

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

**Incontro del 20/01/06**

### **Introduzione a cura del Consorzio Ventuno**

L'incontro verte sui seguenti punti:

- piano di marketing: strumenti e azioni di comunicazione in fase di avvio
- situazione adeguamento al disciplinare delle strutture
- definizione e individuazione del prodotto da presentare
- itinerari prescelti

### **Strumenti e azioni di comunicazione**

La società incaricata dello sviluppo degli strumenti di comunicazione è la ADDV. ADDV ha proposto, in alternativa a "Sardinia trekking and mountain bike", un nuovo nome per il club di prodotto ritenuto più coerente: **"Sardinia Hike & Bike"**. Lo studio ha evidenziato l'opportunità di utilizzare la parola hike invece di trek; infatti digitando su Google la parola Hike appaiono circa 20 milioni di risultati, con la parola trek (escludendo star trek) ne appaiono appena 5 milioni.

La stessa società dovrà realizzare:

- una carta geografica della Sardegna con l'indicazione dei 30 percorsi individuati e, nel retro, l'elenco delle strutture e delle società di servizi coinvolte;
- il sito Internet [www.sardiniahikeandbike.com](http://www.sardiniahikeandbike.com).

Un aspetto importante del sito che verrà realizzato è la possibilità di essere aggiornabile dagli amministratori in tutte le sue parti.

### **Interventi**

#### **Ivan Puddu**

Tra le azioni promozionali semplici per promuovere il club propongo di mettere tutti il marchio del club sul proprio sito; distribuire la cartina agli autonoleggi perché molti turisti decidono la vacanza al loro arrivo in Sardegna.

#### **Massimo Feruzzi**

Ottime idee; chiedo a chiunque di voi abbia delle idee da proporre di farsi avanti, perché ogni contributo verrà valutato e serve ad arricchire il progetto.

#### **Cristina Manca**

Quando potremo avere un po' di materiale?

#### **Cesare Mou**

Stiamo lavorando con celerità perché questo ci serve anche e soprattutto per partecipare alle fiere e incontrare i TO.

Tra poco sarà inoltre online la versione beta del sito e poco dopo il materiale cartaceo.

#### **Aurelio Ferroni**

Il logo è un po' alpino.

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

### Lisa Dell

Le mani sembrano in tasca e danno l'idea di poco dinamismo.

*A seguito dell'incontro è stato quindi richiesto alla ADDV di effettuare alcune modifiche al logo sulla base dei suggerimenti dei partecipanti all'incontro: la modifica del profilo della montagna per renderla più simile a quelle tipiche sarde, e dare più dinamismo al trekker.*

*Vi presentiamo la versione iniziale e quella definitiva del logo e di seguito la sua declinazione su alcuni strumenti promozionali.*



Logo proposto



Logo definitivo

*Vi presentiamo inoltre alcune declinazioni del logo approvato nel merchandising e nel banner per lo stand alle fiere.*

### Logo monocromatico per serigrafia

Positivo

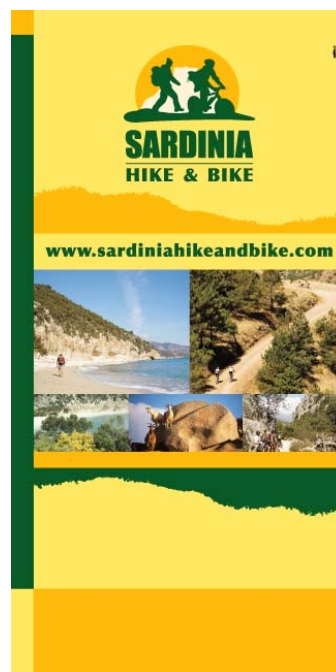


Negativo



### Esempi di applicazione su prodotti di merchandising

T-Shirt



## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

### Interventi

#### **Ignazio Porcedda**

Per quanto riguarda i gadget penso che una vetrofania o qualcosa da esporre presso le ADV o i TO sia più utile perché ci pubblicizza meglio.

