



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo
Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

RELAZIONE TECNICA PROGETTUALE

**PROCEDURA APERTA PER AFFIDAMENTO DEI “SERVIZI DI
PROMOZIONE E COMUNICAZIONE PER LA REALIZZAZIONE DI UNA
CAMPAGNA DI PROMOZIONE DEL “BRAND ABRUZZO” NEI MERCATI DI
RIFERIMENTO” COLLEGABILI DA ROTTE AEREE NAZIONALI ED
INTERNAZIONALI**

N. gara 8320760



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo
Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

SOMMARIO

1. OGGETTO DELLA FORNITURA E QUANTITA'	3
2. DESTINATARI DEL SERVIZIO	3
3. CONTESTO	3
4. OBIETTIVO DEL SERVIZIO	8
5. REFERENTI DELLA FORNITURA	11
6. CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO.....	11
7. CARATTERISTICHE E MODALITÀ DI ESECUZIONE DEL PROGETTO	12
8. SUDDIVISIONE IN LOTTI.....	12
9. PROPOSTA PROGETTUALE.....	13



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo

Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

1. OGGETTO DELLA FORNITURA E QUANTITA'

La presente Relazione Tecnico Progettuale illustra le modalità relative alla fornitura della procedura aperta ai sensi del D.lgs. n. 50/2016 per la realizzazione di azioni di promozione e comunicazione in grado di incentivare la ripresa dei flussi turistici verso la “Destinazione Abruzzo” a seguito della grave pandemia dovuta al Covid19, attraverso l'utilizzo di compagnie aeree nazionali o estere, ai sensi dell'art. 23, comma 15 del D.Lgs. n.50/2016, l'appalto è finalizzato all'acquisizione di servizi di promozione e comunicazione per la realizzazione di una campagna pubblicitaria finalizzata a promuovere il “Brand Abruzzo” nei mercati di riferimento nazionali e internazionali e potenziamento rotte aeree.

Quanto sopra nell'intento di valorizzare il Brand del territorio Abruzzese nel suo complesso (Mare, Montagna, Natura e Cultura), predisponendo una serie di azioni di promozione e comunicazione attraverso i seguenti strumenti:

- social media marketing;
- promozione a bordo degli aeromobili (personalizzazioni su poggiatesta, cappelliere, ecc., video, giornali);
- altri canali e media.

2. DESTINATARI DEL SERVIZIO

Sono ammessi a partecipare alla gara compagnie aeree nazionali o estere.

3. CONTESTO

Il progetto relativo all'acquisizione di servizi di promozione e comunicazione per la realizzazione di una campagna di “advertising” finalizzata a alla promozione del “brand Abruzzo” nei mercati di riferimento inserendosi in un contesto competitivo internazionale.

Negli ultimi decenni, il settore turistico ha vissuto una crescita costante e una profonda diversificazione che lo ha portato ad essere uno dei settori economici di più rapido sviluppo.



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo

Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

L'accessibilità dai mercati turistici verso l'Abruzzo riveste condizione essenziale per poter consentire alla Regione di poter intercettare quote di mercato crescenti, con evidenti ricadute positive sul PIL regionale, pertanto la connettività aerea diventa elemento cardinale per la crescita del turismo regionale.

Il sistema aeroportuale italiano, a dimostrazione di quanto prima evidenziato, in linea con il trend positivo registrato negli ultimi 4 anni, continua a crescere e chiude il 2019 (Dati ENAC) con 191,6 MLN di passeggeri, il 3,5% in più rispetto al 2018, e 1,44 MLN di movimenti aerei, equivalente ad un incremento del 2,0% sull'anno precedente.

Il trasporto aereo nel nostro Paese continua a crescere a tassi sostenuti e superiori alla media europea, dimostrando l'appetibilità del mercato italiano in un contesto fortemente competitivo. I nostri aeroporti non operano ormai più in regime di monopolio ma stimolano ed intercettano flussi di passeggeri e merci a livello europeo e internazionale¹, determinando importanti ricadute economiche, con un'incidenza del settore sul PIL nazionale del 3,6%. L'evoluzione del traffico aereo dei prossimi anni era attesa in crescita, le stime IATA prevedevano il raddoppio dei passeggeri mondiali nei prossimi due decenni.

