

## **PROGRAMMA EVENTI E CONFERENZE STAMPA**

### **Giovedì 17 febbraio:**

- ORE 10 – 10.45 CONFERENZA STAMPA PRESENTAZIONE ACQUARIO DORGALI
- ORE 11 – 11.45: CONFERENZA STAMPA CONSORZIO RETE PORTI SARDEGNA (Presentazione progetto “Odyssea”)
- ORE 12 – 13: CONFERENZA STAMPA PROVINCIA DI SASSARI – STL SARDEGNA NORD OVEST (nuova marca turistica STL ‘SSARDEGNA’ ed evento ‘Festa di San Giovanni’)
- ORE 15.30 – 16.15: CONFERENZA STAMPA COMITATO ORGANIZZATORE I MITI DEL MARE (presentazione “I Miti del mare 2011 - Cagliari 2011”, presentazione “Tavolara 2011 – Olbia 2011”)
- ORE 17 – 18.15: CONFERENZA STAMPA A.R.S.T. – TRENINO VERDE (presentazione Trenino Verde della Sardegna)

### **Venerdì 18 febbraio:**

- ORE 10.30: CONFERENZA STAMPA REGIONE SARDEGNA (Presidente Cappellacci – Assessore Crisponi)
- ORE 12 – 12.45 CONFERENZA STAMPA COMUNE CAGLIARI (Expo 2015 – Cagliari ‘Porta del Sud’)
- ORE 14.30 – 15.15: CONFERENZA STAMPA PROVINCIA CARBONIA IGLESIAS (presentazione delle nuove pubblicazioni - magazine sugli itinerari slow nel Sulcis igliesiente e libro fotografico – e nuovi progetti 2011)
- ORE 16 – 16.45: CONFERENZA STAMPA PROVINCIA DEL MEDIO CAMPIDANO (progetto ‘Itinerari di turismo scolastico nel Medio Campidano’ e progetto ‘Fattorie didattiche – SATTU PO IMPARAI’)

### **Sabato 19 febbraio:**

- ORE 10 – 11 CONFERENZA STAMPA PROVINCIA DI OLBIA-TEMPIO (presentazione 150° Unità d’Italia Garibaldi, presentazione Festival Musica sulle Bocche, presentazione “Tourrenia”, presentazione “Terra e Acqua”,
- ORE 11 – 12: INCONTRO PRESIDENTE CAPPELLACCI E ASSESSORE CRISPONI CON OPERATORI SETTORE TURISMO
- ORE 13 – 14: CONFERENZA STAMPA PROVINCIA DI CAGLIARI
- ORE 15.30 – 16.15: CONFERENZA STAMPA SLOT GALLURA (presentazione BTES 2011 – Borsa del Turismo d’Eccellenza Sardegna)
- ORE 16.30 – 17.15 CONFERENZA STAMPA COMUNE DI OLBIA: (presentazione Rally d’Italia Sardegna 2011)

### **Domenica 20 febbraio:**

- ORE 10.15 – 11: CONFERENZA STAMPA PARCO GEOMINERARIO STORICO AMBIENTALE DELLA SARDEGNA (presentazione della guida al parco Geominerario “Miniére al sole “ bis)
- ORE 11.15 – 12: PATRIZIO ROVERSI INTERVISTA ANDREA MURA (“Vento di Sardegna”)
- ORE 12 – 12.45 – VISITA DELLA SQUADRA DEL CAGLIARI CALCIO ALLO STAND REGIONE SARDEGNA
- ORE 14.30 – 15.15: CONFERENZA STAMPA PROVINCIA DELL’OGLIASTRA (conferenza sulla longevità in Ogliastra, le peculiarità dei prodotti agroalimentari ogliastrini – risvolti turistici)
- ORE 16.15 – 17: CONFERENZA STAMPA PROVINCIA MEDIO CAMPIDANO (presentazione volume ‘Chiese campestri del Medio Campidano’)

### **Appuntamenti enogastronomici:**

- Previste apposite aree degustative, dove i migliori prodotti della gastronomia ed enologia sarde saranno presentati
- Analogo corner degustativo si terrà anche presso il settimo piano, 'area food', della Rinascente in piazza Duomo a Milano
- Venerdì 18 febbraio, ore 20.30: 'Cena dei centenari' ('Elisir di lunga vita'), riservata a giornalisti, con menù a base di buone e genuine pietanze che 'allungano' la vita.

