



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

Allegato alla Delib.G.R. n. 32/2 del 23.6.2020

Campagna di comunicazione integrata

SARDEGNA SICURA

Premessa.

Nella Fase 3 dell'emergenza Covid-19 la Sardegna ha necessità di riposizionare la sua immagine in Italia e all'estero, attraverso azioni di comunicazione di promozione mirate ad **accrescere l'attrattività e rafforzare la reputazione di Isola sicura e accogliente**.

La strategia di comunicazione per essere efficace deve incentrarsi sul vasto patrimonio valoriale ed estetico che appartiene alla Sardegna, nelle rappresentazioni che negli anni hanno contribuito a creare un **brand di autenticità e bellezza**, unito a elementi simbolici come la longevità e la salubrità.

Il concept della campagna di comunicazione **Sardegna Sicura** poggia su questi elementi imprescindibili che fanno da sfondo al tema della salute e al concetto più ampio di benessere, oggi fortemente condizionato dalla crisi epidemiologica che ha stravolto la vita di tutti con ripercussioni anche sul mercato turistico.

Sarà indispensabile perciò veicolare un **messaggio rassicurante** per diffondere una percezione positiva agli occhi dei potenziali visitatori, per raggiungere sia l'obiettivo del riposizionamento nel mercato che la reputazione istituzionale.

Per promuovere la **destinazione Sardegna Sicura** si propone di seguire una strategia condivisa tra la Presidenza, il Turismo e i Trasporti, per migliorare anche **la percezione** relativa al tema dei **collegamenti e delle tariffe** marittime e aeree.

Azioni e strumenti.

1. Video spot promozionale di 30" da realizzare con il montaggio di riprese fatte nell'ambito delle produzioni cinematografiche girate in Sardegna, con altre riprese di tipo paesaggistico, per catturare la varietà e complessità del patrimonio naturale e archeo-culturale.

Realizzazione: produzione da parte della Fondazione Sardegna Film Commission entro giugno 2020.

2. Diffusione mediatica nazionale: una settimana di luglio

2.1 Diffusione del video promo nelle emittenti tv nazionali.

2.2 Diffusione su aeroporti nazionali, tramite i contratti della DG del Turismo.



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

- 3. Diffusione mediatica internazionale:** due settimane di luglio
 - 3.1 Diffusione del video promo sui media digitali internazionali,** tramite una rete di testate on line.

- 4. Campagna social:** già avviata e da potenziare nelle prossime settimane
 - 4.1 Sponsorizzazioni su Pagina FB RAS,** dei post relativi al video promo e altri contenuti sul tema che saranno realizzati dal Servizio Comunicazione istituzionale.
 - 4.2 Apertura canale Instagram collegato alla pagina FB,** per la diffusione di post coordinati, video e immagini.

- 5. Attività di promozione della Fase 3 e sistema collegamenti da e per l'Isola:** da realizzarsi in collaborazione con la DG Trasporti.
 - 5.1 Materiale di comunicazione,** infografiche e card digitali realizzate a tema Fase 3 per diffondere un messaggio positivo sui collegamenti da e per la Sardegna.
Realizzazione: creazione sponsorizzazioni su pagina FB e Instagram.
 - 5.2 Sito istituzionale e siti tematici,** creazione di un banner sul sito istituzionale sul tema viaggi e trasporti, che porti a una pagina contenente tutte le informazioni.
 - 5.3 Banner web nelle testate locali,** collegati alla pagina del sito istituzionale o tematico che contiene le informazioni.