

	Il comune di VILLASIMIUS (da qui Comune), con sede in Villasimius, piazza Gramsci 10 (P. IVA:	
	01845930922 e CF: 80014170924), rappresentato dal rappresentante legale SALVATORE SANNA in	
	qualità di Sindaco pro tempore	
	P R E M E S S O che	
·	il cambiamento del mercato turistico mondiale e l'aumento della competitività richiedono la	
	definizione di nuove strategie e la ridefinizione dei luoghi e delle macroaree come “destinazioni” cioè	
	come sistemi integrati che mettono insieme le risorse e le attrattive turistiche per proporsi a specifici	
	mercati come prodotto integrato;	
·	che la Costa del Sud Sardegna è uno spazio territoriale geograficamente definito dal Golfo di	
	Cagliari che, grazie alla presenza di fattori di attrattiva complementari (città, mare, parchi,...) è in grado	
	di esprimere una o più offerte che devono essere gestite in modo sinergico e strutturato da un insieme di	
	attori pubblici e privati fra loro coordinati;	
·	costruire la “destinazione” significa attivare un insieme di processi strutturali, organizzativi e	
	gestionali attraverso i quali sviluppare un'adeguata capacità di attrazione di segmenti definiti della	
	domanda;	
·	costruire la destinazione significa porre al centro non i servizi offerti dalle singole imprese ma il	
	luogo geografico inteso nella sua capacità di progettare offerte integrate;	
·	la destinazione si sintetizza in un marchio territoriale riconosciuto e riconoscibile;	
·	i Comuni quali attori principali devono svolgere un ruolo di promotore di sviluppo economico	
	attraverso la valorizzazione di tutte le risorse dei territori, da quelle culturali e naturali a quelle	
	imprenditoriali;	
·	ai Comuni competono, tra le altre, le funzioni amministrative in materia di accoglienza,	
	informazione turistica e promozione della conoscenza sulle caratteristiche dell'offerta turistica del	
	territorio comunale;	

·	ogni Comune partecipa direttamente o tramite altro soggetto espressamente designato al sostegno	
	della promocommercializzazione delle imprese turistiche del proprio territorio;	
·	è necessario individuare le modalità con cui i Comuni e/o i soggetti da essi designati poi possono	
	concertare decisioni strategiche, organizzative e operative attraverso cui gestire il processo di	
	individuazione, costruzione, promozione e commercializzazione del prodotto turistico espresso dal	
	territorio;	
·	sarà necessario individuare nel tempo un modello organizzativo caratterizzato dalla	
	centralizzazione della proprietà e del controllo delle risorse	
	CONSIDERATO che	
·	lo sviluppo delle politiche di sviluppo turistico condivise e strutturate necessitano la costruzione di	
	un modello di Destination Managment;	
·	è necessario sottoscrivere un testo tra le parti che sancisca la volontà politica comune nell'ambito	
	dell'individuazione di mercati strategici, del consolidamento di quelli esistenti, della promozione e della	
	commercializzazione dell'offerta turistica, di intervenire secondo coerenti indirizzi strategici, in modo	
	coordinato e con un'immagine unitaria evitando sovrapposizioni, duplicazioni e dispersione di risorse	
	finanziarie ed umane;	
·	i suddetti Enti intendono definire e attuare un programma di sviluppo del tessuto produttivo locale	
	attraverso azioni di promozione turistica anche mediante progetti di marketing territoriale e di	
	marketing turistico, improntati a criteri di sostenibilità ambientale e economica;	
·	il primo passo nella costruzione della destinazione (DMO Destination Managment Organization) è	
	la Destinazione community, caratterizzata dalla diffusione delle risorse e dalle attività fra gli attori	
	locali;	

SI CONVIENE E SI STIPULA QUANTO SEGUE

Art.1 SCOPO

Scopo del presente protocollo è condividere un percorso strategico di organizzazione territoriale della produzione turistica, di marketing e di comunicazione teso alla costruzione di una destinazione turistica omogenea nel territorio del Sud Sardegna, con particolare riguardo all'area geografica denominata Golfo di Cagliari.

Art.2 RILEVANZA DELLO SCOPO

Il mercato turistico sta assumendo, sia dal lato della domanda che dal lato dell'offerta, caratteri peculiari che possono essere riassunti, anche con il supporto delle osservazioni statistiche, nella ridotta capacità di spesa della domanda internazionale. Quest'ultima ha origine sia dalla congiuntura economica negativa sia dalla presenza sul mercato, nell'ultimo decennio, di un numero di destinazioni più elevato rispetto al passato, che fronteggiano una platea di potenziali clienti la cui consistenza numerica è pressoché costante. Nonostante ciò, anche nella congiuntura economica negativa, continuano ad essere premiate le destinazioni integrate che si connotano per particolari elementi di offerta e di proposta verso l'esterno.

