

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

**Incontro del 13 giugno 2006**

### **Introduzione a cura del Consorzio Ventuno – Cesare Mou**

L'incontro verte sui seguenti punti:

- Resoconto dei primi educational tour organizzati;
- Partecipazione alla progettazione integrata della Regione Autonoma della Sardegna;
- Valutazioni sull'attività commerciale;
- Presentazione versione definitiva del sito;
- Consegna materiale di comunicazione realizzato.

### **Report sugli educational tour organizzati**

#### **Simone Scalas**

Il primo educational si è svolto ad aprile e ha coinvolto giornalisti.

È stato necessario far fronte alle differenti esigenze dei partecipanti. Alcuni giornalisti volevano fare cicloturismo, altri volevano camminare, un giornalista austriaco voleva fare mountain bike. Grazie alla disponibilità delle guide si è riusciti a far vivere ad ognuno l'esperienza desiderata.

Sono stati ospitati:

**Peter Hoh** scrive da 6 anni una guida sulla Sardegna, "Sardinien", pubblicata dalla casa editrice "Reise Know How". Guida tra le più conosciute in Germania. Hoh ha creato anche un sito in tedesco molto interessante che si chiama [www.sardinienforum.de](http://www.sardinienforum.de) in cui si trovano informazioni sulla Sardegna.

**Rolan Auferbauer**, austriaco, si occupa di mountain bike. Lavora per un ufficio stampa e vende gli articoli a diversi giornali specializzati.

**Iris Hammelmann e Hans Ottinger**, giornalista la prima e fotografo l'altro, lavorano in un famoso ufficio stampa. Hammelmann scrive inoltre per diversi quotidiani tedeschi tra cui il "Bild".

**Maria Teresa Montaruli**, giornalista freelance, scrive in Italia per diversi giornali tra cui Airone.

Per l'organizzazione dei vari educational, come ricorderete, si è suddivisa la Regione in aree sulla base delle caratteristiche del territorio per l'ottimizzazione della logistica.

Il primo tour ha riguardato la costa est. Il tour è iniziato il 25 aprile a S. Maria Navarrese per concludersi ad Orroli il 27 aprile.

Il primo giorno c'è stata un'escursione a Cala Goloritzé, alcuni sono andati in bici altri sono arrivati a piedi. La società Salinas ha affiancato il gruppo con un fuoristrada di supporto che si è rivelato utile per riportare in hotel una giornalista molto stanca.

Il giorno successivo le guide erano Ichnusabike e Keya. Si è dovuto far fronte ad un imprevisto, la pioggia, che ha costretto a cambiare programma. Ichnusabike si è attivata per trovare un locale dove fare il pranzo al coperto e visitare il museo di Armungia.

## **PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"**

---

Il 27 aprile, grazie al bel tempo, è stato possibile organizzare un'escursione con partenza a Orroli e arrivo a Barumini. Il giornalista austriaco ha invece completato un'escursione in bici in Costa Verde accompagnato da Naomi.

L'ultimo giorno è stato caratterizzato dalla presenza di un ricco buffet organizzato in collaborazione da Naomi e Dolcevita Bike Tour.

Il viaggio di Maria Teresa Montaruli è proseguito verso Nord con l'obiettivo di raccogliere materiale per un articolo di trekking. Grazie alla disponibilità di tutti si è potuto organizzare un tour che ha interessato la costa ovest. L'articolo, in cui si parlerà di Sardinia Hike and Bike, uscirà su Airone dopo l'estate.

Tra luglio e settembre, sono stati pubblicati alcuni articoli su diversi giornali austriaci e tedeschi, articoli che sono disponibili nella sezione "press" del sito web. Peter Hoh ha citato SHB sul suo sito e ha indicato alcuni nominativi di TO e giornalisti da invitare nelle prossime occasioni.

Grazie all'educational e ai primi contatti ricevuti sono iniziate alcune collaborazioni commerciali fra le imprese del club. Sandro Cresto di Dolcevita ha studiato un tour che coinvolge il Funtana Noa e Omu Axiu. Ichnusabike e Antas Hotel stanno lavorando insieme.

