



REGIONE SICILIANA
Assessorato del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo

Via Notarbartolo,9 – 90141 Palermo

Dipartimento regionale del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo

via Notarbartolo, 9 - 90141 Palermo
tel. 091-7078114 – fax 091-7078010
direzione.turismo@regione.sicilia.it

Posta certificata:
dipartimento.turismo@certmail.regione.sicilia.it



Servizio 2 - “Marketing ed Accoglienza”

Tel (+39) 091-7078209

e-mail: marketing.turismo@regione.sicilia.it

Palermo, Prot. n. _____ del _____
Allegati n. _____

rif. prot. n. _____ del _____

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE SICILIA PRESSO GLI AEROPORTI ITALIANI

Il progetto

Il Dipartimento regionale del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo, intende intraprendere nella seconda parte del 2019 una campagna di comunicazione promo pubblicitaria, multimedia a marcata integrazione digitale, da condurre presso i principali aeroporti nazionali interessati dalla campagna di comunicazione svolta nel 2018.

La scelta di utilizzare questo canale di comunicazione è ritenuta strategica da questo Dipartimento per promuovere l'offerta dei prodotti turistici della Sicilia, accrescere il livello di conoscenza dell'offerta turistica regionale e puntare a raggiungere nuove quote di mercato. Un'azione quindi di sostanziale rafforzamento della *brand reputation* della Sicilia in Italia e nei mercati esteri, funzionale all'incremento dei flussi turistici provenienti da queste aree.

La selezione degli aeroporti

Gli aeroporti sui quali si è deciso di concentrare la prevista campagna di comunicazione e promozione della destinazione Sicilia sono gli stessi che erano stati individuati nella precedente campagna di comunicazione.

I risultati dell'analisi hanno indirizzato le scelte del Dipartimento sui primi dieci aeroporti italiani che nel corso del 2018 hanno visto transitare il maggior numero di passeggeri, con esclusione degli aeroporti di Palermo e Catania, quali:

- Aeroporto di Roma Fiumicino “*Leonardo da Vinci*”
- Aeroporto di Milano Malpensa
- Aeroporto di Milano Linate “*Enrico Forlanini*”
- Aeroporto di Venezia “*Marco Polo*”
- Aeroporto di Bergamo “*Orio al serio*”
- Aeroporto di Napoli “*Ugo Niutta*”
- Aeroporto di Bologna “*Guglielmo Marconi*”
- Aeroporto di Pisa San Giusto “*Galileo Galilei*”
- Aeroporto di Bari Palese “*Karol Wojtyla*”
- Aeroporto di Roma Ciampino “*G.B. Pastine*”

Individuazione dei soggetti concessionari dell'attività di comunicazione presso gli aeroporti

Come è noto, gli spazi pubblicitari all'interno delle aerostazioni vengono affidati in regime di esclusiva ad agenzie esterne o possono essere talora gestiti direttamente dalle società aeroportuali. Per l'attuazione del progetto verranno contattati pertanto gli Enti gestori degli aeroporti italiani selezionati, al fine di individuare, per ciascuno di essi, i soggetti proprietari e/o concessionari degli spazi pubblicitari all'interno degli ambienti aeroportuali fruiti da viaggiatori e l'eventuale presenza di contratti di concessione in esclusiva di tali spazi pubblicitari. Successivamente verranno contattate le società concessionarie alle quali verrà richiesto un preventivo e verranno individuate le procedure di affidamento di cui al Codice degli appalti D.Lgs 50/2016 e successive modifiche e integrazioni.

I temi della Campagna di comunicazione e promozione della destinazione Sicilia

Il modello di sviluppo *culture driven* dell'economia siciliana prevede che l'offerta turistica si strutturi attorno ai Grandi Attrattori e che sia prioritaria un'azione di promozione dei beni materiali e immateriali che, poiché inseriti nelle rispettive liste internazionali del patrimonio UNESCO, possiedono un brand di alta qualità culturale ed unicità a scala mondiale, che li dota di una fondamentale riconoscibilità internazionale. Pertanto, nel promuovere con questo progetto presso i mercati nazionali e internazionali l'attrattività del brand Sicilia nei mercati nazionali ed esteri, si è ritenuto opportuno attuare strategie mirate di comunicazione che, seppure incentrate sui grandi attrattori, primi tra tutti i siti UNESCO presenti sul territorio regionale, siano capaci di proporre la ricca complessità delle destinazioni che connotano la Sicilia, in una narrazione della visita dell'isola declinata nelle sue eccellenze naturalistiche, artistiche ed enogastronomiche, da potere vivere nelle diverse stagioni dell'anno come un'esperienza fortemente coinvolgente e immersiva.

Modalità di attuazione della campagna di comunicazione

La campagna che si svolgerà nel corso del 2019 e del 2020, contemplerà l'utilizzo negli aeroporti selezionati di immagini di grande formato e video di micro-narrazione su supporti tradizionali e digitali di forte impatto emozionale (ledwall, schermi in alta definizione, pannelli retroilluminati, pannelli tradizionali, etc.), per puntare a raggiungere direttamente un'ampia platea di potenziali visitatori, che transitano in aree circoscritte ad altissimo indice di densità. A tal fine, nella selezione degli spazi aeroportuali disponibili, verranno privilegiate le aree interne degli impianti dove sono più lunghi i tempi di attesa (check-in, partenze e arrivi nazionali e internazionali, aree ristoro e duty free).