### **LO STAND SARDEGNA ALLA BIT**

Circa duemila metri quadri ospiteranno le proposte di vacanza in Sardegna. Si tratta del padiglione 3, una struttura suggestiva dedicata all'Isola divisa in due porzioni da un ampio corridoio centrale. A loro volta le due aree principali sono divise da un corridoio che si interseca con quello d'ingresso. Una delle due aree, dedicata alla Regione Sardegna, è a sua volta divisa in quattro porzioni. Una destinata a tre grandi attrattive: Trenino Verde, Acquario di Dorgali e Parco Geominerario; uno spazio istituzionale con la sala per le conferenze stampa; un'ampia area eventi; una zona dedicata alle associazioni di categoria e alle degustazioni. L'altra area, con ampie zone verdi, ha uno spazio destinato ai vettori e all'area artigianato e uno destinato alle otto province isolate: ognuna avrà a disposizione 50 metri quadri per l'esposizione degli operatori accreditati.

### **WORKSHOP ALLA BIT**

- BIT BUY CLUB 2011 (venerdì 18 febbraio)

Workshop dell'associazionismo e dei cral. Bit Buy Club, giunto alla sua quarta edizione, è il workshop dedicato agli operatori dell'associazionismo che scelgono il turismo per passione, hanno conoscenza diretta del prodotto e influiscono sulle scelte di viaggio dei propri associati. È l'unico evento professionale in Italia a garantire la presenza dell'associazionismo europeo.

Da quest'anno, per partecipare a Bit Buy Club, occorre esser presenti in Bit con uno spazio espositivo oppure in qualità di co-espositori. Questa strategia è improntata sui criteri di selezione qualitativa e di maggiore efficacia commerciale.

150 Seller nazionali ed internazionali incontreranno circa 100 buyer nazionale ed internazionale. I seller sono selezionati tra Tour Operator, Agenzie di Viaggio e consorzi di commercializzazione che presentano un'offerta strutturata.

- **BIT BUY ITALY** (sabato 19 e domenica 20)

Workshop dell'offerta turistica italiana, Bit Buy Italy, giunto alla sua 26esima edizione, si rinnova nella forma e nei contenuti per essere sempre più rappresentativo del mercato turistico e per andare incontro alle esigenze degli operatori. Seller e buyer confermano Bit BuyItaly come un appuntamento imperdibile, giudicandolo come il workshop di riferimento per il mercato turistico italiano nonché uno dei più importanti al mondo. Per rendere le proporzioni delle contrattazioni, ecco i numeri dell'edizione 2010: 2000 seller italiani hanno incontrato 500 buyer internazionali provenienti da 50 paesi nel mondo. Il sabato è dedicato a Tour operator - Trasporti – Vettori – Mice; la domenica al settore ricettivo.

La grande novità di quest'anno sarà l'agenda di appuntamenti prefissati: nel periodo che precede Bit BuyItaly, seller e buyer potranno interagire direttamente richiedendosi vicendevolmente un appuntamento e schedulando così la propria giornata di workshop. Lo strumento del Business Match e la sezione 'Appuntamenti consigliati' consentiranno di ottimizzare al meglio il tempo dedicato alla selezione dei contatti da incontrare. Le aziende dell'offerta sarda accreditati al Buy Italy 2011 sono circa 70 così suddivise: 25 aziende accreditate il giorno 19 febbraio e 45 aziende

accreditate il giorno 20 febbraio. Nelle due giornate di workshop , gli operatori dell'offerta sarda rappresenteranno circa il 58% della ricettività regionale classificata.

