



Sardegna. *Autunno in Barbagia 2014, sfoggia le nostre storie*

Dal 5 settembre al 14 dicembre 2014

Cagliari, 5 agosto_ Al via la 14esima edizione di *Autunno in Barbagia*, mostra itinerante della tradizione barbaricina, che in tutta la settimana dal 5 settembre al 14 dicembre presenterà le bellezze dei 28 Comuni della Provincia di Nuoro, nell'affascinante territorio della Barbagia.

Un appuntamento lungo quattro mesi, dedicati alla cultura in tutte le sue forme: arte, storia, folklore, artigianato ed enogastronomia in uno scenario dai paesaggi indimenticabili. Ogni week end si potrà conoscere un paese diverso con le sue caratteristiche e specialità, grazie alle mostre allestite nelle "corti", i tipici cortili delle case antiche della Sardegna e nei vicoli di questi straordinari paesi.

Martedì 5 agosto alle ore 10.00, presso la sede dell'Assessorato al Turismo di Cagliari è stato presentato l'intenso calendario di appuntamenti di *Autunno in Barbagia* e l'articolata campagna di comunicazione e promozione dell'iniziativa progettata e sviluppata dalla Camera di Commercio di Nuoro e dalla sua Azienda Speciale Aspen.

Presenti oltre all'Assessore al Turismo Francesco Morandi, il Presidente della CCIAA di Nuoro Agostino Cicalò, il Presidente dell'ASPEN Vincenzo Cannas, il Gruppo Meridiana con Giovanni Matassa e Silvio Pippobello e il Banco di Sardegna con Stefano Sulis e Giampietro Arra.

Visitare la Sardegna durante *Autunno in Barbagia* è un viaggio emozionale per visitare paesi prima sconosciuti, significa immergersi in un *collage* di emozioni, musiche, cortili, sapori, arte, colori, costumi, dialetti, artigianato. Infatti, la Sardegna non è solo il mare, ma nel cuore del suo territorio custodisce un patrimonio naturale, artistico e culturale unico al mondo. Sono questi gli elementi che caratterizzano tutta la campagna di comunicazione con la quale, come ricordato dal Presidente Aspen **Vincenzo Cannas**- *"si invita il turista a "Sfogliare le storie della Sardegna", a conoscere il territorio e a partecipare a tutte le iniziative. Il coinvolgimento del pubblico è centrale"*.

Le attività tradizionali, affissioni, uscite stampa e brochure, raggiungeranno il pubblico più maturo, mentre il target più giovane e quindi "digitalizzato" verrà coinvolto dai *social media*, dalla



gamification e dai contenuti accessibili tramite *QR code*.

In questi giorni l'Instant Win “*Carta che vince, Autunno che arriva*”, sta coinvolgendo un numero sempre maggiore di persone, attratte dalla possibilità di vincita immediata. A breve poi, il *photo contest* “*Il nostro autunno*”, darà il via alla *gamification*, un ulteriore modo di stimolare alla partecipazione attiva gli utenti, attraverso azioni che porteranno alla conquista di badge e vantaggi reali.

“*Un’eccellenza nel panorama culturale e turistico della Sardegna in quanto esempio virtuoso di animazione territoriale, utile a supportare lo sviluppo delle economie dell’Isola*”. È la definizione quanto mai esplicativa che l’assessore regionale del Turismo, Artigianato e Commercio **Francesco Morandi** dà di Autunno in Barbagia, una manifestazione talmente strutturata e consolidata nelle promozione turistica, culturale, enogastronomica e dell’artigianato da rappresentare “*un vero e proprio laboratorio - aggiunge Morandi - da replicare in tutta l’Isola: da Autunno in Barbagia ad Autunno in Sardegna*”.

“*Attraverso un viaggio lungo più di tre mesi nel cuore della Sardegna tra cultura, arte, enogastronomia e spettacoli – spiega l’assessore regionale - intendiamo innanzitutto dare voce alla nostra vocazione tradizionale e, di conseguenza, animare le località coinvolte, così richiamare i visitatori attraverso i segni della nostra identità, permettendo loro di scoprire sapori e saperi sardi*”.

“*Siamo certi che Autunno in Barbagia 2014, anche grazie alla nostra stretta collaborazione con la Camera di Commercio – conclude l’esponente della Giunta - sia in grado di attrarre flussi dalla Penisola, come già accade da anni per gli stranieri che affollano le piazze dell’entroterra isolano: parliamo di un’iniziativa capace di coinvolgere ogni anno in tutto oltre trecentomila visitatori, sardi, dal resto d’Italia e dall’estero*”.

