

**VIAGGIO IN CAMPANIA
SULLE ORME DEL GRAND TOUR
*PROGETTO ESECUTIVO***

ALLEGATO 1

Nel 2014 si svolge uno dei progetti più ambiziosi del 'format' Campania Artecard

Viaggio in Campania - Sulle orme del Grand Tour

- Dal 19 aprile al 31 dicembre 2014: nove mesi di eventi, mostre, itinerari ed escursioni in 200 siti della Campania, dai grandi musei di Napoli alla Reggia di Caserta, dagli scavi archeologici di Pompei e Ercolano al Gran cono del Vesuvio, sino alle località costiere come Sorrento, Ravello e Positano e i parchi naturali e le aree interne, meno conosciute ma ricche di tesori e bellezza;
- Per poter partecipare e accedere agli itinerari di "Viaggio in Campania" c'è la Card Grand Tour, una carta turistica realizzata da Campania>Artecard che permette di scegliere tra le proposte culturali in programma e offre servizi e trasporti inclusi;
- Grand Tour è un progetto dell'Assessorato al Turismo della Regione Campania che intende così promuovere la messa in rete e la valorizzazione di siti, monumenti, luoghi storico-artistici meno noti e meno visitati accanto ai grandi attrattori della Regione;

Quale comunicazione adottare

Date le caratteristiche del progetto, gli obiettivi della comunicazione saranno:

- Valorizzazione e comunicare, tramite questa iniziativa, la politica di promozione dei beni culturali e del patrimonio della Regione Campania
- Incentivare il turismo in tutte le sue forme verso questa Regione nei prossimi mesi
- Spingere il pubblico a cercare informazioni sugli itinerari e ad acquistare la Card
- Focalizzare l'attenzione sulla ricchezza del programma e sulla sua diffusione sul territorio

L'analisi del target

A chi comunichiamo?

ORIENTAMENTI VERSO LE VACANZE

- *Per le mie vacanze scelgo siti culturali*
- *Mi piace scoprire le bellezze del mio paese*
- *Preferisco le vacanze itineranti, visitando più luoghi*
- *In vacanza il divertimento è importante*

&

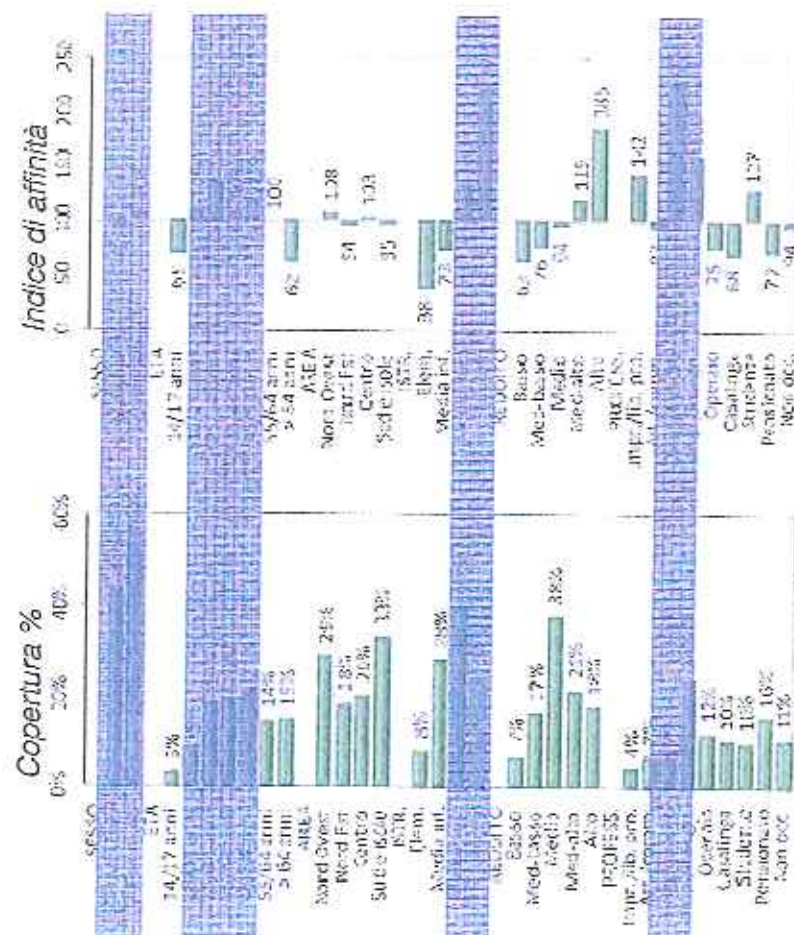
INTERESSI

- *Mi piace visitare mostre e musei*
- *Le fiere enogastronomiche sono le mie preferite*
- *Ho visitato siti archeologici ed eventi culturali*