Il secondo educational ha coinvolto una sola giornalista che scrive per diversi giornali tra cui Radwelt: il giornale della federazione tedesca amici della bici, ADFC, letto da 200.000 persone.

Il tour è durato una settimana: 2000 km in macchina più altri 150 in bici. Anche in questa occasione il lavoro di gruppo è stato molto importante.

### **Partecipazione alla Progettazione Integrata della Regione Autonoma della Sardegna**

#### **Cesare Mou**

Da questo momento si parlerà di Progettazione Integrata. La Regione sta utilizzando questo strumento di programmazione economica per impegnare le ultime risorse dell'ultimo ciclo di programmazione dell'Unione Europea.

Sono stati sintetizzati gli aspetti che riguardano il progetto SHB. Se venisse accettata la proposta che si intende presentare si avrebbe la possibilità di accedere a risorse finanziarie per le attività dei prossimi due anni.

#### **Sabrina Orrù**

Il progetto SHB sinora è stato portato avanti con le risorse messe a disposizione dal Consorzio Ventuno, in futuro dovrà trovare altre forme di finanziamento.

La progettazione integrata è strutturata con iniziative a livello regionale e a livello territoriale. Nel caso di SHB si farà riferimento ai progetti integrati a livello regionale.

Le tematiche individuate dalla progettazione integrata regionale per il settore del turismo sono: "Turismo sostenibile e valorizzazione del territorio ambientale e culturale" e "Itinerari di Sardegna"; nel nostro caso ci si riferisce agli "Itinerari di Sardegna". Sono ambiti tematici che hanno l'obiettivo di creare prodotti specifici e quindi facilmente collocabili sul mercato. La Regione ha individuato alcuni itinerari che sono quelli del vino, del cavallo, delle miniere, della transumanza e della bicicletta. Quest'ultimo sembra quasi scritto apposta per il progetto SHB.

Quali sono le opportunità nell'ambito della progettazione integrata? Se si presenta il progetto come club di prodotto, come si è pensato, si ha la possibilità di avere ulteriori risorse. Dopo si mostrerà

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

la proposta di programma. È stato compilato il formulario e individuati gli interventi che si pensa di fare. Le aziende che vorranno fare investimenti specifici per adeguare le proprie strutture ricettive potranno inoltre presentare delle manifestazioni d'interesse individuali secondo le loro necessità.

### **Cesare Mou:**

Alcuni hanno già anticipato che sono interessati a fare degli interventi; è stata già compilata la parte formulare relativa al club di prodotto. La singola impresa, se interessata, può presentare una scheda che riguarda gli investimenti da destinare esclusivamente alla propria struttura o società.

### **Sabrina Orrù:**

Quali sono i passi da fare? La costituenda società consortile, costituita da tutti voi che fate già parte del progetto e eventuali altre imprese che sono interessate ad entrare nel club, presenterà la manifestazione d'interesse firmata dal capofila.

Questa è la fase iniziale. A partire dal 19 giugno, il centro regionale di programmazione costituirà dei tavoli di discussione; attraverso dei partenariati di progetto verrà poi costruito il progetto integrato. La società consortile verrà costituita solo nel momento in cui ci saranno i vari bandi che andranno a finanziare il progetto.

### **Cesare Mou:**

Vediamo come era strutturato il formulario; la nostra idea imprenditoriale è costruita sul progetto SHB.

### **Sabrina Orrù:**

Nella sezione B, abbiamo presentato l'impresa proponente e illustrato il club di prodotto. Nella sezione C, abbiamo descritto la tipologia di intervento richiesto che consiste in una importante attività di promozione. Nella sezione dei servizi reali abbiamo indicato i servizi reali richiesti quali adeguamento e monitoraggio del disciplinare e customer satisfaction; mentre nella parte relativa al pacchetto integrato di offerta turistica sono stati inseriti la promozione del sito, la partecipazione ad eventi, gli educational e la partecipazione a fiere. Infine nella sezione apposita è stata inserita una parte di formazione aziendale specifica

Si è prevista anche formazione aziendale.