Il volume dei posti letto offerti nel corso del Buy Italy è significativo della notevole attenzione che il comparto ricettivo sardo rivolge alla domanda estera. E' evidente la consapevolezza dell'importanza di ampliare i riferimenti nell'ambito della domanda per rendere più efficaci le proprie azioni di carattere commerciale.

Il mercato internazionale presente al Buy Italy 2011, risulta essere più ampio e più sensibile al business con un interesse particolare per i prodotti di nicchia di alta qualità, prodotti culturali, congressuali ed enogastronomici.

## **ARRIVI E PRESENZE 2010**

Base di riferimento per arrivi e presenze nel 2010 sono i due milioni e 200mila arrivi che hanno prodotto circa 12 milioni di presenze, facendo registrare un calo rispetto al 2009 di circa tre punti percentuali: nel dettaglio circa duecentomila presenze italiane in meno e centomila straniere in meno.

Obiettivo prioritario, secondo l'assessore regionale del Turismo Luigi Crisponi è quello di recuperare le quote perdute nel 2010, portando ad almeno 500 mila presenze in più, capaci di elevare il Pil regionale di almeno un punto percentuale (dall'8 al 9%).

### **Analisi del flusso**

La permanenza media dei nostri visitatori, che sono per oltre due terzi italiani e circa un terzo stranieri, è di 5 giorni.

I sardi stessi i frequentatori più numerosi delle nostre strutture ricettive: 322mila arrivi per oltre 900mila presenze, sia nel 2009 che nel 2010. Un cospicuo flusso turistico, che produce enormi benefici a tutta la nostra economia, spesso sottovalutato: nostro obiettivo è valorizzare a pieno anche questo mercato interno. Tra le regioni della penisola tengono 'le roccaforti' del flusso turistico verso la Sardegna, ossia la Lombardia (259mila arrivi nel 2009, 253mila nel 2010), la Toscana e il Lazio. Quanto ai visitatori dall'estero: 811 mila circa gli arrivi nel 2009, 760mila da gennaio a settembre 2010, le presenze in media negli ultimi anni sono 3 milioni e 700mila. In Europa tengono due dei bacini di affluenza più importanti, Francia e Germania (200mila arrivi in media negli ultimi due anni per un totale di oltre il milione di presenze), crescono esponenzialmente i numeri di alcuni paesi del Centro – Nord del vecchio Continente, quali Austria (+18%), Olanda e paesi scandinavi, Danimarca, Finlandia, Norvegia e Svezia, a testimonianza dell'interesse e dell'ottimo riscontro che la nostra offerta turistica riscuote nelle grandi fiere internazionali del Nord, che si svolgono a inizio anno, e all'interno delle quali anche quest'anno siamo presenti da protagonisti con l'incantevole unicità delle nostre proposte di vacanza.

Ancora, se da una parte sono in flessione quelle porzioni di flusso turistico da nazioni, dove la crisi ha raggiunto livelli importanti, come nel mercato spagnolo e in quello britannico, dall'altra è esploso un nuovo fronte turistico dalle notevoli risorse, ossia quello dei paesi dell'Est e, in particolare, della Russia, da dove si registra un incremento di arrivi del 15%. Non solo, crescono i flussi turistici anche dalle Americhe (+14%) e dall'Asia (+7%), specie dalla Cina.

## **ALBERGHI**

Sono oltre 900 le strutture del comparto ricettivo alberghiero, che consentono all'Isola di detenere il primato nazionale per il numero medio di posti letto, 112 contro 58,5 della media nazionale. La Sardegna, inoltre, si piazza al quarto posto tra le regioni italiane per il numero di posti letto ogni mille abitanti (50, 7 contro i 197 del Trentino e i 315 della sola provincia di Bolzano).