Nel caso del territorio in oggetto, il mantenimento di elevati gradi di qualità ambientale e di qualità dei servizi offerti può risultare un elemento determinante per il consolidamento dei risultati economici delle imprese del territorio stesso e per il più generale intendimento di supporto alla crescita e allo sviluppo locale.

La percezione della domanda turistica, in altri termini, dovrà essere orientata verso un territorio dotato di una elevata densità di identità ambientali e culturali che possono orientare le scelte di consumo verso il territorio in oggetto, anche attraverso la successiva attivazione delle opportune relazioni istituzionali e delle corrette interazioni con le imprese sui temi della gestione ambientale, culturale e dei servizi.

	Art.3 OBIETTIVI E IMPEGNI	
	I sottoscrittori s'impegnano a	
	- definire la programmazione triennale individuando congiuntamente iniziative strategiche per la	
	valorizzazione del sistema territoriale e imprenditoriale del turismo del Sud Sardegna e a destinare le	
	necessarie risorse;	
	- a coordinare le attività di promozione turistica e di quelle di marketing territoriale, secondo	
	quanto verrà specificatamente dettagliato con riguardo alle attività, alle forme di collaborazione, di	
	consultazione e di assunzione di obblighi reciproci in successivi atti;	
	- valorizzare e promuovere sotto l'egida di un marchio territoriale VISIT SOUTH SARDINIA tutte le	
	iniziative di promozione, commercializzazione ma anche di valorizzazione e formazione delle realtà	
	imprenditoriali locali che concorrono a definire il prodotto turistico del territorio in oggetto;	
	- condividere all'interno del presente protocollo d'intesa tutte le azioni con rilevanza sul settore turistico	
	che si ritenga abbiano valenza strategica per la destinazione identificata come in oggetto;	
	- ferme restando le autonomie delle singole amministrazioni firmatarie, i soggetti sottoscrittori	
	s'impegnano altresì a proporre il marchio comune nelle manifestazioni e negli eventi che, seppure non	
	dotati di rango strategico come definito al punto precedente, possano comunque contribuire	
	all'ispessimento del marchio di destinazione dinanzi alle percezioni e alle preferenze di consumo della	
	domanda turistica.	
	Art. 4. COORDINAMENTO E GESTIONE	
	I soggetti sottoscrittori del presente protocollo, per il perseguimento degli obiettivi di cui al precedente	
	articolo 3, individuano le seguenti linee generali del modello organizzativo:	
	1) istituzione di una Cabina di Regia Strategica, costituita dai rappresentanti legali dei soggetti	
	sottoscrittori del protocollo o Assessori espressamente da lui delegati, con il compito e la funzione di	
	determinare gli indirizzi generali e approvare entro la fine del mese di marzo 2013 un programma	
	- 5 -	

	<p>triennale. Le amministrazioni firmatarie s'impegnano inoltre a prevedere le risorse necessarie a</p>	
	<p>perseguire gli obiettivi della programmazione pluriennale, che potrà essere aggiornata annualmente</p>	
	<p>sulla base degli sviluppi dell'economia locale e dei relativi bilanci;</p>	
	<p>2) istituzione di un Comitato Tecnico dotato del compito e della funzione di attuazione delle linee</p>	
	<p>d'indirizzo individuate dalla Cabina di Regia Strategica attraverso la realizzazione di un piano</p>	
	<p>operativo, tramite interventi che potranno essere proposti per successive condivisioni anche a tutti i</p>	
	<p>principali stakeholders del territorio (Regione, Camera di Commercio, Sogaer, Autorità Portuale). Il</p>	
	<p>Comitato Tecnico è composto da un rappresentante tecnico di ciascun ente (funzionari, dirigenti) e dal</p>	
	<p>soggetto identificato come in premessa. Ai lavori del Comitato possono essere invitati su particolari</p>	
	<p>tematiche specialistiche tutti i soggetti interessati alla realizzazione dei progetti previsti dal programma</p>	
	<p>operativo (Comitato Tecnico Allargato), con modalità non strutturate. Su istanza della Cabina di Regia,</p>	
	<p>vengono promosse periodicamente sedute congiunte fra la Cabina di regia stessa e il Comitato Tecnico.</p>	
	<p>3) tutte le iniziative devono essere volte alla promozione della destinazione, alla valorizzazione</p>	
	<p>dell'offerta, alla commercializzazione del prodotto VISIT SOUTH SARDINIA. I progetti promossi</p>	
	<p>nell'ambito del presente protocollo d'intesa dovranno essere resi visibili dagli enti coinvolti, con la</p>	
	<p>pubblicazione dei rispettivi loghi nel materiale promozionale e con le dovute citazioni nelle iniziative di</p>	
	<p>comunicazione (stampa, trasmissioni radio televisive, convegni ecc.). Tutte le iniziative condivise</p>	
	<p>devono evidenziare la presenza del marchio VISIT SOUTH SARDINIA.</p>	
	<p>4) nell'ordinaria azione di ciascun Comune tesa al reperimento di fonti di finanziamento di natura</p>	
	<p>sovraordinata (a mero titolo esemplificativo e non esaustivo progetti integrati su fondi POR Sardegna,</p>	
	<p>progetti comunitari etc) i soggetti firmatari s'impegnano a condividere e individuare congiuntamente</p>	
	<p>percorsi di finanziamento delle attività tese agli obiettivi di cui al precedente articolo 3. Si precisa che la</p>	
	<p>stipula del presente protocollo d'intesa non rappresenta in tal senso un vincolo di partecipazione</p>	
	<p>congiunta ma una tensione verso l'aggregazione degli sforzi strategici, tattici e progettuali.</p>	