Tappe dell'azione progettuale

Il progetto prevede lo sviluppo delle seguenti azioni progettuali:

- scelta e selezione delle foto e dei video di micronarrazione;
- attività di adattamento grafico, funzionale ai supporti e impianti dove le immagini e i video saranno collocati e proiettati, declinata in relazione alle specificità caratterizzanti gli aeroporti selezionati per la campagna;
- calendarizzazione delle attività di comunicazione/piano di uscita.

Coerenza della proposta

Il progetto e il PO FESR 2014-20. Le azioni di progetto, che qui si intende porre in essere, condividono il raggiungimento degli obiettivi dell'Azione 6.8.03 nel quadro della programmazione della spesa comunitaria PO FESR 2014-2020, ovvero:

- consolidare la competitività del brand Sicilia nel mercato turistico nazionale e internazionale già maturo e migliorarne il posizionamento nei mercati in fase di sviluppo
- sviluppare una consapevolezza turistica e una cultura dell'accoglienza che promuova i principi della sostenibilità ambientale e sociale, incrementando i tempi di permanenza dei visitatori, favorendo la destagionalizzazione e riequilibrio dei flussi turistici siciliani verso aree territoriali meno note
- puntare sul turismo esperienziale, trasformando ogni destinazione in una esperienza unica e indimenticabile, da raccontare, anche attraverso nuove forme di comunicazione

Il progetto e il Piano triennale 2019/2021

Il progetto è coerente con la priorità *Interventi in promozione ed accoglienza* in quanto intende promuovere il brand Sicilia come fattore (potenziale) di sviluppo di altre filiere dell'economia siciliana, incrementando la notorietà della Sicilia e soprattutto aumentando la sua capacità di essere evocata in diverse occasioni di viaggio, attraverso una campagna promozionale efficiente e con contenuti creativi in grado di evidenziare gli elementi che permettano di distinguere la Sicilia dai suoi competitors.

Il progetto e il POA 2019

Tra gli interventi previsti dal *Piano Operativo Annuale 2019* volti a dare attuazione alla priorità del piano triennale *Interventi in promozione ed accoglienza* figura la scheda n. 4 "Attività di comunicazione per la promo commercializzazione della destinazione Sicilia". Dopo l'attività di promozione della destinazione Sicilia condotta nel 2018 presso i principali aeroporti italiani, il Piano ha previsto per il 2019 un'attività simile condotta presso alcuni aeroporti internazionali e intercontinentali, selezionati, oltre che sul numero di viaggiatori, in relazione ai mercati target, con l'obiettivo di consolidare la competitività del brand Sicilia nel mercato turistico nazionale e internazionale già maturo e migliorarne il posizionamento nei mercati in fase di sviluppo. Gli aeroporti prescelti sono stati sia italiani (oggetto del presente progetto) che esteri.

Obiettivi e risultati attesi

I dati sui flussi turistici siciliani registrano il perdurare della tendenza ad accentuare la stagionalità estiva e a concentrarsi prevalentemente in aree ben determinate del territorio. Per invertire tale tendenza occorre intervenire sul sistema di offerta con azioni che, per risultare durature ed efficaci, siano attentamente profilate sul mercato della domanda verso la Sicilia, nazionale e internazionale, potenziale e reale. Su queste basi si potrà allora intervenire con strategie di marketing specificatamente dedicate ai diversi mercati e ottenere risultati concreti. Pertanto la campagna di comunicazione che è volontà di questo Dipartimento del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo realizzare presso i maggiori aeroporti nazionali, intende promuovere un'immagine unitaria dell'offerta culturale, naturale e turistica della Sicilia e perseguire i seguenti obiettivi:

- promuovere l'immagine turistica della Sicilia
- rafforzare la *brand reputation* della Sicilia in Italia
- trasformare i prodotti turistici in esperienze
- contribuire a una ricaduta positiva sulla destagionalizzazione dei flussi turistici
- riequilibrare le dinamiche dei flussi turistici siciliani verso aree territoriali meno note, riducendo contestualmente i rischi di usura fisica e sociale delle mete turistiche principali dettati in relazione all'eccessiva pressione turistica vissuta
- esaudire una domanda di turismo ampiamente diversificata, qualificando e differenziando l'offerta, e potenziando qualità e percezione dei suoi prodotti turistici
- puntare a raggiungere nuove quote di mercato, attuando un'efficace politica di sostegno, consolidamento e implementazione dei flussi turistici verso il territorio siciliano
- dotarsi di strumenti di comunicazione innovativi ed efficaci che accrescano la competitività nel mercato del turismo internazionale.
- contribuire all'ampliamento delle opportunità di occupazione e allo sviluppo di fattori di crescita, con impatti positivi di natura socio-economica.

Quadro economico

Acquisizione spazi pubblicitari presso:	Cap. 472535	
• Aeroporto di Roma Fiumicino "Leonardo Da Vinci"		€ 50.000,00
• Aeroporto di Milano Malpensa		€ 50.000,00
• Aeroporto di Milano Linate "Enrico Forlanini"		€ 50.000,00
• Aeroporto di Venezia "Marco Polo"		€ 50.000,00
• Aeroporto di Bergamo "Il Caravaggio"		€ 50.000,00
• Aeroporto di Napoli "Ugo Niutta"		€ 50.000,00
• Aeroporto di Bologna "Guglielmo Marconi"		€ 50.000,00
• Aeroporto di Pisa "Galileo Galilei"		€ 50.000,00
• Aeroporto di Bari "Karol Wojtyla"		€ 50.000,00
• Aeroporto di Roma Ciampino "G.B. Pastine"		€ 50.000,00
TOTALE PROGETTO		€ 500.000,00

Palermo, lì 28/10/2019

Il Progettista
Ermanno Cacciatore