#### **Lisa Dell**

Per nostra esperienza tutti gli oggetti come la vetrofania, targhe, ecc.. finiscono ammucchiate negli scaffali del TO.

#### **Cesare Mou**

Una bella maglietta, a mio parere, è lo strumento migliore perché il cliente che porta in giro il marchio.

### FIERE

La società di marketing turistico (OPTIMA srl) che ha ricevuto l'incarico per la realizzazione delle azioni promozionali, ha condiviso la scelta per il 2006 di concentrarsi sul mercato italiano e tedesco.

In particolare, si è scelta la Germania in quanto:

- ☐ bacino storico di attrazione della Sardegna e, dunque, buona conoscenza e immagine della regione sia nei clienti finali che nel trade
- ☐ eccellente collegamento con i voli low-cost Hapag-Lloyd Express, Easy jet o Ryan-air sia su Cagliari (Colonia/Bonn – Monaco – Stoccarda) che su Olbia (Hannover - Colonia/Bonn – Monaco – Stoccarda – Berlino)

Per il mercato Inglese si prevede di lavorare soprattutto con l'attività di PR con i media e il Web marketing.

#### **Mario Pani**

C'è il rischio che investire risorse nelle fiere sia inutile, in quanto sono dispersive.

### SALA

Per quanto riguarda gli educational invece il pericolo è che i TO entrino in concorrenza tra loro.

#### **Massimo Feruzzi**

In relazione alle fiere si parteciperà solo a fiere specializzate, di fatto solo due, una per il trekking e una per il cicloturismo. Sono fiere dove partecipano tutti gli attori principali di questi mercati. Escludiamo il rischio di perdere tempo; le fiere sono momenti importanti per creare quelle relazioni fondamentali per lo sviluppo del club nella fase iniziale.

#### **Simone Scalas**

Per quanto riguarda il pericolo della concorrenza tra TO non avrei preoccupazioni. Ipotizziamo che la Sardegna vada di moda per questa tipologia di vacanze come ad esempio lo è attualmente Mallorca: tutti i TO vorrebbero avere la Sardegna a catalogo.

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

### Piano fiere 2006

#### Fiere

Si parteciperà alle seguenti fiere:

##### **GERMANIA**

Settembre/Ottobre



**TourNatur** - Salone Internazionale del Trekking Düsseldorf

1-3 Settembre 2006

[www.messe-duesseldorf.de/tournatur](http://www.messe-duesseldorf.de/tournatur)

Novembre/Dicembre



**IFMA** - Messe Köln Publikumstage Fiera del cicloturismo di Colonia

16-17 settembre 2006

[www.ifma-cologne.de](http://www.ifma-cologne.de)

##### **ITALIA**

Si garantirà la presenza di un operatore commerciale bilingue a:



**BUY ITALY della BIT** 2006 di Milano

20-21 febbraio 2006



Workshop della **Borsa del Turismo Sportivo** di Montecatini Terme

ottobre 2006

Per le fiere si prevede la partecipazione con:

- ☐ Uno spazio espositivo standard di 9 mq.
- ☐ La presenza di una operatrice bilingue (Ita/Ted) per la durata della fiera in divisa in linea con la nostra immagine coordinata
- ☐ La presenza di personale del Consorzio Ventuno

Verrà organizzato un allestimento base portatile, utilizzabile in tutte le occasioni pubbliche, composto da:

- ☐ Un banner verticale monofacciale
- ☐ Un banchetto
- ☐ Un porta depliant

Attività pre-fiera

- ☐ Per ogni fiera verrà organizzato il contatto tramite mail alle liste fornite dagli organizzatori con il fine di far conoscere la posizione dello stand all'interno dello spazio fieristico e stimolare la visita.
- ☐ Briefing con i partecipanti al progetto presso Consorzio Ventuno