Art.5 ATTIVITA'

a) ATTIVITA' DI PROMOZIONE TURISTICA E MARKETING TURISTICO

I soggetti sottoscrittori del presente protocollo sviluppano le seguenti azioni:

- promuovono l'immagine unitaria e complessiva del brand VISIT SOUTH SARDINIA sui mercati nazionali ed internazionali;

- propongono l'attuazione di interventi per la qualificazione dell'offerta turistica dei territori, quali ad esempio l'integrazione dei prodotti turistici, le iniziative promozionali in Italia e all'estero, le manifestazioni e gli eventi locali, la partecipazione a fiere, i workshop in Italia e all'estero, gli incoming, la partecipazione a progetti comunitari e l'attività congressuale;

- effettuano un monitoraggio costante dei fenomeni e prodotti turistici i cui risultati e analisi vengono messi a disposizione degli operatori sia pubblici che privati per orientare le scelte di politica turistica assecondando le dinamiche del mercato;

- concertano azioni da promuovere nei confronti della Regione Sardegna al fine di migliorare la complementarietà dei territori e la mobilità interna dei viaggiatori al fine di migliorare i collegamenti e promuovere il turismo interno;

- concertano azioni volte a promuovere la Destinazione VISIT SOUTH SARDINIA e coinvolgere altri soggetti/Enti che insistono sulla costa al fine di incrementare il valore e la forza del prodotto, la promozione e la commercializzazione della Destinazione

- promuovono politiche di integrazione attività produttive

- promuovono attività legate all'EXPO 2015

	b) ATTIVITA' DI MARKETING TERRITORIALE	
	Entro il 30 giugno di ogni anno (dal 2013) la Cabina di Regia Strategica propone al Comitato Tecnico,	
	al fine di condividere e coordinare le relative attività, un Piano Eventi Regionali, Nazionali e	
	Internazionali per l'anno successivo, con relativa previsione di spesa, che comprenda:	
	- mappatura delle eccellenze imprenditoriali con conseguente individuazione dei marchi notori,	
	selezione e pubblicazione di un aggiornato dossier di presentazione del territorio quale luogo ideale per	
	il business (mission istituzionale, settori chiave, vantaggi competitivi ecc.);	
	- attuazione di interventi volti alla qualificazione e certificazione del marchio VISIT SOUTH	
	SARDINIA delle imprese che supportano il prodotto turistico (ristoranti, attività commerciali, artigiani,	
	servizi, etc etc attraverso la definizione di guidelines che consentano di monitorare la qualità di servizi	
	offerti);	
	- incontri di sensibilizzazione con gli amministratori con i rappresentanti della Regione, della Provincia	
	di Cagliari, Autorità Portuale, Sogaer, Fiera e Associazioni di Categoria per l'implementazione di una	
	strategia condivisa di attrazione di investimenti diretti e di consulenza agli investitori;	
	- iniziative promozionali di diffusione ed internazionalizzazione del "brand SOUTH COAST	
	SARDINIA" che stimolino l'interesse dei potenziali investitori nei confronti di pacchetti localizzativi	
	del territorio cittadino (la ricerca degli investitori avviene sulla base di indagini mirate);	
	- scouting e presentazioni istituzionali all'estero e il target di riferimento viene determinato dalle offerte	
	di aree e contenitori realmente disponibili; servizio di assistenza specialistica agli investitori, pre e post	
	insediamento	
	Art.7 DURATA	
	Il presente protocollo, con decorrenza dalla data di stipula, ha durata triennale. Esso si intende	
	tacitamente rinnovato per un ulteriore triennio dai firmatari qualora non si manifesti una volontà in	
	senso contrario entro la scadenza.	
	- 8 -	

Art. 8 RATIFICA E ACCORDO DI PROGRAMMA

I sindaci firmatari si impegnano entro il mese di ottobre 2013 a far transitare il presente protocollo di intesa in un accordo di programma in grado di consentire alle Amministrazioni la corretta allocazione delle risorse necessarie e al contempo di strutturare un efficace modello organizzativo.

CAGLIARI, 12 febbraio 2013

Ratifica dei soggetti firmatari:

COMUNE DI CAGLIARI

COMUNE DI DOMUS DE MARIA

COMUNE DI MURAVERA

COMUNE DI PULA

COMUNE DI VILLASIMIUS