## **OBIETTIVI STRATEGICI 2011**

- Rilancio forte del comparto
- Scrittura del Piano strategico triennale per il turismo· Valorizzazione delle tre linee guida perseguite dall'assessorato: identità, trasversalità e destagionalizzazione

## **DESTAGIONALIZZAZIONE**

### **Isola che Danza**

Il progetto, promosso e attivato dall'assessorato del Turismo e dall'agenzia Sardegna Promozione, comprende i Capodanni in Sardegna, i Fuochi di Sant'Antonio, i Carnevali sardi e i riti della Settimana Santa, iniziative che valorizzano le nostre radici grazie a quegli elementi di attrazione turistica unita alla genuinità di manifestazioni capaci di incuriosire, unite sotto un unico 'brand' istituzionale.

L'Isola che Danza è la perfetta sintesi dell'attuazione delle linee guida del piano strategico triennale. È, infatti, la perfetta compenetrazione di comunicazione istituzionale e organizzazione di eventi di forte richiamo turistico; è la concreta valorizzazione della nostra cultura e delle nostre tradizioni, cioè dell'identità sarda; è un esempio di governance istituzionale, ossia la regia della Regione, che coordina e supporta le iniziative delle amministrazioni locali, il tutto in stretta e proficua collaborazione; infine è uno strumento straordinario di valorizzazione dell'altra stagione. Per destagionalizzare, ossia diversificare e arricchire la nostra proposta turistica, è necessario portare alla luce e promuovere al grande pubblico quelle tradizioni che hanno al loro interno 'tesori' che incuriosiscono e richiamo flussi turistici.

### **Bitas**

A fine marzo Cagliari ospiterà la seconda edizione della Bitas, Borsa internazionale del turismo attivo in Sardegna. L'evento, organizzato Dall'assessorato regionale del Turismo e dall'agenzia Sardegna Promozione, porterà nell'Isola i tour operator specializzati nella domanda nazionale e internazionale.

Il turismo attivo può essere definito come la nuova frontiera del turismo sostenibile, una filosofia di viaggio che combina avventura, ecoturismo e cultura. Vi rientrano tutte le tipologie di fruizione turistica a basso impatto ambientale che non sono esclusiva osservazione del territorio ma implicano un impegno del visitatore. cicloturismo, trekking, diving, windsurf, paracadutismo, parapendio, ecc.

Il turismo attivo rappresenta un segmento in forte espansione del mercato globale, garantisce flussi turistici tutto l'anno, coinvolge territori a vocazione tradizionalmente non turistica e attira nuove tipologie di visitatori. La Sardegna per le sue peculiarità uniche del suo territorio, ben si presta allo sviluppo di questo settore nell'ottica di una delocalizzazione dell'offerta verso le zone interne e una diversificazione dell'universo marino balneare. Le potenzialità sono enormi e ancora non del tutto espresse. Secondo le stime del WTO (World Tourism Organisation), i tassi di crescita generati nei prossimi anni saranno vicini al 20 per cento a fronte di un 4 per cento dei settori tradizionali.

### **FIERE**

La Regione Sardegna ha promosso la sua offerta turistica nel primo mese e mezzo del 2011 in tutte le principali fiere internazionali in giro per l'Europa: alla Vakantiebeurs di Utrecht (11-16 gennaio), alla Ferien Messe di Vienna (13 – 16 gennaio), alla Reiseliv di Oslo (13 – 16 gennaio), alla Caravan Motor Touristik di Stoccarda (15 - 23 gennaio), alla Fitur di Madrid (19 – 23 gennaio), all'Holiday World Show di Dublino (28 – 30 gennaio), al Salon des Vacances di Bruxelles (3 - 7 febbraio),

all' Holiday World di Praga (10 – 13 febbraio) e all'Eudi Show di Bologna (11- 14 febbraio). Ora è il turno della Bit di Milano, poi la Regione Sardegna proseguirà la sua campagna a Monaco (23 – 27 febbraio), a Berlino (9-13 marzo), a Mosca (16 – 19 marzo) e Dubai (2 – 5 maggio).

