

# Sardegna, un Eldorado per il Mice

La bella isola italiana ha tutti i presupposti per essere una location ideale per il turismo business, ma deve imparare a organizzare meglio la mobilità e a destagionalizzare gli arrivi. Lo dicono gli esperti e gli stessi operatori del turismo sardo

◆ Dante Daverio

**Paradiso in terra per gli amanti del mare (nella foto la spiaggia de La Pelosa), l'isola ha tanto altro da offrire anche in ottica Mice**

**T**erra dalla bellezza unica e magnetica, nella quale i forti contrasti si esaltano reciprocamente, con strutture di eccellenza e infinite possibilità post congress, la Sardegna ha tutte le caratteristiche per essere la destinazione perfetta di incentive e meeting, anche di alto livello.

Spesso però, le aziende che desiderano organizzare un evento sull'isola si scontrano con oggettive difficoltà legate a croniche carenze nelle infrastrutture e nei trasporti, da e verso l'isola, che rendono assai complicata la mobilità. Basti pensare che, ad oggi, la Sardegna è la regione con uno dei più bassi indici di dotazione infra-

strutturale in Italia. Certo, anche per questo è forse così bella e selvaggia, ma il problema dei collegamenti va risolto se si vuole fare del turismo, in particolare d'affari e congressuale, un'opportunità per l'isola. Partendo magari dal percorso inverso: facendo sì che l'isola, in primis, diventi una reale opportunità per questo tipo di turismo, oggi sempre più alle prese con l'esigenza di ottimizzare tempo e denaro e, di conseguenza, sempre più orientato a scegliere destinazioni facili da raggiungere. Una strada è sicuramente quella di sviluppare un piano di intermodalità che possa garantire collegamenti sicuri, costanti e a un prezzo di mercato in linea



con il resto dell'Italia e del comparto turistico business, oggi di nuovo in crescita nel Paese. In questo modo la Sardegna potrebbe diventare l'Eldorado Mice del Mediterraneo, considerando che già oggi vanta strutture ricettive di assoluta eccellenza per fascino, qualità e completezza dell'offerta e una qualità della vita invidiabile. Per usare le parole del poeta, Fabrizio De André: "La vita in Sardegna è forse la migliore che un uomo possa augurarsi: ventiquattromila chilometri di foreste, di campagne, di coste immerse in un mare miracoloso dovrebbero coincidere con quello che io consiglierei al buon Dio di regalarci come Paradiso".

**Onda su onda...**

Oggi, a ritenere il tema della mobilità sull'isola sempre più cruciale, non sono solo gli operatori, ma anche le istituzioni - Confcommercio, Confesercenti, Confapi e Confindustria - che, lo scorso anno, hanno dato vita al Consorzio Sardegna Tur-

sismo Servizi (STS). Il loro motto? "Sardegna, un'isola sulla cresta dell'onda", che significa una destinazione magnifica, raggiungibile in tutte le stagioni, via nave o via aereo. Il consorzio rappresenta un'ampia offerta di strutture ricettive (300 fra alberghi, campeggi e bed&breakfast) e di vettori, quali la compagnia aerea Meridiana e le compagnie di navigazione Tirrenia, Moby, Grimaldi Lines e Sardinia Ferries: sul portale [www.sardegna sullacrestadellonda.it](http://www.sardegna sullacrestadellonda.it), i turisti (leisure e business) hanno la possibilità di prenotare comodamente una sistemazione sull'isola ma anche biglietti per aerei, navi e traghetti, scegliendo sempre la tariffa migliore. Il primo anno, partito quasi in sordina, ha registrato un buon successo con oltre 85.000 accessi e 7.500 preventivi richiesti. Di questi il 65% ha scelto la formula soggiorno + nave, mentre il 35% ha preferito l'aereo per raggiungere l'isola. Per il 2014, il numero degli aderenti, sia come strutture di accoglienza che come vettori, si è allargato e la volontà del consorzio è quella di ampliare il flusso degli arrivi aprendosi sempre più ai mercati destagionalizzati, come quello business.