Nel corso del 2019 l'aeroporto d'Abruzzo ha registrato un traffico pari a 703.386 passeggeri. Il risultato è stato ottenuto soprattutto grazie alle ottime performance registrate dal comparto internazionale, cresciuto di c.a. 37.000 passeggeri, con un incremento del 5,5%.

Secondo il Piano Strategico del Turismo della Regione Abruzzo, il mercato tedesco rappresenta il mercato più rilevante quanto a numeri di visitatori e di fatturato. Seguono Svizzera, Repubblica Ceca, Paesi Bassi, Belgio, Francia, Regno Unito, Romania, Austria, Stati Uniti, Polonia, Russia e Canada.

Dall'esame comparativo dei report dell'Osservatorio dal 2013 al 2018 (FONTE: Ufficio regionale Osservatorio e Statistica) risulta indubbio che la situazione sia quella fotografata dal

¹ ICCSAI, Fact Book 2018, La competitività del trasporto aereo in Europa, dicembre 2018, pag. 30



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo

Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

PST con i turisti tedeschi sempre in netta maggioranza insieme ai turisti dell'area svizzera, confermando i mercati di lingua tedesca come mercato prevalente per la regione Abruzzo.

I turisti stranieri più presenti in Italia secondo i dati ufficiali ENIT nel 2017 sono stati nell'ordine Germania, Francia, Regno Unito, Stati Uniti, Paesi Bassi, Svizzera, Austria e Polonia (fonte: report Enit presentato in TTG 2018). I dati sono confermati nello studio Enit riguardante i dati dell'estate 2018 con la conferma di classici bacini di origine, vale a dire: Germania, Stati Uniti, Francia, Regno Unito con un dato significativo di crescita degli Stati Uniti (quasi +20% nel periodo estivo). Stesso trend viene confermato dai dati definitivi Enit relativi al 2018.

In generale anche i paesi dell'est europeo, e in particolare la Russia (in leggera crescita a livello regionale), continuano ad occupare un posto di rilievo. La Russia (come evidenziato nel report ENIT IPSOS (Be-Italy Indagine sull'attrattività del Paese 2017) occupa, infatti, il 5° posto tra i flussi in arrivo verso l'Italia (escludendo i Paesi extra europei, quali Australia, Cina, Giappone). Sempre in base al report riportato la Russia è tra i Paesi con il maggior potenziale di visitatori nei prossimi cinque anni verso l'Italia.

Nel contesto nazionale, l'Abruzzo è 18° nella statistica degli arrivi di turisti stranieri in Italia, con dati in aumento nel 2018 rispetto al 2017: 201.194 arrivi (+6.12%) e 867.858 presenze (+0,25%).

I flussi turistici in Abruzzo oltre ad essere caratterizzati da una elevata stagionalità, con punte di alta affluenza concentrata nei mesi di luglio e agosto, sono determinati in prevalenza da turisti italiani (82%) con una relativa incidenza dei flussi provenienti da Paesi esteri (18%).

Per quanto concerne la competitività nazionale, dal movimento dei clienti negli esercizi ricettivi, dati 2018, nelle prime 10 regioni italiane, emerge che l'Abruzzo è visitato in particolare da turisti o delle regioni vicine come Lazio, Campania, Puglia, con un 2° posto di provenienze dalla Regione Lombardia. Pertanto il turismo in Abruzzo è principalmente di corto raggio. Tra le prime dieci regioni, secondo i dati di arrivo, figurano tre regioni del nord Italia, Emilia Romagna, Veneto e Piemonte, rispettivamente al 6°, 7°, 8° posto, che rappresentano per



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo

Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

l'Abruzzo regioni sulle quali implementare iniziative promozionali allo scopo di accrescere i relativi flussi turistici. Tra le regioni del sud Italia merita attenzione la Sicilia, sulla quale investire nei prossimi anni, visto l'aumento degli arrivi registrato.

