

Autunno in Barbagia

Amore 'e Coro

Cagliari, 26 luglio 2018_ Si rinnova anche quest'anno l'immane appuntamento con la manifestazione Autunno in Barbagia, mostra itinerante della tradizione barbaricina, divenuta **il simbolo della stagione autunnale in Sardegna**.

Il circuito comprende **32 paesi della provincia di Nuoro** che, nel corso dei sedici weekend compresi tra il 1° settembre e il 16 dicembre, organizzeranno una serie di eventi dedicati ad arte, storia, folklore, artigianato ed enogastronomia, in vetrina nelle tipiche "cortes" delle antiche dimore isolate.

Alla conferenza stampa di presentazione, che si è svolta oggi presso gli uffici dell'Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio, hanno presenziato l'Assessora Barbara Argiolas, il Presidente della Camera di Commercio di Nuoro, Agostino Cicalò, ed il Presidente dell'Azienda Speciale Aspen, Roberto Cadeddu. Presenti anche i partner ufficiali che hanno confermato il proprio supporto alla manifestazione: Banco di Sardegna, Tiscali, Gruppo Moby-Tirrenia, Grimaldi Lines e Sardinia-Corsica Ferries.

"Anche quest'anno la Camera di Commercio di Nuoro ha deciso di puntare fortemente su Autunno in Barbagia e sulla sua promozione, con un importante investimento economico, capace di generare ricavi per una cifra compresa tra gli 8 e i 10 milioni di euro per il territorio e per le imprese. A dimostrazione di un brand divenuto ormai solido, verranno confermati tutti i 32 appuntamenti della scorsa edizione. Il nostro obiettivo è quello di creare un prodotto turistico che offra ai visitatori la possibilità di conoscere le tradizioni e la vera identità del cuore della Sardegna. Nel corso dei suoi 23 anni di vita Autunno in Barbagia ha saputo espandersi oltre i confini regionali, come testimoniato anche dalla visibilità nelle più importanti riviste internazionali, come ad esempio il New York Times che ha dedicato un'importante vetrina giornalistica ai nostri eventi" ha dichiarato il **Presidente della CCIAA di Nuoro, Agostino Cicalò**.

La vera forza di Autunno in Barbagia è stata ed è tuttora quella di costituire una rete solida e compatta tra le amministrazioni locali e le imprese del territorio – ha dichiarato il **Presidente dell'Azienda Speciale ASPEN, Roberto Cadeddu** – che possono sfruttare la manifestazione per mettere in mostra e vendere le migliori produzioni artistiche, artigianali ed enogastronomiche. L'obiettivo che noi tutti ci prefiggiamo è quello di riuscire a vendere il prodotto Autunno in Barbagia in maniera sempre più convincente, anche al di fuori dei confini della Sardegna, ampliando i flussi turistici e contribuendo a rispondere all'esigenza di destagionalizzazione turistica nella nostra Isola.

Roberto Sau, Azienda Speciale ASPEN, ha illustrato le caratteristiche e le modalità di promozione della manifestazione: "Il *claim* scelto per questa edizione richiama la nota opera del poeta sarulese Salvatore Sini "A Diosa", scritta nel 1915 e musicata dal compositore cagliaritano Giuseppe Rachel, riconosciuta come poesia d'amore per antonomasia della Sardegna. Per quanto concerne la promozione, come nelle passate edizioni, abbiamo rinnovato le partnership con i vettori aerei e navali che ospiteranno delle pagine promozionali nelle proprie riviste di bordo e continueremo ad effettuare una promozione completa ed esaustiva nel web, attraverso il nostro sito di riferimento (www.cuoredellasardegna.it) e i canali social. Saremo inoltre presenti con le tradizionali affissioni e con la distribuzione del materiale cartaceo (brochure, locandine e cartoline) in tutta la Regione, e negli aeroporti, sia attraverso i manifesti, che nei video monitor delle aree di transito dei visitatori. Il costo totale del nostro investimento sulla comunicazione e sulla promozione dell'evento è di circa 480 mila euro".