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

### Attività in fiera

- ☐ Gestione dei contatti presso lo stand e consegna del materiale
- ☐ Al fine di aumentare il numero di contatti, durante la fiera verrà organizzata una lotteria. I visitatori interessati dovranno lasciare indirizzo e recapito o biglietto da visita. Riceveranno un numero e un rimando al sito del progetto. A fine fiera verrà estratto in vincitore e la comunicazione verrà pubblicata sul sito Web. Il premio in palio sarà un soggiorno di un fine settimana per due persone presso una struttura aderente al progetto.
- ☐ Organizzazione del data base dei contatti avuti per l'effettuazione del follow-up

Oltre alla partecipazione con stand alle suddette fiere, con Simone si è partecipato ad altre fiere importanti (es. CMT Stoccarda) e si prevede la presenza ad alcune delle future importanti fiere del settore (es. ITB Berlino).

### Educational TO & ADV

Per il **calendario** delle azioni si rimanda al file in PDF.

Si prevede l'organizzazione di:

- ☐ 2 educational tour dalla Germania
- ☐ 1 educational tour dall'Italia

Per ogni educational è previsto un numero indicativo di otto partecipanti

Verrà effettuata l'attività di segreteria organizzativa per:

- ☐ individuazione della lista degli operatori interessati
- ☐ il contatto con gli operatori
- ☐ la verifica del loro interesse per l'evento
- ☐ l'illustrazione del prodotto Sardegna Trekking & Bike Hotels e del programma dell'educational

Per le persone individuate verrà:

- ☐ organizzata la trasferta (volo aereo da/per la Sardegna da uno degli aeroporti serviti dal vettore low cost Hapag-Lloyd Express e collegati con Cagliari: Colonia/Bonn – Monaco – Stoccarda)
- ☐ messo a disposizione un idoneo mezzo con autista e chilometraggio illimitato per l'interno soggiorno in Sardegna (5 gg./4 notti)
- ☐ messa a disposizione, oltre al personale del Consorzio Ventuno, un'assistente bilingue per l'intero educational
- ☐ non è compreso il noleggio di bici o attrezzatura tecnica per eventuali escursioni

Gadget per i partecipanti

- ☐ Si predisporranno un sufficiente numero di gadget con la serigrafia della grafica del progetto da consegnare ai partecipanti in ricordo dell'evento.

Eductour Test

- ☐ Si prevede di organizzare un Educational test in modo da poter verificare con alcuni dei partecipanti tutti gli aspetti logistici e di prodotto prima di effettuare gli educational "veri" sia con i TO-AdV che i giornalisti.

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

### Eductour press

Si prevede l'organizzazione di 1 eductour press dalla Germania

Selezione giornalisti

- ☐ Si opererà esclusivamente sui media del mercato tedesco, sia on-line che su carta stampata, dei settori della mountain bike, trekking e cicloturismo.
- ☐ Si ipotizza un numero massimo di partecipanti per evento pari a 5, eventuali accompagnatori inclusi. Un eventuale numero superiore verrà con voi concordato in funzione delle tariffe aeree disponibili

L'organizzazione dell'educational per la stampa seguirà la stessa metodologia di quelli per i TO, verrà quindi effettuata l'attività di segreteria organizzativa nella fase precedente al tour e i partecipanti avranno gli stessi servizi di quelli forniti negli educational per TO.

***Per il calendario delle azioni si rimanda al file in excell (date da confermare sulla base dell'attività organizzativa in corso).***

### Ufficio stampa

### PR media

Si prevede la gestione di 25 redazioni con una frequenza minima di redazionali bimestrale

### Metodologia operativa

- ☐ Predisposizione del data base delle riviste interessanti per l'attività in oggetto e del materiale necessario (fornito dai partecipanti) per le uscite stampa (elenco, anagrafica e breve profilo dei partecipanti del progetto, archivio di immagini in alta definizione per le pubblicazioni)
- ☐ Predisposizione dei redazionali (con periodicità almeno bimestrale) in italiano e tedesco e invio alle redazioni delle testate scelte
- ☐ Follow up delle redazioni per la verifica delle pubblicazioni effettuate o di eventuale necessità di altro materiale
- ☐ Si propone la possibilità di gestione diretta di un'area del sito web dedicato alla stampa