L'emergenza sanitaria da Covid-19 ha poi ulteriormente condizionato lo scenario: l'ultimo anno è stato drammatico per l'industria del turismo, i primi effetti sono già emersi a febbraio 2020 con il diffondersi dell'epidemia in molti Paesi e, da marzo 2020, con l'azzeramento dell'attività in corrispondenza dei provvedimenti generalizzati di distanziamento sociale, in base al DCPM n.19 del 25 marzo 2020, le strutture ricettive di tipo extra alberghiero sono state considerate attività non essenziali e, salvo eccezioni, hanno chiuso. Gli esercizi alberghieri hanno potuto, formalmente, continuare a operare, ma nella grande maggioranza dei casi hanno sospeso ogni attività. D'altro canto, al di là dei provvedimenti di blocco, anche altri comparti che trovano alimento nella domanda attivata dai turisti hanno subito impatti di rilievo: si tratta della ristorazione, di diverse componenti dei trasporti e, in misura più contenuta, del commercio.

Sebbene l'allentamento delle restrizioni durante i mesi estivi del 2020 abbia permesso di salvare parte della stagione, in questo scenario, -che ha registrato elementi quali il turismo di prossimità e quasi esclusivamente domestico e una finestra di prenotazione last-second-, il comparto dell'outdoor è l'unico che ha dimostrato una buona tenuta nonostante i dati in calo, sostenuta anche dalle sue caratteristiche intrinseche: la flessibilità delle soluzioni, la sostenibilità della spesa, il contatto con la natura e la sicurezza. *(fonte Osservatorio ENIT – c.s. 15/07/2021).*

La ricerca di luoghi con bassi livelli di contagio e/o percepiti come destinazioni sicure condiziona la scelta da parte dei potenziali turisti rispetto al quesito "dove trascorrere le vacanze?". I "nuovi" criteri di scelta sono la sostenibilità e la possibilità di attività all'aria aperta. Da questo punto di vista, il nostro territorio, l'Abruzzo, si trova in una posizione di vantaggio competitivo rispetto ad altre destinazioni turistiche, vista la caratterizzazione dell'offerta di vacanza connotata dalla possibilità di fruire di spazi aperti, ampi e poco antropizzati, di una



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo

Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

natura “importante” e protetta, di borghi e centri abitati con densità demografica contenuta (distanziamento sociale) e facile raggiungibilità (regione posizionata in centro Italia/rete stradale /rete ferroviaria), ideale per attività all’aria aperta (trekking, cammini, cicloturismo, scoperta culturale, forte identità territoriale e genuinità (Cultura/Gastronomia).

Il turismo in Abruzzo si dimostra quindi sempre più un volano strategico di sviluppo e occupazione in grado di contribuire al rilancio competitivo dei sistemi economici regionali.

La concorrenza tra le destinazioni turistiche è sempre più intensa e ogni destinazione è potenzialmente raggiungibile in poche ore e si trova quindi a competere con nuovi concorrenti sempre più numerosi.

La raggiungibilità di una località rappresenta il fattore principale di attrattività di una destinazione turistica, unitamente alla qualità dei servizi, alla ricchezza del patrimonio artistico e culturale, alla varietà delle iniziative in favore dei visitatori e con un’adeguata promozione della destinazione, l’analisi delle caratteristiche di attrattività insite nel territori, la corretta definizione quali- quantitativa dei servizi offerti, il controllo e la valutazione delle performance di una destinazione sono, altresì, importanti per garantire il successo economico, competitivo e socio-ambientale.

Come confermato dal Report ENIT IPSOS (Be-Italy Indagine sull’attrattività del Paese 2017) le principali ragioni che limitano alcuni dei potenziali visitatori, verso l’Italia, si focalizzano su fattori legati alla circostanza di ritenere l’Italia troppo cara e difficile da raggiungere.