Sotto la voce "Reti di cooperazione e partenariati di progetto" abbiamo indicato le trattative già avviate con l'Assessorato al turismo che, come alcuni di voi già sanno, riguardano l'opportunità di far parte di un progetto interregionale; con l'Assessorato ai trasporti per l'organizzazione di eventi collaterali come il giro d'Italia che verrà organizzato in Sardegna nel 2007; con l'ente Esaf e con altre istituzioni pubbliche che sono interessate al progetto per la realizzazione di circuiti da promuovere.

Nella sezione in cui si possono proporre collaborazioni col pubblico si sono ipotizzati interventi per la sentieristica e per la rete dei trasporti.

### **Cesare Mou:**

La proposta che verrà presentata contiene già l'elenco delle imprese. Eventuali vostre manifestazioni d'interesse individuali servono per descrivere gli investimenti che si vogliono realizzare nelle singole strutture, ad esempio un centro benessere, attrezzature per le società di servizi e così via.

Come rappresentante della costituenda società consortile a responsabilità limitata si è ritenuto di indicare Renato Matta che oltre a svolgere attività di guida, è un commercialista. È sembrata la persona con l'esperienza e le competenze giuste per poter guidare questa prima fase del lavoro.

Nella voce "Descrivere prodotti servizi e mercati di riferimento" si è utilizzato tutto il materiale presente nel piano di marketing 2006 (breve presentazione degli obiettivi strategici di breve e

## **PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"**

---

lungo termine per gli ultimi arrivati ). È stato inserito il termine cicloturismo. Infatti, se fino ad ora si è parlato solo di mountain bike e trekking, da oggi si parlerà anche di cicloturismo in quanto l'itinerario della bici è costruito soprattutto su quel tema.

Finora ci si è concentrati sulle azioni promozionali svolte dalla stampa perché parlare con i TO è sembrato prematuro.

Le risorse per il cicloturismo esulano dalla progettazione integrata perché provengono da un progetto interregionale a cui la Sardegna partecipa con altre regioni.

Nella presentazione del progetto abbiamo evidenziato:

punti di forza: la forte motivazione del gruppo; la dimensione regionale del progetto che distingue il nostro dagli altri progetti nati nel resto d'Italia che hanno una dimensione provinciale se non comunale e permette di avere più chances di successo.

Criticità: è necessario allargare il progetto a nuove imprese per poter parlare con interlocutori che, prima di investire sul loro catalogo, vogliono numeri (di strutture ricettive); occorre fare pubblicità al nostro marchio, dare assistenza agli operatori e anche trovare formule per commercializzare in maniera adeguata il nostro prodotto.

Investimenti già fatti: sito Internet con possibilità di scaricare mappe e percorsi, cartina promozionale, educational. Questa era la sezione B.

Passiamo alla sezione C del formulario.

Proposta d'intervento: gli obiettivi operativi si ripetono.

Creazione di un nuovo prodotto turistico:

- realizzazione di pacchetti turistici integrati con possibilità di offrire ospitalità e servizi complementari;
- costruzione di un nuovo piano di marketing;
- adeguamento del sito web;
- modifica del disciplinare.

Sono state fatte le visite per verificare che ci fossero le condizioni per creare il club di prodotto, chi entra oggi ha la fortuna di trovare materiale promozionale già realizzato e ha inoltre la possibilità di ottenere un finanziamento dalla progettazione integrata.

È necessario monitorare il rispetto degli standard a tutela degli altri. Un'idea può essere quella di mandare periodicamente nelle vostre strutture una persona in incognito che, fingendosi un semplice cliente, controlli il servizio offerto.

Questa è la proposta che verrà discussa a quel tavolo di cui parlava Sabrina dove verranno definiti gli aspetti economici.