Target Gran Tour
5.4 mio di individui

Elaborazioni Media club su dati Eurisko Sinottica

Il profilo sociodemografico del nostro target



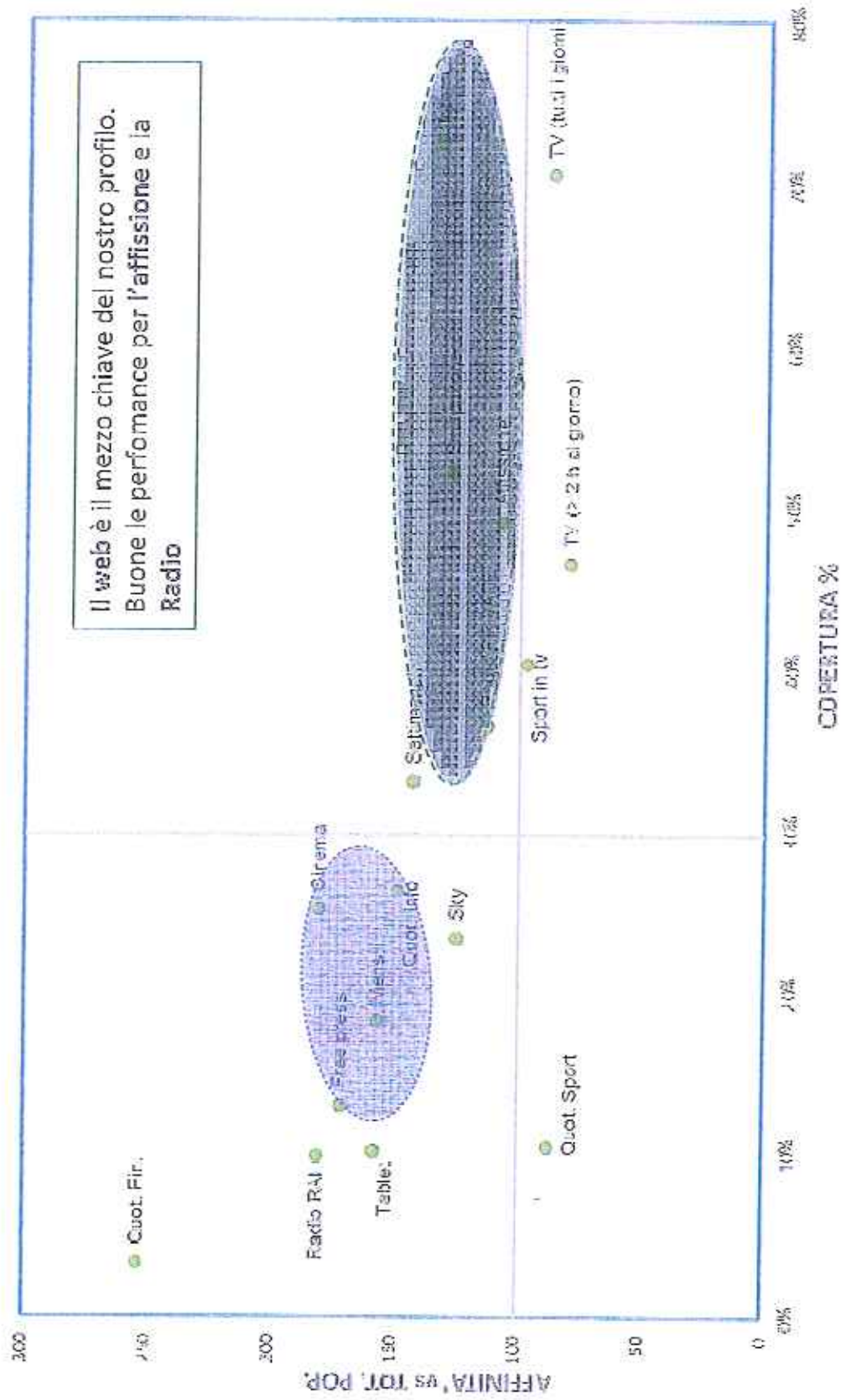
5.4 mio di individui



Sono adulti tra i 18 ed i 54 anni, con maggiore affinità per la componente femminile