In questo scenario è, quindi, necessario, nell’ambito del settore turistico e della concorrenza tra territori, attuare azioni specifiche di miglioramento della raggiungibilità della destinazione, sulla base di progetti ben strutturati, capaci di mettere a sistema più elementi e componenti (turismo, trasporti, ambiente, cultura) la cui interazione determina in una precisa area di interesse, come può essere una regione, un risultato positivo in termini di ritorno economico e anche di crescita sotto il profilo sociale, culturale e ambientale.



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo

Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

4. OBIETTIVO DEL SERVIZIO

L'obiettivo che il Governo regionale intende perseguire con il progetto in argomento è quello di incrementare i flussi turistici verso l'Abruzzo attraverso una campagna di promozione del Brand che comporti un effettiva crescita degli arrivi, attraverso l'istituzione di nuove rotte, soprattutto finalizzata al recupero dei volumi persi a causa della epidemia Covid.

A tal riguardo, nella consapevolezza che l'efficacia delle azioni che si mettono in campo, per accrescere l'attrazione di una generica destinazione per segmenti di domanda obiettivo, si misuri in termini di arrivi e quindi di persone movimentate per lo specifico scopo turistico dello spostamento, la Giunta regionale con deliberazione n. 504 del 14/08/2019 ha adottato un atto di indirizzo per valorizzare la promozione e la commercializzazione del "Brand Abruzzo" nei Mercati di riferimento collegati da rotte aeree nazionali ed internazionali.

La scelta di coinvolgere l'infrastruttura nodale aeroportuale abruzzese è non solo una naturale conseguenza della necessaria tipologia di accesso che richiede l'uso dell'aereo per poter essere competitiva sia a livello nazionale che a livello internazionale ma anche poiché svolge il compito di verifica degli effettivi volumi movimentati per la rendicontazione.

Pertanto l'approccio metodologico su cui si basa la redazione del progetto oggetto della gara d'appalto considera l'interazione tra il comparto turistico e quello trasportistico mediante l'attuazione di nuove strategie di promozione.

Con riferimento al contenuto tecnico della proposta progettuale, nel dettaglio esplicitato nel capitolato speciale descrittivo e prestazionale, per il perseguimento delle finalità del progetto, si è scelto di suddividere l'appalto in lotti, per una duplice motivazione: i mercati di interesse, in coerenza con la programmazione turistica regionale, hanno diversa dimensione, rilevanza e dinamica nell'incoming per l'Abruzzo. Infatti, i mercati di riferimento, in funzione di queste diverse caratteristiche, sono quindi classificati in mercati strategici non serviti e da conquistare, esteri e nazionali e in mercati opportunistici da sviluppare. La seconda motivazione è legata al fatto che è intento della stazione appaltante favorire una rapida ripresa



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo

Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

degli arrivi turistici depauperati dall'epidemia Covid e anche l'interscambio commerciale e turistico in ambito Italia.

L'efficacia di queste azioni di promozione si misura in termini di passeggeri movimentati attraverso l'Aeroporto d'Abruzzo, con l'obiettivo di avere un ritorno economico misurabile. Infatti, relativamente all'impatto sul PIL, secondo uno studio di Cassa Depositi e Prestiti (Studio di Settore n°6-Luglio 2015), a livello europeo il valore si attesta al 4,1% mentre a livello nazionale al 3,6%, considerando l'impatto economico diretto, indiretto e indotto. Anche la rilevanza riguardo all'occupazione è decisamente significativa, lo stesso studio stima che per aeroporti sotto il milione di passeggeri l'effetto è di 1,2 unità ogni mille passeggeri, questo solo contabilizzando l'occupazione diretta.

Solo questi numeri sarebbero sufficienti a dimostrare quanto risulti strategico per una regione valorizzare una infrastruttura aeroportuale.

