



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

**DELIBERAZIONE N. 53/16 DEL 29.12.2014**

**Oggetto: Azioni di promozione finalizzate alla destagionalizzazione dei flussi turistici attraverso i trasporti. Legge regionale 24 ottobre 2014, n. 19, articolo 1, comma 23.**

L'Assessore del Turismo, Artigianato e Commercio richiama alla Giunta il contenuto della disposizione recata dall'articolo 1, comma 23, della legge regionale n. 19 del 24 ottobre 2014, con la quale, nel contesto della manovra di bilancio per l'anno in corso, all'Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio sono state destinate risorse per attivare azioni dirette al miglioramento dell'offerta turistica attraverso la destagionalizzazione dei servizi di trasporto e l'attuazione di politiche mirate di promozione turistica. Le azioni di promozione, quindi, devono coinvolgere il sistema dei trasporti, secondo quanto previsto dalla legge.

Nell'ambito delle competenze attribuite all'Assessorato, riferisce l'Assessore, la destagionalizzazione dei servizi di trasporto deve essere intesa quale strumento per incentivare e supportare la destagionalizzazione dei flussi turistici, attraverso politiche di promozione che, da un lato, siano idonee a proporre ai mercati di riferimento motivazioni di viaggio alternative rispetto alla consueta domanda riferita al prodotto marino-balneare in alta stagione e, dall'altro, possano agire quale incentivo per i vettori maggiormente coinvolti dai potenziali target della domanda al fine di potenziare il network di trasporto oltre la stagione estiva.

In quest'ottica, prosegue l'Assessore, occorre individuare le tendenze della domanda turistica attenta a prodotti differenti rispetto al marino balneare, tenuto conto che gran parte dei cittadini dei mercati turistici di riferimento godono di più periodi di vacanza durante l'anno, non limitati alla sola stagione estiva, nell'ambito dei quali dedicano brevi periodi di ferie per vacanze ai cosiddetti short-break.

Le azioni di promozione dirette alla destagionalizzazione dei flussi devono pertanto enfatizzare aspetti territoriali non strettamente legati alle componenti del prodotto marino-balneare, quali le città, i borghi caratteristici, gli eventi, la qualità ambientale, l'enogastronomia, i beni culturali, il turismo attivo e il più generale concetto della qualità della vita. Elementi ancora più apprezzabili e fruibili in periodi non congestionati dalle presenze dell'alta stagione.

L'azione di destagionalizzazione riferita ai servizi di trasporto coincide con la promozione mirata a produrre un allungamento della stagione qualora abbia l'obiettivo di coniugare la tendenza della



domanda internazionale verso gli short-break con gli attrattori locali che soddisfano le esigenze di vacanza breve. A questo fine è evidente che il trasporto aereo sia l'unica componente del prodotto turistico globale a consentire di raggiungere l'isola dai principali mercati europei in tempi ragionevoli e compatibili con la tipologia di vacanza fuori stagione. I mercati obiettivo in questione sono identificati valutando i principali mercati di incoming europei per numero di arrivi nel 2013 e 2014, tenuto conto dei dati ufficiali del Sired e delle ulteriori analisi di mercato (Germania, Francia, Svizzera, Regno Unito, Spagna, Austria, Paesi Bassi) integrati con i mercati obiettivo per l'Expo Milano 2015 (Francia, Germania, Spagna, Regno Unito e Belgio).

La promozione finalizzata al sostegno delle politiche di destagionalizzazione deve pertanto prevedere le azioni in grado di colpire i target obiettivo del prodotto Sardegna, rappresentato dai potenziali turisti dei mercati di riferimento europei, in particolare quei viaggiatori con alta propensione alla vacanza caratterizzata da un periodo di permanenza breve (2/3 giorni), interessati a raggiungere la Sardegna con un collegamento diretto.

In questo scenario, la tipologia di collegamento aereo rappresenta anche il canale di comunicazione più efficace per veicolare la promozione dei prodotti caratterizzati dai tematismi che la Sardegna è in grado di esprimere nella stagione di spalla.

Pertanto, nel rispetto della previsione normativa prevista dalla legge regionale 24 ottobre 2014, n. 19, articolo 1 comma 23, è coerente attivare azioni di promozione coinvolgendo le compagnie aeree che collegano la Sardegna con le destinazioni dei mercati obiettivo, individuando, fra queste, quelle che assicurano la maggior diffusione del messaggio promozionale verso il target rappresentato dalla domanda di vacanze fuori stagione.

Inoltre, considerata la necessità di posizionare il prodotto territoriale sul mercato per supportare le azioni di incoming "short break" a valere sull'Expo 2015 e promuovere la destinazione sui canali europei dei tour operator per la creazione e distribuzione dei pacchetti turistici, si rende indispensabile un avvio immediato delle azioni utili al raggiungimento degli obiettivi indicati in precedenza.

L'Assessore, tenuto conto di quanto sopra esposto, propone che le risorse previste dalla legge per realizzare le azioni dirette al miglioramento dell'offerta turistica attraverso la destagionalizzazione dei servizi di trasporto e l'attuazione di politiche mirate di promozione turistica siano destinate tramite procedura ad evidenza pubblica al canale di comunicazione rappresentato dal network delle compagnie aeree che collegano la Sardegna e i mercati obiettivo dell'area Europa.