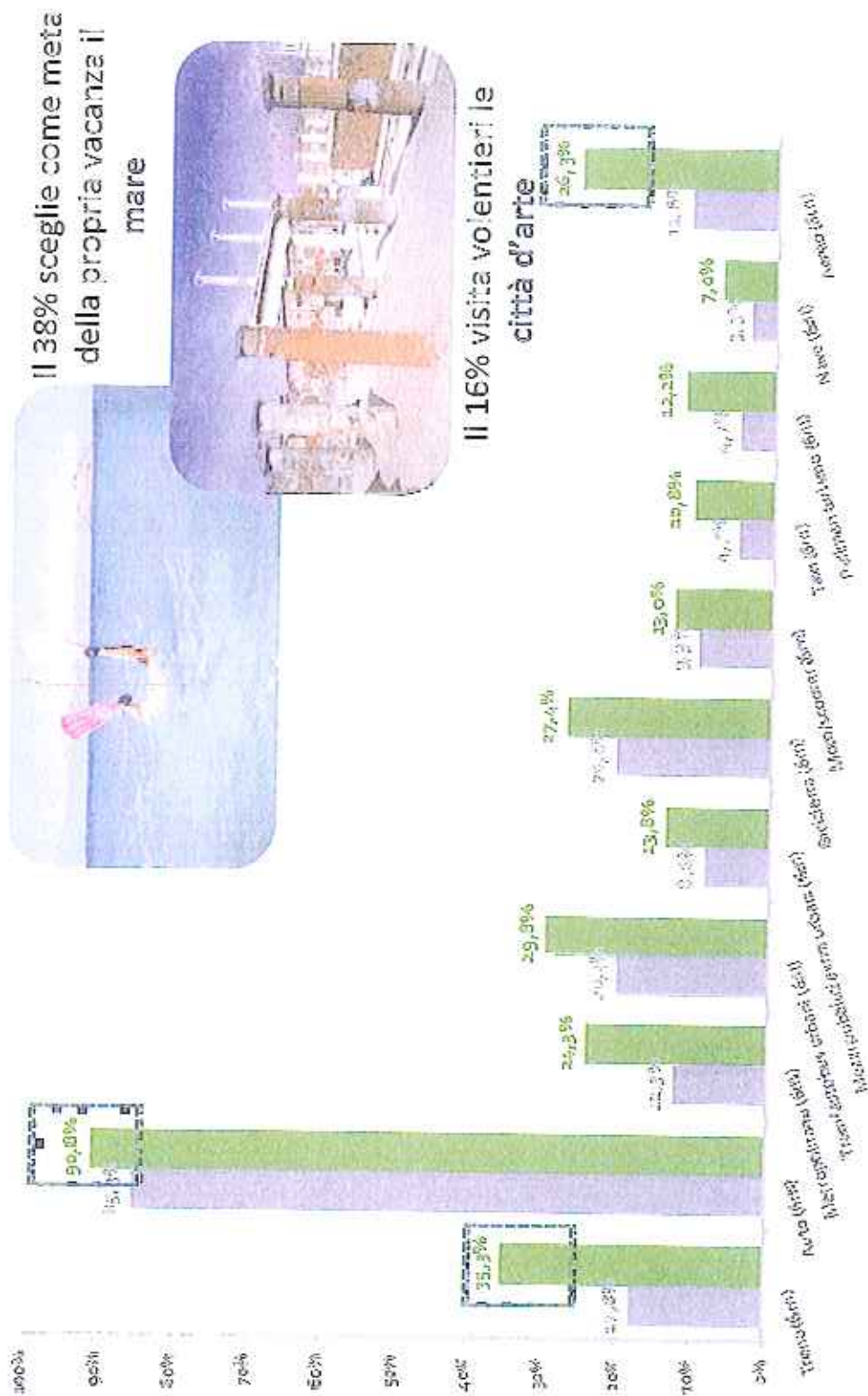
Hanno un alto livello di scolarizzazione e sono insegnanti, manager e studenti

A quali mezzi sono esposti ?