Da questo punto di vista la gestione del servizio è basata sulle risultanze derivanti dai dati di volume di passeggeri in arrivo:

Quantificazione impatto su passeggeri in arrivo

- **Volume di passeggeri in arrivo per anno dai Nuovi Mercati Strategici non serviti da rotte aeree nella Estate IATA 2021:**
 - a. oltre 40.000: annui
 - b. da 20.001 a 40.000 annui
 - c. da 11.000 a 20.000 annui
 - d. minimo 10.000 annui
- **Volume di passeggeri in arrivo per anno dai Nuovi Mercati Opportunistici non serviti da rotte aeree nella Estate IATA 2021:**
 - a. oltre 15.000 annui
 - b. da 10.001 a 15.000 annui
 - c. da 6.000 a 10.000 annui
 - d. minimo 5.000 annui



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo

Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

L'obiettivo del Servizio deve garantire un volume di passeggeri su tutte le rotte aeree proposte in Offerta Tecnica. L'offerta tecnica deve contenere obbligatoriamente (pena l'esclusione) la fascia di attestazione del volume di passeggeri per i mercati di riferimento offerti. Tale aspetto costituisce oggetto di valutazione del Progetto tecnico. Prima dell'Avvio delle attività l'Aggiudicatario dovrà consegnare al Committente un Piano Esecutivo in cui saranno indicati il programma di applicazione delle attività espresse nel "Cronoprogramma del piano di comunicazione e del piano dei collegamenti proposti" in sede di aggiudicazione. Tale documento dovrà essere approvato dalla Regione Abruzzo che provvederà a produrre eventuali osservazioni e criticità che saranno recepite dall'Aggiudicatario.

L'Aggiudicatario sulla base del Piano Esecutivo garantirà e invierà report a cadenza bimestrale avente i seguenti contenuti minimi:

- Attività realizzate nel periodo di riferimento.
- Volumi di passeggeri per rotte aeree e mercati di riferimento.

Per il raggiungimento degli obiettivi della presente procedura si prevede che in sede di gestione di Progetto, sulla base dell'andamento delle attività, desumibile dai report bimestrali, l'Aggiudicatario ha facoltà di proporre all'approvazione della Regione Abruzzo eventuali nuove rotte e strategie che - sempre nell'ambito delle rotte previste dalla presente procedura - possano permettere di superare eventuali difficoltà o minore operatività dovuta al quadro delle misure emergenziali legate alla pandemia Sars-Covid 19 sia nazionali che internazionali.

Tali aspetti da ricomprendere nell'ambito delle previsioni contrattuali, saranno definiti e motivati nell'ambito della presentazione di un aggiornamento del Piano di Esecuzione che la Regione Abruzzo si riserva di approvare. Si precisa che nell'ambito delle attività oggetto di eventuale rimodulazione:

- Sono escluse la proposta e/o sostituzione di rotte offerte con altre rotte non previste per i singoli Mercati elencati nella presunta procedura.



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo

Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

- Sono escluse cambiamenti del numero di mercati offerti o della combinazione di mercati stessi proposta in sede di aggiudicazione.
- Sono escluse cambiamenti dei target di riferimento previsti in sede di aggiudicazione relativi alla **“Quantificazione impatto su passeggeri in arrivo”**.

Pertanto eventuali variazioni dovranno essere motivate da parte dell'aggiudicatario con l'illustrazione di giustificati e oggettivi motivi. Le rotte possono eventualmente essere cambiate solo nell'ambito di quello in elenco negli atti di gara e nello stesso numero offerto. Nonché devono rimanere invariati i volumi di passeggeri espressi in offerta. In ogni caso le varianti devono rimanere nell'ambito del Comma 1 lettera e) dell'art.106 del Dlgs. n.50/2016 ovvero nell'ambito in cui le modifiche non sono sostanziali ai sensi del comma 4 del medesimo articolo.

5. REFERENTI DELLA FORNITURA

Per tutta la durata del Contratto, il Fornitore dovrà mettere a disposizione, indicandone nominativo e riferimento telefonico ed e-mail, un Responsabile del Contratto, con incarico di essere il referente nei confronti della Regione Abruzzo e della Stazione Appaltante.