### Copertura target

- ☐ Riviste on line e stampate dedicate al cliente finale
- ☐ Riviste dei CRAL e Associazioni
- ☐ Settori del Mountain bike, trekking e cicloturismo

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

### Serate No-Profit

Si opererà esclusivamente nell'area del Nord Italia, l'area di maggior presenza degli appassionati di questi sport. Si organizzeranno due serate:

- ☐ Milano per il nord ovest
- ☐ Città del Veneto o dell'Emilia Romagna per il nord est

Si stima un numero massimo di partecipanti per singolo evento pari a 20

#### Modello organizzativo serate

Verrà effettuata l'attività di segreteria organizzativa per

- ☐ il contatto dei CRAL, associazioni e gruppi sportivi della mountain bike, trekking e cicloturismo delle zone limitrofe
- ☐ l'illustrazione del prodotto Sardegna Trekking & Bike Hotels e del programma della serata
- ☐ la verifica del loro interesse per l'evento
- ☐ la conferma per la partecipazione e il recall nei giorni immediatamente precedenti per ricordare l'appuntamento

Oltre alla partecipazione del Consorzio Ventuno si garantisce la presenza di una collaboratrice in divisa per l'intera durata dell'evento e l'utilizzo del materiale promozionale fieristico (banner, banchetto e porta display)

Al fine di aumentare l'interesse per l'evento verrà organizzata una lotteria. A fine serata verrà estratto in vincitore. Il premio in palio sarà un soggiorno di un fine settimana per due persone presso una struttura aderente al progetto.

### Situazione adeguamento al disciplinare delle strutture

#### Cesare Mou

I tempi si sono un po' dilatati per l'esigenza di avere tutte le strutture pronte.

Come si evince dall'elenco, il numero delle strutture partecipanti si è ridotto. Potranno partecipare a questa prima fase solo le strutture che si sono già adeguate al disciplinare e che hanno affrontato gli investimenti.

L'adesione in una fase successiva, sempre nel rispetto del disciplinare, è invece possibile e il club di prodotto rimane aperto. Ad oggi abbiamo molte richieste di adesione, sia da parte di strutture ricettive, che da parte di società di guida.

#### ***Vedi elenco allegato nel file excell***

#### Simone Scalas

Nell'insieme la situazione è positiva. Alcune strutture verranno purtroppo escluse in questa prima fase. Le problematiche rilevate sono varie: strutture che non si sono attrezzate per garantire i servizi di base previsti, poi abbiamo riscontrato difficoltà di comunicazione, che deve essere veloce e immediata. E' impensabile di poter partecipare a un progetto di questo tipo senza avere dimestichezza con la posta elettronica. Il cliente vuole una risposta immediata.

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

### IL PRODOTTO



#### **Massimo Feruzzi**

Innanzitutto voglio ripetere la cosa fondamentale: è necessario tematizzarsi!

Senza tematizzarsi si è infatti uguali a tutti gli altri e non si offre nulla di diverso.

In questa ottica ha quindi importanza fondamentale garantire i servizi basic: lo spazio per le bici, la piccola officina attrezzata, lo spazio per la pulizia ecc. Ovviamente rimane altrettanto importante l'esistenza di contatti con società di guide, servizi, assistenza ecc.

Per quanto riguarda la promozione/commercializzazione del nostro prodotto ci sono due strade:

Ipotesi A: il club Sardinia Hike&Bike si occupa della promozione, mette quindi in contatto i TO, ADV turisti. Le imprese penseranno alla gestione e a chiudere i contratti.

Ipotesi B: il club crea e vende direttamente i propri pacchetti tramite ADV.

Io ritengo che l'opzione B in questa fase è complicata, sarei quindi per lavorare sull'ipotesi A.

#### **SALA**

Si potrebbe preparare un pacchetto da vendere nella bassa stagione?

#### **Massimo Feruzzi**

Un conto è preparare un pacchetto, un conto è venderlo.