Ilenia Loi (Tiscali): “La nostra è un’azienda molto radicata in tutto il territorio sardo e, per questo motivo, ha deciso di confermare anche per l’edizione 2018 il supporto in qualità di media partner per lo sviluppo della promozione digitale e delle campagne di web marketing. Autunno in Barbagia rappresenta in maniera concreta il territorio del nuorese e per questo motivo abbiamo deciso di proseguire questa collaborazione duratura e ricca di soddisfazione, per la quale ringraziamo il Presidente Cicalò e la Camera di Commercio di Nuoro con la quale operiamo in perfetta sinergia.

Antonio Garrucciu, Responsabile delle Relazioni Esterne del **Banco di Sardegna:** “Tra la nostra Banca e la Camera di commercio di Nuoro è in corso una partnership lunga e soddisfacente che anche quest’anno verrà riconfermata con l’inserimento di alcune importanti novità: oltre alla carte di credito, che verranno prodotte per la manifestazione, da quest’anno abbiamo deciso di introdurre un ulteriore strumento, rappresentato dai braccialetti da polso contactless che potranno essere utilizzati per i pagamenti elettronici. Confermiamo inoltre la nostra presenza in almeno 14 tappe del circuito e 2-3 convegni che organizzeremo in concomitanza degli eventi in programma nel corso della manifestazione”.

Ivan Caddeo, Relazioni Esterne Gruppo **Moby-Tirrenia** ha dichiarato: “Da 5 anni abbiamo deciso di fornire il nostro supporto alla manifestazione di Autunno in Barbagia, in quanto crediamo fortemente in questo prodotto e riteniamo sia una concretizzazione pratica di una bellissima idea. Spesso le idee di un turismo diverso e innovativo rimangono sulla carta, mentre Autunno in Barbagia è la chiara dimostrazione di quanto sia importante mettere in campo in maniera concreta un progetto di grande qualità. È fondamentale far percepire, al di fuori dei confini regionali, come il cuore della Sardegna sia una grande fonte di cultura, ambiente e tradizioni materiali ed immateriali di eccellente spessore”.

Elena Bilardi, in rappresentanza del partner **Grimaldi** ha dichiarato: “La nostra compagnia, da 3 anni, ha deciso di proseguire sulla strada di questa bellissima partnership, per la quale vengono create delle offerte specifiche che possano contribuire ad incrementare il flusso dei visitatori in Sardegna nella stagione autunnale. Il numero dei turisti che si recano nell’Isola in questi periodi è in netto aumento e questa crescita può essere indubbiamente spiegata anche attraverso la presenza ormai consolidata di iniziative come Autunno in Barbagia, alla quale Grimaldi ha deciso con felicità di offrire tutto il proprio supporto”.

"Autunno in Barbagia - dice **l'assessora del Turismo, Artigianato e Commercio Barbara Argiolas** - è diventato con gli anni un prodotto turistico di qualità, che valorizza al massimo le peculiarità dei territori coinvolti e il nostro agroalimentare. Nelle tappe di settembre e ottobre riesce a interessare e coinvolgere i turisti italiani e stranieri e stabilire un legame tra coste e zone e interne che diventa anche occasione di sviluppo economico. Ma soprattutto Autunno in Barbagia è ormai un progetto culturale originale che mette insieme enti locali, imprese, cittadini e viaggiatori e riesce a creare un senso di comunità tra chi vive nei paesi coinvolti e chi invece li visita. L’elemento più straordinario è una delle chiavi del suo successo è la capacità di far emergere le identità autentiche dei territori, rendendo ogni tappa diversa dalle altre”.

“Riteniamo che Autunno in Barbagia – conclude il **Presidente Cicalò** – sia, in Europa, la maggiore manifestazione per durata e per il numero di soggetti coinvolti. Abbiamo intrapreso un cammino di espansione verso l’estero che si concretizza, oltre che nei vari strumenti elencati pocanzi, anche nell’organizzazione di press tour per i giornalisti stranieri, che possono così conoscere e raccontare quanto visto con i propri occhi nel nostro bellissimo territorio. I miei ringraziamenti vanno a tutti i partner, compreso il gruppo Corsica-Sardinia Ferries, che non è potuto essere presente quest’oggi ma che ci garantisce un grandissimo supporto”.