Il suddetto Responsabile avrà dunque la capacità di rappresentare ad ogni effetto il Fornitore ed è tenuto alla vigilanza sul regolare svolgimento delle singole prestazioni richieste, deve assicurare la sua presenza, anche in videoconferenza, alle riunioni organizzative, alle riunioni per gli stati di avanzamento del progetto e ad altre riunioni che la Regione riterrà necessarie oltre alla reperibilità telefonica.

6. CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO

Il progetto ha durata triennale per consentire che la realizzazione del progetto in un arco temporale medio-lungo determini un cambiamento effettivo dell'immagine della “Destinazione Abruzzo”.

L'appalto per la gestione dei servizi oggetto di gara sarà affidato, per ciascun lotto, mediante



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo

Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

procedura aperta da aggiudicare in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, secondo quanto disposto dall'art. 95 del D.Lgs. n. 50/2016.

Il punteggio massimo assegnabile a ciascun progetto è pari a 80 per l'offerta tecnica e 20 per quella economica. Essendo il bando finalizzato alla massimizzazione del ritorno economico sul territorio regionale, le caratteristiche tecniche dell'offerta e quindi la qualità dell'offerta è preponderante rispetto al criterio fondato sull'economicità.

7. CARATTERISTICHE E MODALITÀ DI ESECUZIONE DEL PROGETTO

Le azioni di promozione e comunicazione del Brand Abruzzo richieste con la presente gara sono finalizzate a implementare e potenziare i flussi turistici verso la destinazione Abruzzo, con l'istituzione di nuove rotte aeree verso l'Abruzzo, con lo scopo di aumentare l'attrattività e la competitività regionale con incremento del volume di affari e impatto concreto in termini di ROI (Return on Investment), vale a dire con risultati economici reali e misurabili per il tessuto economico sociale dell'intero territorio regionale.

I mercati di interesse, in coerenza con la programmazione turistica regionale, sono classificati in base alla loro dimensione/rilevanza per l'Abruzzo e alla loro dinamica di recente evidenziatasi nell'incoming in regione, e nel complesso con riferimento alle varie aree tipologiche (costa, entroterra, città), sono i seguenti:

- a. Nuovi mercati strategici non serviti sia nazionali che Europei (includono mercati primari per dimensione o per tassi di crescita);
- b. Nuovi mercati opportunistici sia nazionali che Europei (includono mercati importanti e con opportunità di crescita e di flussi turistici).

8. SUDDIVISIONE IN LOTTI

La proposta tecnica progettuale dovrà garantire un'efficace campagna di promozione e comunicazione misurabile anche attraverso il numero di passeggeri movimentati nello scalo aeroportuale abruzzese, con quattro tipologie di azioni:



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo
Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

- **LOTTO N.1 CIG 89458225D9: Collegamenti nazionali e verso l'Europa orientale.**
 - **Mercati strategici nazionali:** Milano Malpensa, Venezia;
 - **Mercati opportunistici nazionali:** Reggio Calabria, Comiso, Verona, Firenze;
 - **Mercati strategici Est Europa:** Istanbul, Vienna, Budapest, Mosca, Sofia, San Pietroburgo;
 - **Mercati opportunistici Europa Orientale:** Kiev, Riga, Vilnius/Kaunas, Wroclaw, Poznan, Bratislava, Atene, Belgrado, Spalato, Timisoara, Bakau, Iasi.

- **LOTTO N.2 CIG 8945850CF2: Collegamenti nazionali e verso l'Europa occidentale.**
 - **Mercati strategici nazionali:** Roma, Genova, Napoli.
 - **Mercati opportunistici nazionali:** Lamezia Terme, Pisa, Bolzano, Trieste.
 - **Mercati strategici Europa Occidentale:** Parigi, Berlino, Monaco di Baviera (Monaco/Memmingen), Amburgo, Amsterdam (Schipol/Rotterdam), Copenhagen, Madrid, Dublino, Zurigo.
 - **Mercati opportunistici Europa Occidentale:** Lisbona, Bilbao, Nantes, Bordeaux, Tolosa, Stoccarda, Colonia, Hannover, Lipsia, Norimberga, Oslo, Stoccolma, Ginevra, Manchester/Liverpool, Birmingham, Edimburgo, Basilea, Berna

9. PROPOSTA PROGETTUALE

I concorrenti dovranno presentare una specifica proposta progettuale per ciascuno dei lotti a cui intendono partecipare.