#### **Cesare Mou**

Una società si è già offerta per vendere i pacchetti e questo potrebbe consentirci di superare l'ostacolo dell'assistenza tecnica di un'agenzia di viaggi. Poiché siamo in fase di assestamento e non ci conosciamo perfettamente è opportuno fare un passo alla volta.

#### **SALA**

I pacchetti già esistono, in quanto la relazione tra guide e strutture ha già prodotto vari pacchetti, basti pensare ai tour di una settimana o ai week end.

#### **Massimo Feruzzi**

#### **I TRE LIVELLI DI VENDITA**

Riguardo a questo muovetevi anche voi, anche quando il club sarà "istituzionalizzato" non aspettate che tutte le azioni in questo settore siano condotte dal club.

### **CLIENTE FINALE**

#### **CLIENTE INTERMEDIATO (TO e ADV)**

#### **CLIENTE INTERMEDIATO (NO PROFIT)**



## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

### CLIENTE FINALE

#### COME SI SVILUPPA:

Contatto diretto hotel/cliente, trattativa diretta

#### GARANTIRE I SERVIZI BASIC:

- ☐ garage o area coperta, dedicata alle bici per il deposito sicuro;
- ☐ all'interno, banco officina con attrezzature di base;
- ☐ all'esterno, area dedicata al lavaggio e pulizia bici;
- ☐ armadietti dedicati ai trekker;
- ☐ materiale informativo (lettera di benvenuto, cartine, meteo, etc.).

#### PROPOSTE:

- ☐ Dovranno comprendere l'hotel, i servizi basic, i servizi di escursione e guide (su richiesta)

#### PROPOSTA:

- ☐ Almeno un'offerta settimanale per mbikers
- ☐ Almeno un'offerta settimanale per trekker
- ☐ Almeno un'offerta short break per mbikers
- ☐ Almeno un'offerta short break per trekker

#### OFFERTA PROMOZIONALE:

- ☐ Almeno un'offerta "speciale" per trekker
- ☐ Almeno un'offerta "speciale" per mbikers
- ☐ Almeno un'offerta "speciale" per cicloturisti

#### STRUMENTI DI BASE:

- ☐ internet e web promotion
- ☐ advertising e pubbli-redazionali sui media
- ☐ flyer, guide, cartine, etc.
- ☐ partecipazione a manifestazioni di pubblico

#### PLUS:

- ☐ buon rapporto prezzo/qualità e un'offerta speciale

#### COME SI RIPAGA IL CLUB PER L'ATTIVITA':

- ☐ attraverso la quota annuale di adesione

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

### CLIENTE INTERMEDIATO (TO, ADV)

#### COME SI SVILUPPA:

- ☐ ipotesi A: sviluppo dei rapporti tra TO e ADV specializzati e i soci del Club di Prodotto
- ☐ ipotesi B: creare pacchetti e venderli con copertura di Adv

#### GARANTIRE I SERVIZI BASIC:

- ☐ garage/area coperta, dedicata alle bici per deposito sicuro;
- ☐ all'interno, banco officina con attrezzature di base;
- ☐ all'esterno, area dedicata al lavaggio e pulizia bici;
- ☐ armadietti dedicati ai trekker;
- ☐ materiale informativo (lettera di benvenuto, cartine, meteo, etc.).

#### PROPOSTE:

- ☐ definite dal TO e ADV (ip. A), definite insieme (ip. B)
- CLIENTE INTERMEDIATO (TO, ADV)

#### PROPOSTA:

- ☐ In base alle richieste del TO o ADV per trekker
- ☐ In base alle richieste del TO o ADV per mbikers

#### OFFERTA PROMOZIONALE (in periodi di bassa stagione)

- ☐ Almeno un'offerta "speciale" per trekker
- ☐ Almeno un'offerta "speciale" per mbikers
- ☐ Almeno un'offerta "speciale" per cicloturisti

#### STRUMENTI DI BASE:

- ☐ inserimento nei cataloghi dei TO specializzati (ip. A)
- ☐ presentazione (flyer, promofax, etc.) di offerte confidenziali (prezzi netti) alle Adv in aree non trattate dai TO (ip. B)
- ☐ partecipazione a fiere

