

PIANO DI PROMOZIONE ATTRAVERSO IL SISTEMA DEGLI AEROPORTI DELLA SARDEGNA Azioni congiunte degli aeroporti condivise con l'Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio

ARTIGIANATO. Progetto in continuità con le azioni intraprese per la promozione del settore dall'assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio. Rispetto alla presenza degli *shop* dedicati alla promozione e commercializzazione dei prodotti dell'artigianato artistico all'interno delle aerostazioni di Cagliari e Olbia - che hanno ottenuto ottimi riscontri, promozionali e commerciali, per il brand 'Isola - Artigianato di Sardegna' nel biennio passato - la novità del 2018-2019 sono le numerose iniziative di animazione e dimostrative del lavoro degli artigiani all'interno degli aeroporti, potenziate e mirate ad attrarre l'attenzione dei passeggeri in transito.

PROFILAZIONE. L'ambizioso piano di fidelizzazione del turista e di acquisizione dei dati del viaggiatore dell'assessorato del Turismo comincia dagli aeroporti, che hanno dato disponibilità a unire i singoli database in un'unica mailing list che l'assessorato potrà sfruttare per accompagnare il viaggiatore con informazioni e proposte di vacanze esperienziali, formulate e progettate in base alla cultura del turista e ai suoi desiderata. L'obiettivo è raccogliere più informazioni possibili sui turisti attraverso gli accessi alla rete wi-fi degli scali e utilizzarli per attivare canali di comunicazione diretti, fidelizzare i viaggiatori e capitalizzare la loro attenzione per l'Isola.

FIERE E DESTINATION MANAGEMENT. Il piano condiviso dagli aeroporti e dall'assessorato del Turismo ha l'obiettivo di supportare la Regione nelle attività promozionali durante fiere/workshop/eventi nazionali ed internazionali mediante la presenza di personale specializzato nelle politiche di destinazione e dettagliatamente documentato sui principali collegamenti con il territorio. Altro fondamentale obiettivo dell'azione è rafforzare la destinazione Sardegna, anche attraverso incontri di aggiornamento specifici con gli operatori, grazie alla divulgazione e condivisione della strategie di sviluppo delle rotte e delle compagnie aeree e alla promozione dei principali tematismi scelti dall'assessorato.

WORKSHOP E COACHING. L'attività di *coaching* sarà incentrata sul mercato tedesco, primo mercato internazionale per Sardegna, scelto dall'assessorato al Turismo per importanza e consistenza. Ad esso sarà dedicato un evento specifico, declinato in due giornate (18-19 aprile 2018), al quale potranno iscriversi tutti gli addetti del settore turistico, sia privati che pubblici. Il programma partirà dall'illustrazione dell'analisi effettuata da un'importante società di ricerche, la Reise Analyse, che stila annualmente un report sull'orientamento dei tedeschi rispetto al mercato della vacanza. Si parte da dati e analisi del profilo turistico della Germania nella prospettiva della strutturazione di un prodotto ad hoc rivolto ai viaggiatori tedeschi, sviluppato in collaborazione con Josep Ejarque ed EnergetiCoaching-IAS. L'obiettivo del *coaching* è rafforzare la qualità delle conoscenze degli operatori con un'analisi della vendibilità del prodotto sardo e la progettazione di un'offerta mirata. A fine estate andrà in scena una seconda sessione, di verifica della creazione del prodotto turistico e della comunicazione sviluppata dagli operatori sardi: un'unica giornata, con analisi degli effetti del *coaching* anche attraverso un workshop tra esperti della domanda e tecnici dell'offerta.

MAGAZINE. Il progetto editoriale del magazine, ideato dall'aeroporto di Olbia in collaborazione con l'assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio, è stato pensato per raccontare la Sardegna da una prospettiva del viaggiatore che si appresta ad affrontare un viaggio in Sardegna. Sarà uno strumento di comunicazione flessibile ed efficace della Regione, aeroporti e operatori, adatto per promuovere nel mondo l'offerta turistica della Sardegna e per consultare i principali riferimenti utili prima, durante e dopo la vacanza. All'interno delle pagine di **Discover Sardinia**, questo il nome della testata semestrale, ci saranno servizi firmati da giornalisti autorevoli e di prestigio nel panorama internazionale della stampa. Arricchiranno il



REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

SARDEGNA



Aeroporto
Olbia Costa Smeralda
GEASAR

magazine delle rubriche fisse curate da *influencer* e *blogger*, per stare al passo con le nuove modalità di lettura in ambiente web. La rivista sarà distribuita nei tre aeroporti sardi come free-press e avrà una declinazione in formato sfogliabile disponibile sui siti di Sardegnaturismo.it e dei tre scali. La versione integrale in inglese e la linea editoriale condivisa tra assessorato e aeroporti la rendono ideale anche come prodotto di promozione in occasione di fiere e appuntamenti istituzionali mirati ad attrarre nuovi mercati. Il suo sottotitolo *The definitive guide* è coerente con la filosofia del magazine, un prodotto tascabile in formato b5 e stagionalmente aggiornato sugli eventi e i collegamenti da e per l'Isola.