Gli obiettivi della campagna di comunicazione e promozione sono molteplici: da un lato, dunque, si continuerà consolidare il mercato interno, mentre dall’altro l’impegno è rivolto ad attrarre turisti dal mercato nazionale e internazionale. A tal fine, si è scelto di migliorare la visibilità e la fruibilità degli eventi con azioni di comunicazione pubblicitaria e promozione diretta, ma soprattutto con l’introduzione di dinamiche coinvolgenti che incoraggino la partecipazione (attraverso le



opportunità che offrono *photo contest* e *gamification*) e siano al tempo stesso un utile strumento di diffusione virale delle meraviglie dei territori che i Comuni coinvolti desiderano valorizzare.

Infine, ha sottolineato il Presidente della CCIAA di Nuoro **Agostino Cicalo**'- *“le novità di quest’anno sono state pensate per allungare il periodo di presenza del turista sull’isola, intercettandolo mentre già si trova a contatto con le bellezze delle nostre coste, così da offrirgli spunti e ispirazioni per pianificare un ritorno in Sardegna, questa volta per scoprire il volto e i sapori più autentici e nascosti della Barbagia”*.

I vettori navali in questo contesto, Tirrenia, Moby, Sardinia Ferries, Go in Sardinia, hanno svolto un ruolo importante nella campagna di comunicazione, rendendosi disponibili alla diffusione del materiale promozionale di "Autunno in Barbagia" a bordo delle loro navi, e raggiungendo in questo modo un target di turisti ancora più ampio.

Giovanni Matassa – Direttore Vendite del Gruppo Meridiana e responsabile Wokita – in questa occasione ha dichiarato: *“Il Gruppo Meridiana, oltre ad essere un riferimento da oltre 50 anni per il turismo in Sardegna, promuove costantemente questa incredibile destinazione durante tutto l’anno. Siamo felici di essere al fianco dell’Assessorato al Turismo regionale e dell’Azienda di promozione ASPEN della Camera di Commercio di Nuoro in questa importante iniziativa. Le manifestazioni di questo tipo rappresentano un interessante elemento di attrazione per i turisti, che possono abbinare durante un week-end, le attività di lavoro, sportive o culturali a una visita di uno dei 28 paesi coinvolti. Ogni week-end da settembre a metà dicembre, si può abbinare quindi un viaggio in Sardegna, da Nord a Sud, con la visita di una delle tappe di Autunno in Barbagia. Ad esempio visitare la Mostra dei Giganti di Monte Prama a Cabras o il sito archeologico di Barumini o ancora fare trekking sul monte che ospita il villaggio di Tiscali e poi passare una domenica fra le stradine di uno dei paesi barbaricini in mostra, facendo propri i loro sapori e le loro tradizioni”*.

Silvio Pippobello per Geasar ha aggiunto: *“Sono convinto che lo sviluppo dell’industria turistica della Sardegna debba necessariamente passare attraverso le opportunità di viaggio offerte dall’“altra stagione” basate su fascino del patrimonio culturale e tradizionale dei territori dell’interno. A tal fine è necessaria un’efficace attività di promozione rivolta ai possibili fruitori, soprattutto in campo internazionale, in considerazione del fatto che da sempre i turisti stranieri hanno mostrato grande interesse per scoprire le bellezze e i misteri nascosti della nostra Isola. In*



coerenza con questa esigenza l'aeroporto di Olbia punta a consolidare e ampliare nell'imminente stagione autunnale/invernale i collegamenti con le destinazioni del Nord Europa, in stretta collaborazione con i principali partner strategici come Meridiana e Air Berlin".

Il Banco di Sardegna, con **Stefano Sulis**, ha concluso: *"siamo orgogliosi di prendere parte all'evento sia con un contributo finanziario ma in particolare attraverso un gioco di squadra con gli organizzatori volto alla partecipazione diretta nelle piazze e nei paesi coinvolti nel circuito con l'apertura durante la manifestazione dei nostri sportelli o l'allestimento di stand dedicati per fornire consulenza e informazioni sulle nostre attività a supporto del territorio e delle imprese".*

"Il valore aggiunto di questa 14esima edizione -ha concluso Cicalò- è la forte collaborazione tra partner istituzionali e non, impegnati a condividere le proprie professionalità e competenze per la valorizzazione del territorio e la riuscita di un'iniziativa dedicata al Cuore della Sardegna".

INFO Conferenza stampa:

Martedì 5 agosto alle ore 10.00

Assessorato al Turismo di Cagliari – viale Trieste, 105.

www.cuoredellasardegna.it

info:

comunicazione@nu.camcom.it

0784 242535

0784242536