### **Domanda:**

Se per ipotesi uno volesse rinnovare il proprio sito...

### **Cesare Mou:**

È possibile. Compilerà l'apposita sezione della scheda personale.

## **Valutazioni sull'attività commerciale**

### **Massimo Ferruzzi:**

Ora vediamo quello che è stato fatto sino ad oggi.

## **PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"**

---

Si sono definiti i criteri di servizio (disciplinare); si è avviata una prima fase di azioni (cartine, sito, educational ); sono stati fatti dei test di mercato; si è creato un gruppo coeso. Ora si comincia ad esistere ma in realtà è solo la prima fase. Di gruppi come SHB, anche se non a livello regionale, ne nascono diversi in Italia.

Cosa fare ora? La prima cosa è ottenere visibilità verso l'esterno, sul mercato, con l'attività promo-commerciale. Occorre implementare ciò che è stato fatto sino ad oggi: siamo andati alle fiere Simone ha preso contatti coi giornalisti ecc....

Occorre quindi ottenere visibilità verso l'interno (sul territorio regionale). Si consiglia di fare una conferenza stampa: se si parla di richieste di finanziamento, di far partecipare alle nostre iniziative eventuali sponsor ma anche, in questa fase, ad attività delle istituzioni, è necessario che il territorio sia a conoscenza dell'effettiva esistenza del gruppo. Il fatto che tra gli itinerari turistici previsti dalla Regione ci sia pure quello della bicicletta è pure dovuto al fatto che questo gruppo ha pressato nell'inserimento di quella voce.

Dobbiamo cominciare a vendere il prodotto: sia direttamente nei confronti del cliente finale tramite Internet, non siamo ancora online purtroppo dobbiamo andare online immediatamente; sia nei confronti dell'intermediazione tramite TO e ADV anche se non abbiamo ancora deciso come muoverci sappiamo che più passa il tempo più ci inseriamo nel mercato più diventa impellente definire le modalità.

### **Cesare Mou.**

È immaginabile che in questa fase si inseriscano le ADV per vendere il prodotto ?

### **Massimo Ferruzzi:**

No, un TO locale deve avere dei riferimenti, per averli deve fare attività commerciale importante che vuol dire 20% in su sul valore del vostro prodotto.

In determinati periodi di bassa stagione proviamo a lanciarci sul settore dei TO, però è una scelta commerciale che deve essere presa da tutti. Dal mio punto di vista, a partire da settembre, sarebbe utile muoversi nel settore dei TO: il prodotto l'abbiamo, per il cliente finale diretto abbiamo fatto educational, sono usciti articoli sui giornali per cui avremo già delle persone che ci chiamano o che ci contattano tramite Internet.

Si tratta ora di stabilire con quali modalità andare a rapportarci con il cliente intermediato.

Collaborazione territoriale: ampliamento della sensibilità. Il territorio deve rispondere non parliamo solo di alberghi, società di servizi, ADV, ma anche di cittadini, persone comuni che vedendo passare un gruppo di trekkers siano disponibili a dare una semplice informazione.

Ampliamento base: è essenziale aumentare il numero dei soci, che siano alberghi campeggi agriturismi o società di servizi. Dove far pernottare ad esempio 1000 persone richiamate da un evento? È necessario avere nuove adesioni.

La qualità dei servizi interna ai soci: occorre garantire gli standard che sono stati definiti e sottoscritti. Alcune aziende sono rimaste fuori perché non si sentivano pronte a rispettarli. Gli standard devono essere rispettati, è inutile dichiarare un impegno e poi non mantenerlo. Tanti l'hanno già fatto alcuni sono in fase di arrivo. Per avere la certezza che determinati servizi vengano resi, entro la fine dell'anno, verrà effettuata una verifica sia attraverso il sistema della customer satisfaction sia attraverso un sistema di controllo interno.

