonistica e locandine.
- Principali quotidiani della Sardegna;
- Principali emittenti televisive e radiofoniche regionali ed extraregionali;

- Coinvolgimento di canali di comunicazione di natura sportiva;
- Sito web Regione Sardegna.
- Eventi comunicazione culturale/scientifica;
- Azioni di coinvolgimento dell' artigianato artistico e tradizionale, enogastronomia, arte e cultura, musica ecc.
- Gadget e materiale di comunicazione.

Gli strumenti di cui sopra dovranno garantire la più ampia informazione, animazione e diffusione promozionale istituzionale dell'evento.

Cronoprogramma degli eventi e della politica di comunicazione

Dal cronoprogramma si evince come il progetto intenda valorizzare un insieme di azioni promozionali del territorio tra loro interrelate in grado di coprire un ampio periodo temporale fino all'alta stagione.

Cronoprogramma degli eventi e della politica di comunicazione Eventi Dicembre Gennaio Febbraio Marzo aprile 1 Feste di Capodanno 2 Fuochi di Sant'Antonio (16-17/01/2011) 3 Carnevale (16/01 – 09/03/2011) 4 Settimana Santa (18-24/04/2011) Politica della comunicazione ist.

Indicatori di monitoraggio

- Analisi quanti-qualitativa del bacino d'utenza target;
- Mercati geografici indirettamente raggiunti;
- Analisi presenze e/o nuovi arrivi c/o industria ospitalità, ristorazione;
- Vendita prodotti artigianato artistico, enogastronomico ecc.
- Monitoraggio del livello soddisfazione raggiunto dagli operatori economici dei territori coinvolti.
- Analisi del livello di notorietà e popolarità dell'immagine unitaria della Sardegna;
- altro.

Soggetto attuatore del progetto

Agenzia Governativa Regionale Sardigna Promozione

Viale Trieste 115

09123 Cagliari

Contatti:

Fax 070 606 93179

Email sardegna.promozione@regione.sardegna.it

Sito web <u>www.sardegna.turismo.it</u> - www.regionesardegna.it - speciale l'isolachedanza -