La proposta dovrà valorizzare il Brand del territorio abruzzese nel suo complesso (Mare, Montagna, Natura e Cultura) anche in base al piano marketing definito dalla Regione Abruzzo, predisponendo una serie di azioni di promozione e comunicazione “mirate” in base al mercato di riferimento e specificare le rotte aeree di percorrenza proposte.

Le principali azioni che dovranno essere proposte sono:

1. pubblicità a bordo degli aeromobili con le seguenti modalità:
 - Personalizzazione cappelliere;
 - Personalizzazione poggiatesta;



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo

Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

2. pubblicità cartacea con le seguenti modalità:
 - sulla rivista di bordo;
 - consegna di brochure a bordo;
3. Attività di PR e ufficio stampa di promozione della destinazione e del volo con le seguenti modalità:
 - conferenze stampa (almeno 2 annue) in termini di presenza di un rappresentante della Compagnia ed attività di sensibilizzazione verso la stampa del mercato di riferimento;
4. Attività promozionale sui portali delle compagnie con le seguenti modalità:
 - Banner sul portale della compagnia nel mercato di interesse (almeno 3 banner di durata almeno quindicinale, anche in periodi non consecutivi, di cui uno nella homepage del Paese collegato dalla rotta);
 - Pagina sul portale della compagnia dedicata alla destinazione con possibilità di aggiornamento periodico;
5. DEM (Direct Email Marketing) e/o email dedicate (almeno 1 attività/mese nei mercati collegati da rotte verso l'Abruzzo);
6. Attività di animazione sui Social Media della compagnia aerea con le seguenti modalità:
 - Facebook (almeno 12 attività/anno);
 - Instagram (almeno 12 attività/anno);
 - Twitter (almeno 12 attività/anno);
7. Banner promozionali sulla destinazione Abruzzo sulla carta d'imbarco on line per una durata minima per un periodo non inferiore a 2 mesi/anno anche non consecutivo;

L'offerta dovrà garantire almeno due modalità tra quelle indicate dal numero 1 al numero 3, e almeno tre modalità dal numero 4 al numero 7.

Ulteriori azioni potranno essere proposte dall'offerente.

8. L'offerente dovrà, altresì, indicare la lista dei Mercati sui quali intende realizzare il Piano



Dipartimento Sviluppo Economico - Turismo

Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva

della Comunicazione, la proposta operativa in termini di frequenze e capacità dell'aeromobile utilizzati e, inoltre, **il numero minimo garantito di passeggeri realizzati**. Tutto ciò dovrà essere articolato secondo la segmentazione sopra riportata, tra mercati strategici e mercati opportunistici con l'indicazione specifica sulla fascia sopraindicata in **Quantificazione impatto su passeggeri in arrivo**.

L'offerente dovrà allegare, per ogni lotto, al Progetto Tecnico i seguenti documenti:

- Piano di Comunicazione e la sua articolazione sui mercati proposti (max 20 pagine);
- Segmentazione dei mercati serviti dalle rotte e livelli di servizio (max 10 pagine);
- Valori minimi garantiti di arrivi sull'aeroporto d'Abruzzo quale metodologia di valutazione dell'impatto delle azioni proposte (max 10 pagine);
- Modello riassuntivo offerta tecnica;
- Curriculum del referente della fornitura;
- Cronoprogramma del piano di comunicazione e del piano dei collegamenti proposti.

Il RUP
DOTT. GERMANO DE SANCTIS
(documento firmato digitalmente)