#### PLUS:

- ☐ inserimento immediato in una rete di vendita attiva

#### COME SI RIPAGA IL CLUB PER L'ATTIVITA':

- ☐ attraverso il fee (ipotesi B)

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

### CLIENTE INTERMEDIATO (NO PROFIT)

#### COME SI SVILUPPA:

- ☐ creare pacchetti e venderli con copertura di Adv

#### GARANTIRE I SERVIZI BASIC:

- ☐ garage/area coperta, dedicata alle bici per deposito sicuro;
- ☐ all'interno, banco officina con attrezzature di base;
- ☐ all'esterno, area dedicata al lavaggio e pulizia bici;
- ☐ armadietti dedicati ai trekker;
- ☐ materiale informativo (lettera di benvenuto, cartine, meteo, etc.).

#### PROPOSTE:

- ☐ basic, comunque da definire on demand

#### COME SI SVILUPPA:

- ☐ creare pacchetti e venderli con copertura di Adv

#### GARANTIRE I SERVIZI BASIC:

- ☐ garage/area coperta, dedicata alle bici per deposito sicuro;
- ☐ all'interno, banco officina con attrezzature di base;
- ☐ all'esterno, area dedicata al lavaggio e pulizia bici;
- ☐ armadietti dedicati ai trekker;
- ☐ materiale informativo (lettera di benvenuto, cartine, meteo, etc.).

#### PROPOSTE:

- ☐ basic, comunque da definire on demand

#### STRUMENTI DI BASE:

- ☐ contatti door to door (area selezionata)
- ☐ presentazione (flyer, promofax, etc.) di offerte confidenziali (prezzi netti)
- ☐ promozione attraverso il web, anche con convenzioni
- ☐ personal educational per decisori

#### PLUS:

- ☐ contatto diretto con gruppi

#### COME SI RIPAGA IL CLUB PER L'ATTIVITA':

- ☐ attraverso il fee sulle presenze o quota su fatturato

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

### Risorse e forma associativa

#### Mario Pani

Si sta lavorando per trovare altre risorse finanziarie?

#### Cesare Mou

Certo, proprio pochi giorni fa abbiamo avuto un incontro con il capo di gabinetto dell'assessorato regionale al turismo, dott.ssa Giuseppina Scorrano, e stiamo lavorando per la possibilità di integrare il nostro progetto con uno progetto interregionale nello stesso segmento di mercato che vede come capofila la Toscana.

Un'altra linea che si sta seguendo è quella della progettazione integrata, dove è previsto un tavolo di lavoro incentrato sul turismo e sul quale speriamo di poterci esprimere.

Riguardo alla creazione di un'associazione ci rivolgeremo sicuramente ad un esperto per trovare la forma legale migliore, questo passo verrà fatto più avanti perché se si facesse ora i finanziamenti resi disponibili dal Consorzio Ventuno verrebbero considerati come aiuti di stato.

### Itinerari

#### Cesare Mou

Sono stati sviluppati 30 itinerari, coprendo un po' tutta la Sardegna, anche in funzione delle caratteristiche di ogni area.

#### Simone Scalas

Si è divisa la Sardegna in 6 quadranti, pensando alle differenze morfologiche di ogni territorio.

Il ragionamento seguito per individuare i vari itinerari è stato quello di privilegiare quelli vicini all'albergo e forniti dalle società di guide.

Molti itinerari sono "civetta", in quanto conosciuti ed è possibile percorrerli senza guida (ad esempio da Cala Luna a Cala Gonone) ma dare una cartina, qualcosa di concreto, dà l'immagine di prodotto tangibile. Tra l'altro chi vuole andare da solo lo fa; i tedeschi hanno sviluppato moltissime guide di trekking e cicloturismo.

Aggiungo che le strutture o le guide che vogliono possono proporre altri itinerari nel loro territorio, che verranno sviluppati e aggiunti al sito. I costi sono di circa 300 € a percorso.