## **EVENTI**

Celebrazioni della tradizione

Alcuni eventi, che si innestano nel solco dell'identità e della tradizione di grande richiamo turistico (quelli previsti dal calendario della legge regionale 7), che saranno celebrati da maggio sino a fine estate, saranno promossi con una forte azione dalla Regione Sardegna: si tratta di sagre e feste storiche di valore consolidato e di grande rilievo storico – culturale, come la Sagra di Sant'Efisio a Cagliari (1 - 4 maggio), la sagra di San Francesco di Lula (1 - 10 maggio e 1 – 10 ottobre), i Festeggiamenti di San Simeone a Olbia (11 – 15 maggio), la Cavalcata Sarda a Sassari (22 maggio), l'Ardia di Sedilo (6 - 7 luglio), la Discesa dei Candelieri a Sassari (14 agosto), la Sagra del Redentore a Nuoro (28 – 29 agosto), la Corsa degli scalzi di Cabras (3 – 4 settembre) e l'Antico Sposalizio selargino (11 settembre). Tutte manifestazioni che ampliano e diversificano le proposte di vacanza in Sardegna offrendo attrazioni complementari al mare, alle spiagge, ai paesaggi irripetibili delle zone interne, ai monumenti e ai centri storici dei centri urbani. Eventi sportivi e di altro genere. Vari eventi sportivi saranno promossi nel corso del primo semestre dell'anno: la 29<sup>a</sup> edizione del Giro di Sardegna, gara ciclistica di rilievo internazionale, X-Terra, evento del triathlon isolano, il Rally di Sardegna e i Miti del mare (8-12 giugno), che prevedono tra gli altri appuntamenti la disputa a Cagliari del mondiale di motonautica.

## **PIANO MARKETING**

Si associa all'Isola che Danza la più importante campagna istituzionale mai fatta nell' 'altra stagione' e per le aree interne. Un piano-media da 300mila euro, che permette una visibilità senza precedenti all'Isola che Danza. Sono stati chiusi contratti con quotidiani a tiratura nazionale (Corriere della Sera, Repubblica, Il Giornale, ecc.) ed emittenti nazionali televisive (La7, Sky e Canale5) e radiofoniche (RadioRai, Radio 105, RadioMontecarlo). In particolare i Carnevali saranno valorizzati durante le trasmissioni 'Caterpillar' e 'Il ruggito del coniglio'.

È stata attivata una forte azione sul web, acquisendo banner e tendine su alcuni dei siti più cliccati, nazionali e regionali.

Altri segni innovativi della campagna istituzionale si ritrovano sui pannelli pubblicitari dell'aeroporto di Linate, su quelli della stazione ferroviaria centrale di Milano e sui tram del centro storico del capoluogo lombardo, per tutto febbraio, compariranno le immagini delle Scintille dal cuore, dei Carnevali sardi e dei riti della Settimana santa.

La campagna di promozione coinvolge, inoltre, i taxi milanesi e, in questo caso, proseguirà sino al 30 aprile, ossia sino alla chiusura dei riti della Settimana santa. Dopodiché partirà l'intensa campagna di promozione della cosiddetta 'stagione balneare'.

## **INNOVAZIONE TECNOLOGICA**

Novità fondamentale è il restyling del sito web istituzionale SardegnaTurismo con una nuova veste grafica molto accattivante, con contenuti sempre più completi e attraenti e con un'implementazione dell'offerta di servizi per viaggiatori e operatori del settore. Per chi viaggia la possibilità di accedere sempre più facilmente a tutti i servizi richiesti. Il nuovo sito sarà presentato proprio in occasione della Borsa del turismo a Milano.