Al fine di impiegare efficacemente le risorse finanziarie disponibili, evitando la dispersione di fondi in una eccessiva pluralità di canali, si ritiene opportuno concentrare l'intervento, almeno in questa prima fase, su tre vettori che nella domanda di partecipazione dimostreranno di assicurare la



maggior diffusione del messaggio promozionale diretto alla destagionalizzazione dei flussi turistici, sulla base dei seguenti parametri riferiti all'anno 2014:

- numero di destinazioni collegate fra i mercati obiettivo (ampiezza network indiretto);
- numero di collegamenti operati fra i mercati obiettivo (dimensione del network indiretto)
- numero di passeggeri trasportati sui mercati obiettivo (volume del network indiretto);
- numero di destinazioni collegate tra la Sardegna e i mercati obiettivo nei mesi di bassa stagione, ovvero tra l'1.1.2014 e il 31.3.2014, e tra il 15.10.2014 e il 31.12.2014 (ampiezza network diretto stagionale);
- numero di collegamenti operati fra la Sardegna e i mercati obiettivo nei mesi di bassa stagione, ovvero tra l'1.1.2014 e il 31.3.2014, e tra il 15.10.2014 e il 31.12.2014 (dimensione del network diretto stagionale);
- numero di passeggeri trasportati tra la Sardegna e i mercati obiettivo nei mesi di bassa stagione, ovvero tra l'1.1.2014 e il 31.3.2014, e tra il 15.10.2014 e il 31.12.2014 (volume del network diretto stagionale).

Le risorse disponibili, da destinare ad azioni di promozione, saranno ripartite tenendo altresì conto:

- delle condizioni economiche proposte dai beneficiari in relazione agli strumenti promozionali a loro disposizione e potranno essere investite solo sui canali di comunicazione rappresentati dai vettori che manterranno un network di collegamenti internazionali idoneo a conseguire gli obiettivi previsti dalla legge regionale 24 ottobre 2014, n. 19, articolo 1 comma 23. Sono considerati idonei i network non inferiori al 75% di quelli previsti nel 2014 per numero di destinazioni collegate tra la Sardegna e i mercati obiettivo (ampiezza network diretto) e numero di collegamenti operati fra la Sardegna e i mercati obiettivo (dimensione del network diretto);
- dell'opportunità di assicurare premialità ai vettori in grado di offrire un network superiore al minimo stabilito quale criterio per determinare l'idoneità a presentare domanda di partecipazione.

La Giunta regionale, udita la proposta dell'Assessore del Turismo, Artigianato e Commercio, constatato che il Direttore generale dell'Assessorato ha espresso il parere favorevole di legittimità sulla proposta in esame

#### **DELIBERA**

di dare attuazione a quanto previsto dall'articolo 1, comma 23, della legge regionale n. 19 del 24 ottobre 2014, disponendo che le risorse ivi previste per la destagionalizzazione dei flussi turistici attraverso i servizi di trasporto siano destinate al canale di comunicazione rappresentato dal network delle compagnie aeree che collegano la Sardegna e i mercati obiettivo dell'area Europa. Al



fine di impiegare efficacemente le risorse finanziarie disponibili, evitando la dispersione dei fondi in una eccessiva pluralità di canali, si ritiene opportuno concentrare l'intervento, almeno in questa prima fase, su tre vettori in grado di assicurare la maggior diffusione del messaggio promozionale diretto alla destagionalizzazione dei flussi turistici, sulla base dei seguenti parametri riferiti all'anno 2014:

- numero di destinazioni collegate fra i mercati obiettivo (ampiezza network indiretto);
- numero di collegamenti operati fra i mercati obiettivo (dimensione del network indiretto)
- numero di passeggeri trasportati sui mercati obiettivo (volume del network indiretto);
- numero di destinazioni collegate tra la Sardegna e i mercati obiettivo nei mesi di bassa stagione, ovvero tra l'1.1.2014 e il 31.3.2014, e tra il 15.10.2014 e il 31.12.2014 (ampiezza network diretto stagionale);
- numero di collegamenti operati fra la Sardegna e i mercati obiettivo nei mesi di bassa stagione, ovvero tra l'1.1.2014 e il 31.3.2014, e tra il 15.10.2014 e il 31.12.2014 (dimensione del network diretto stagionale);
- numero di passeggeri trasportati tra la Sardegna e i mercati obiettivo nei mesi di bassa stagione, ovvero tra l'1.1.2014 e il 31.3.2014, e tra il 15.10.2014 e il 31.12.2014 (volume del network diretto stagionale).

Le risorse disponibili, da destinare ad azioni di promozione, saranno ripartite tenendo altresì conto:

- delle condizioni economiche proposte dai beneficiari in relazione agli strumenti promozionali a loro disposizione e potranno essere investite solo sui canali di comunicazione rappresentati dai vettori che manterranno un network di collegamenti internazionali idoneo a conseguire gli obiettivi previsti dalla legge regionale 24 ottobre 2014, n. 19, articolo 1 comma 23. Sono considerati idonei i network non inferiori al 75% di quelli previsti nel 2014 per numero di destinazioni collegate tra la Sardegna e i mercati obiettivo (ampiezza network diretto) e numero di collegamenti operati fra la Sardegna e i mercati obiettivo (dimensione del network diretto);
- dell'opportunità di assicurare premialità ai vettori in grado di offrire un network superiore al minimo stabilito quale criterio per determinare l'idoneità a presentare domanda di partecipazione.

**Il Direttore Generale**

Alessandro De Martini

**Il Presidente**

Francesco Pigliaru