**Un sistema complesso**

**Agostino Cicalò**, presidente del Consorzio Sardegna Turismo Servizi, oltre che di Confcommercio Sardegna è sicuro che

**L'anima antica e ospitale della Sardegna si declina in opportunità di accoglienza uniche al mondo. Sopra la processione di Iglesias**



**Agostino Cicalò, presidente del Consorzio Sardegna Turismo Servizi**





**La destagionalizzazione degli eventi è uno dei punti di forza dell'offerta della Sardegna, meta che permette infiniti spunti post congress, da quelli sportivi in mare (sopra) a quelli culturali a terra (sotto la Tomba dei Giganti).**

l'iniziativa sia la via giusta per ridare slancio all'ospitalità sarda. «Il turismo è un sistema complesso», spiega, «che produce risultati profittevoli solo quando gli attori del sistema sono in grado di operare in modo coordinato e sinergico. In Sardegna, tra gli attori, svolgono un ruolo determinante gli operatori del trasporto marittimo e aereo. Un rapporto sinergico tra tutti è fondamentale per costruire un sistema capace di restituire alla Sardegna un ruolo



primario nel mercato nazionale ed internazionale. Certo, sono molti gli aspetti che devono essere migliorati. I trasporti navali e aerei e la ricettività sono determinanti, ma altrettanto importanti sono i trasporti interni, il decoro urbano e la qualificazione delle identità e delle tradizioni che fanno della Sardegna una destinazione unica al mondo. Per esempio, al turismo balneare, che è il nostro plus distintivo, si possono affiancare altri tipi di turismo, altrettanto affascinanti e con potenzialità ancora da sviluppare». Il manager, poi, sottolinea come l'operazione "Sardegna sulla cresta dell'onda" promossa dal Consorzio Sardegna Turismo Servizi possa essere la chiave di volta anche per il segmento business. «Il miglioramento delle condizioni tariffarie per il turismo leisure



non può che produrre una ricaduta positiva anche sul comparto business, contribuendo a rendere più accessibile la Sardegna anche per le imprese che intrattengono rapporti economici da e per l'isola. Purtroppo, negli ultimi anni, la percezione della Sardegna quale destinazione cara è stata causata in buona parte dai prezzi alti nei periodi di punta stagionale. La destagionalizzazione sarà dunque un'opportunità in più per scoprire una Sardegna inusuale e meno cara».

### **Per tutte le stagioni**

Sulla stessa linea d'onda è anche **Alberto Scanu**, Presidente di Confindustria Sardegna: «Uno dei target del consorzio STS è proprio quello di favorire i soggiorni Mice fuori stagione. Dopotutto i numeri dell'ul-

timo anno, grazie anche al consorzio, sono stati confortanti persino nei mesi non di punta, e questo significa che siamo sulla strada giusta». Anche per **Sandro Salerno**, presidente regionale di Assoturismo-Confesercenti, il Mice è un mercato di riferimento. «Mi occupo proprio dell'organizzazione di eventi e conosco bene la materia», dice, «nei prossimi anni focalizzeremo sempre più la proposta per il turismo corporate e congressuale, creando, attraverso il portale, una serie di offerte ad hoc. Una conferma al fatto che gli eventi fuori stagione funzionano sono anche tutte le prenotazioni registrate ad oggi sul portale per un'importante gara di triathlon a livello europeo, che ho organizzato di persona e che si terrà prossimamente sull'isola».

**La maggior parte dei turisti arrivati sull'isola attraverso il Consorzio STS (65%) ha scelto la formula soggiorno + viaggio via mare**





**Anche fuori dalla stagione estiva il mare sardo offre interessanti possibilità per l'organizzazione di top events**

In prima linea, per lo sviluppo del turismo in Sardegna, è anche la nuova giunta regionale sarda, impegnata a rinnovare infrastrutture e trasporti. L'assessore del Turismo, **Francesco Morandi**, parlando del sistema aeroportuale isolano ha recentemente spiegato: «Stiamo costruendo un futuro per la regione che preveda più integrazione tra il settore turismo e quello trasporti. Lo hanno chiesto con forza gli operatori e i territori. Ma il sistema dell'offerta va programmato in modo adeguato: già da maggio contiamo di delineare la stagione 2015 in un'ottica di medio periodo che ci porti a pianificare, insieme agli operatori, almeno, per i prossimi tre anni, con un'attenzione particolare alla bassa stagione. Occorre inoltre un'efficace campagna di marketing e comunicazione in grado di promuovere la Sardegna come meta ideale anche nei mesi non di punta, in particolare per quanto riguarda l'organizzazione di eventi. E poi bisogna che servizi, infrastrutture, trasporti e collega-

menti siano all'altezza e adatti ad accogliere un turismo internazionale evoluto ed esigente».

