



Cagliari, 1° Agosto 2019

Si rinnova anche quest'anno l'immane appuntamento con la manifestazione **Autunno in Barbagia**, mostra itinerante della tradizione barbaricina e **simbolo della stagione autunnale in Sardegna**.

Il circuito comprende **32 paesi della provincia di Nuoro** che, nel corso dei quindici weekend compresi **tra il 7 settembre e il 15 dicembre**, organizzeranno una serie di eventi dedicati ad arte, storia, folklore, artigianato ed enogastronomia, in vetrina nelle tipiche "cortes" delle antiche dimore. Alla conferenza stampa di presentazione, che si è svolta oggi presso gli uffici dell'Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio, hanno presenziato l'Assessore **Giovanni Chessa** ed il Presidente della Camera di Commercio di Nuoro, **Agostino Cicalò**. Presenti anche i partner della manifestazione: Banco di Sardegna, Tiscali, Geasar, Moby-Tirrenia, Grimaldi Lines, Sardinia-Corsica Ferries, Portale Sardegna, Heart of Sardinia e Ajò in Pullman.

"Autunno in Barbagia è giunto alla sua 24esima edizione – ha dichiarato **Agostino Cicalò** – e, anche quest'anno, la Camera di Commercio di Nuoro ha deciso di puntare fortemente su questa iniziativa e sulla sua promozione, attraverso un importante investimento economico, capace di generare un ricavo totale di oltre 10 milioni di euro per il territorio e per le sue imprese. Verranno confermati tutti i 32 appuntamenti della scorsa edizione, nella quale si sono registrate oltre 500 mila presenze, grazie alla rievocazione ed alla valorizzazione delle nostre tradizioni. Vorrei ringraziare i partner storici che hanno confermato il loro sostegno alla manifestazione e quelli nuovi che da quest'anno entrano a far parte della nostra iniziativa".

Roberto Sau, Responsabile dell'Azienda Speciale ASPEN, ha illustrato le caratteristiche e le modalità di promozione della manifestazione: "Come nelle passate edizioni, abbiamo rinnovato le partnership con i vettori aerei e navali e continueremo ad effettuare una promozione completa ed esaustiva nel web, attraverso il nostro sito di riferimento (www.cuoredellasardegna.it) e i canali social. Abbiamo inoltre attivato 6 nuove collaborazioni strategiche e tematiche che si sviluppano in precise attività di co-marketing. Ad esempio, grazie alla collaborazione con Open Voucher-Portale Sardegna, con cui abbiamo lavorato anche in passato, garantiamo al turista la possibilità di organizzare da sé e con facilità la visita in Sardegna, attraverso l'offerta combinata di soggiorno in hotel e noleggio dell'auto. Grazie ad Heart of Sardinia offriamo invece la possibilità di individuare e scegliere i servizi nei vari paesi. Ogni partner porta con sé il proprio valore aggiunto e si integra nel progetto in maniera organica".

Giuseppe Cuccurese, Direttore Generale del Banco di Sardegna, ha presentato la partnership tra l'istituto bancario e Autunno in Barbagia: "Tra la nostra Banca e la Camera di Commercio di Nuoro è in corso una collaborazione lunga e soddisfacente che anche quest'anno verrà riconfermata, con l'obiettivo principale di valorizzare il territorio. Durante le tappe di Autunno in Barbagia le nostre filiali resteranno aperte al pubblico ed organizzeremo, come di consueto, 4 convegni in altrettanti paesi del circuito. Inoltre, anche quest'anno verranno prodotte le carte di credito brandizzate con il



logo di Autunno in Barbagia, che saranno legate ad alcune importanti iniziative promozionali per gli esercenti. Riteniamo che questa manifestazione sia un'attività propedeutica contro lo spopolamento delle zone interne, capace di creare business e fare rete tra gli imprenditori locali contrastando questo triste fenomeno”.

Silvio Pippobello (Amministratore Delegato della Geasar): “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. Quest’anno abbiamo deciso di puntare sul mercato olandese che, grazie al collegamento tra Amsterdam e Olbia garantito dal vettore Transavia nel periodo di Autunno in Barbagia, ha ottime possibilità di destagionalizzare l’offerta turistica per la nostra isola. Per intercettare il mercato olandese e raccontargli cos’è Autunno in Barbagia è stato attivato un piano promozionale dedicato, che vedrà gli investimenti principali sul sito internet e sulla rivista di bordo di Transavia e su una serie di strumenti di advertising declinati appositamente. Grazie a questa collaborazione cercheremo di intercettare oltre 4 milioni di passeggeri olandesi che saranno sicuramente attratti da tematiche come quelle relative alle tradizioni, alla cultura e all’ambiente della Barbagia”.

Cristiana Mura (Direzione Marketing e Comunicazione 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 2019 il suo 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, grazie alla forte condivisione di questi valori, operiamo ormai da anni in perfetta sinergia”.

“Autunno in Barbagia è un vero caso di successo per il turismo della nostra Isola – ha concluso l’Assessore **Giovanni Chessa** – un esempio di come si possa valorizzare il territorio unendo le forze e facendo sistema. Un evento capace di destagionalizzare l’offerta turistica che per l’80 per cento proviene ancora dal turismo balneare. Questa manifestazione rappresenta un valore aggiunto per aiutarci a raggiungere questo obiettivo e, per questo motivo, i miei ringraziamenti vanno alla Camera di Commercio di Nuoro e ai 32 Comuni che fanno parte del circuito. Attraverso l’utilizzo degli strumenti di comunicazione e promozione, finanziati dalla Regione Sardegna, dobbiamo riuscire a valorizzare la cultura e le tradizioni sarde, vendere il nostro territorio e le sue bellezze. In questo modo sarà inoltre possibile fidelizzare il turista affinché possa tornare in Sardegna anche in futuro”.