Regole di gestione dei contatti: nel momento in cui la società consortile sarà costituita ci sarà bisogno di un regolamento. Serve soprattutto quando si parla di presenze. Dovranno essere tutti attenti e limpidi nella gestione dei contatti come è stato fatto sino ad ora nei rapporti con la stampa. Rapportarsi sempre con la massima chiarezza perché gestire un giornalista o un operatore in maniera diretta può causare problemi.

## PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"

---

### **Simone Scalas:**

Riguardo all'aspetto dei contatti grazie alla partecipazione alle fiere ad alla presenza su Internet abbiamo fornito dei contatti di TO che erano veramente interessati al nostro prodotto; non aspettiamoci che SHB porti il cliente senza nessuna collaborazione da parte della società partner. Ad esempio Dolcevita si è attivato nella gestione di un contatto reso disponibile a tutti e adesso ha un link sul sito di hlx.

### **Massimo Ferruzzi:**

Passaggio giuridico: anche se non dovessimo avere il finanziamento è necessario affrontarlo comunque perché non si può continuare a dipendere dal Consorzio Ventuno. È necessario che tra di voi si costituisca un soggetto giuridico vero e proprio.

Investimento: i soci partecipano economicamente. Adesso i soldi ci sono grazie al Consorzio Ventuno, un domani però chi crede nel progetto deve fare l'investimento, che sia nel limite dei 200 euro, cosa impossibile, o nel limite dei 2000/3000 euro, cosa più probabile; perché manifesta il vostro reale interesse, manifesta il fatto che si crede in questo progetto e inoltre è pure stimolo per crescere, per migliorare il servizio, per stare più attenti a quel tipo di cliente su cui si ha investito.

Le 4 regole per il futuro:

La prima è il prodotto. È necessario mantenere il prodotto che abbiamo creato in maniera attenta definendo i servizi; unire le due tipologie di servizi la parte ospitale e la parte dei servizi.

La seconda è la promozione, attività essenziale che va sempre più implementata. Ognuno deve fare il massimo al proprio interno per promuovere questo prodotto: sul materiale dovrebbe essere presente il marchio, sul sito dovrebbe esserci una breve presentazione di cosa è SHB. Il cliente che entra sul sito di una struttura e non trova disponibilità oppure trova la zona non congeniale, si rivolgerà alle altre aziende della rete. È meglio non perdere quel contatto ma farlo rimanere all'interno del circuito; ed è un sistema di comunicazione che permette di valorizzare il marchio.

Terza regola: canali di vendita. Il cliente diretto, il sistema dei TO, che per ora teniamo tra parentesi, e il canale no-profit :associazione tra gli sportivi e i cicloturisti. Come ricorderete nel piano promozionale di quest'anno, che però non siamo riusciti ad attuare perché era un investimento troppo pesante, c'è la parte di presentazione presso le associazioni di ciclisti in Nord Italia; questo è un canale interessante. Tra i canali di vendita dobbiamo avere presente tutti i canali possibili: associazioni, cliente finale, cliente intermediato.

Quarta regola: il linguaggio. Parliamo con persone, come ci suggerisce Simone, che fanno trekking e mountain bike. Per spiegarli questo prodotto è necessario che tutto il materiale usi il linguaggio appropriato rispettando il loro modo di parlare e soprattutto di pensare.

### **Presentazione versione definitiva del sito**

#### **Cesare Mou:**

La Regione ha preparato un portale sul turismo in Sardegna. Anche questo ha dei canali tematici, noi abbiamo già dato per questo sito tutti i nostri itinerari col nostro indirizzo Internet e il nostro sito.

Il nostro sito è andato avanti rispetto all'ultima volta; come avrete visto è stato introdotto un sistema che permette di avere le previsioni del tempo gratuitamente in tutti i Comuni. Queste informazioni andrebbero stampate e messe in bacheca nella hall dell'hotel.

## **PROGETTO "SARDINIA HIKE & BIKE"**

---

Per quanto riguarda le cartine, l'Itinerario si può scaricare in due formati uno più pesante e uno più leggero.