### **Non solo mare**

Non tutti gli operatori sono, però, concordi nel ritenere inefficienti i collegamenti, perlomeno quelli via mare, con la Sardegna. Tra questi c'è il vettore Tirrenia, che fa parte del Consorzio "Sardegna sulla cresta dell'onda". Spiega infatti il direttore commerciale **Ugo Masciocchi**: «la Compagnia Italiana di Navigazione, che – ricordiamo – ha acquisito la Tirrenia di Navigazione nel luglio del 2012, garantisce per 365 giorni l'anno ben 66 collegamenti settimanali con l'Isola, collegando tutti i principali porti Olbia, Porto Torres, Cagliari, Arbatax con Genova, Civitavecchia, Napoli e Palermo. In quest'ultimo anno e mezzo», spiega Masciocchi, «la Compagnia, oltre a non avere mai omesso un collegamento, ha anche registrato la massima puntualità. Altra questione è la tariffa unica che riguarda principalmente il trasporto aereo. Noi operiamo con tariffe stabilite dalla Convenzione di Stato, che prevede una differenziazione tra i prezzi riservati ai residenti e quelli per i passeggeri ordinari. Da parte nostra, come soci di "Sardegna sulla Cresta dell'Onda", siamo disponibili a lavorare insieme a tutti gli altri operatori per far sì che l'isola non venga percepita più solo come destinazione mare. Per esempio abbiamo già ampliato la fascia delle "offerte" speciali con campagne a tariffe low cost per alcune tratte, come Civitavecchia Olbia, per la quale,



**Ugo Masciocchi, direttore commerciale Tirrenia**



un passeggero spende, prezzo *all inclusive*, a partire da 32,07 euro. Con Meridiana, invece, abbiamo dato vita al package "Fly & Ferry" che, a un costo fisso di 600 euro, propone un mix di tratte in aereo e in nave, da e per la Sardegna, tra aprile e ottobre».

**Valorizzare il turismo**

Per **Eliana Marino**, direttore commerciale di Moby «non esiste una "soluzione"/"risposta" ad una situazione che è definita dalla particolare conformazione geografica del territorio. Certo si può e si deve», dice Marino, «lavorare tutti insieme per una mobilità sempre più integrata. La nostra compagnia è in prima linea nel rendere l'isola più accessibile, con un fitto calendario di partenze, e attraverso l'adesione a iniziative sinergiche come quella del Consorzio Sardegna Turismo Servizi. L'impegno di Moby è forte e costante anche sulla questione tariffe. Quest'anno, ben più della metà delle oltre 1.500 partenze di Moby da e per l'isola è stata assoggettata ad un abbassamento che va dal 10% al 50%: percentuali importanti, che non riguardano solo partenze di bassa stagione o ad orari improponibili, ma anche partenze nei mesi di giugno e luglio, inclusi i weekend. E nei casi in cui non siamo riusciti ad abbassare le tariffe, abbiamo comunque cercato di tenerci in linea con lo scorso anno. In quest'ottica, poi, l'iniziativa "Sardegna sulla cresta dell'onda" è un tassello importante nel piano di promozione turistica che incentiva l'afflusso dei turisti attraverso modalità di prenotazione più semplici e a tariffe convenzionate, molto interessanti anche per il segmento business. Moby è l'unica compagnia in grado di offrire frequenti collegamenti con la Sardegna da tutti i principali porti di partenza, con partenze durante tutto l'anno da Livorno verso Olbia e, a partire dalla primavera, con collegamenti giornalieri o plurigiornalieri, sempre per Olbia, anche da Genova, Piombino e Civitavecchia».

**Accordi che valgono**

«Non tutto il male della Sardegna» dice **Raoul Zanelli Bono**, direttore commerciale di Corsica Sardinia Ferries, «viene dai trasporti, anche se bisogna ammettere che nel 2010 si è arrivati a perdere di vista un



po' troppo i costi a causa della concorrenza selvaggia. È evidente che le tariffe con l'auto a un euro, ad esempio, erano impossibili da mantenere. Oggi, tutti abbiamo regolamentato le tariffe e siamo in grado di offrire prezzi giusti soprattutto per le partenze flessibili. Un passo importante per il rilancio turistico. Anche noi abbiamo aderito al consorzio, lanciando diverse promozioni per turisti locali e non. Gli accordi intermodali sono importanti e siamo aperti a partnership con operatori nazionali che programmano viaggi in Sardegna anche durante la bassa stagione. In quest'ottica ritengo interessante il mercato business, visto che, sulle rotte per la Sardegna, navighiamo tutto l'anno».

Dello stesso parere è **Francesca Marino**, responsabile passeggeri di Grimaldi Lines, «In Sardegna», spiega «nell'ultimo periodo il cambio della guardia nella giunta regionale ha portato meno tensione e maggiore apertura. Oggi siamo soddisfatti del rapporto col consorzio STS e pensiamo che sia prioritario promuovere un servizio regolare da e per l'isola, con tariffe congrue. Per il futuro, auspichiamo anche noi una ripresa dei viaggi business verso l'isola: aiuterebbe a promuovere la destinazione tutto l'anno».



**Raoul Zanelli Bono**, direttore commerciale di Corsica Sardinia Ferries. **Sopra, un ferry Moby in navigazione verso l'isola**

**Spunti per il team building e attività post congress sono innumerevoli in Sardegna**