Elaborazioni Media club su dati Eurisko Sinottica

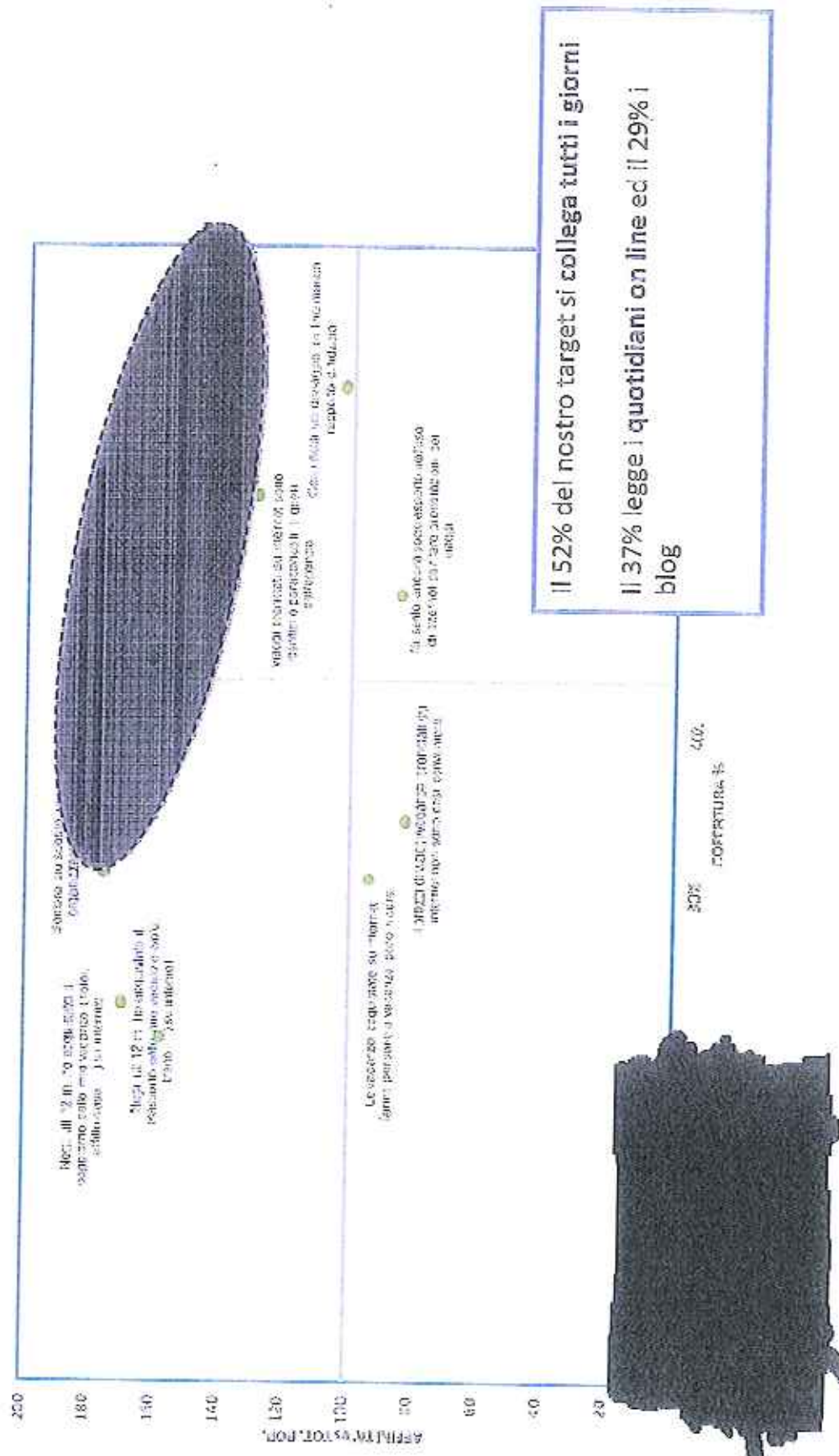
Quali sono le vacanze ideali ed i mezzi di trasporto preferiti?



OFFICIAL MFTG GRANT TOUR

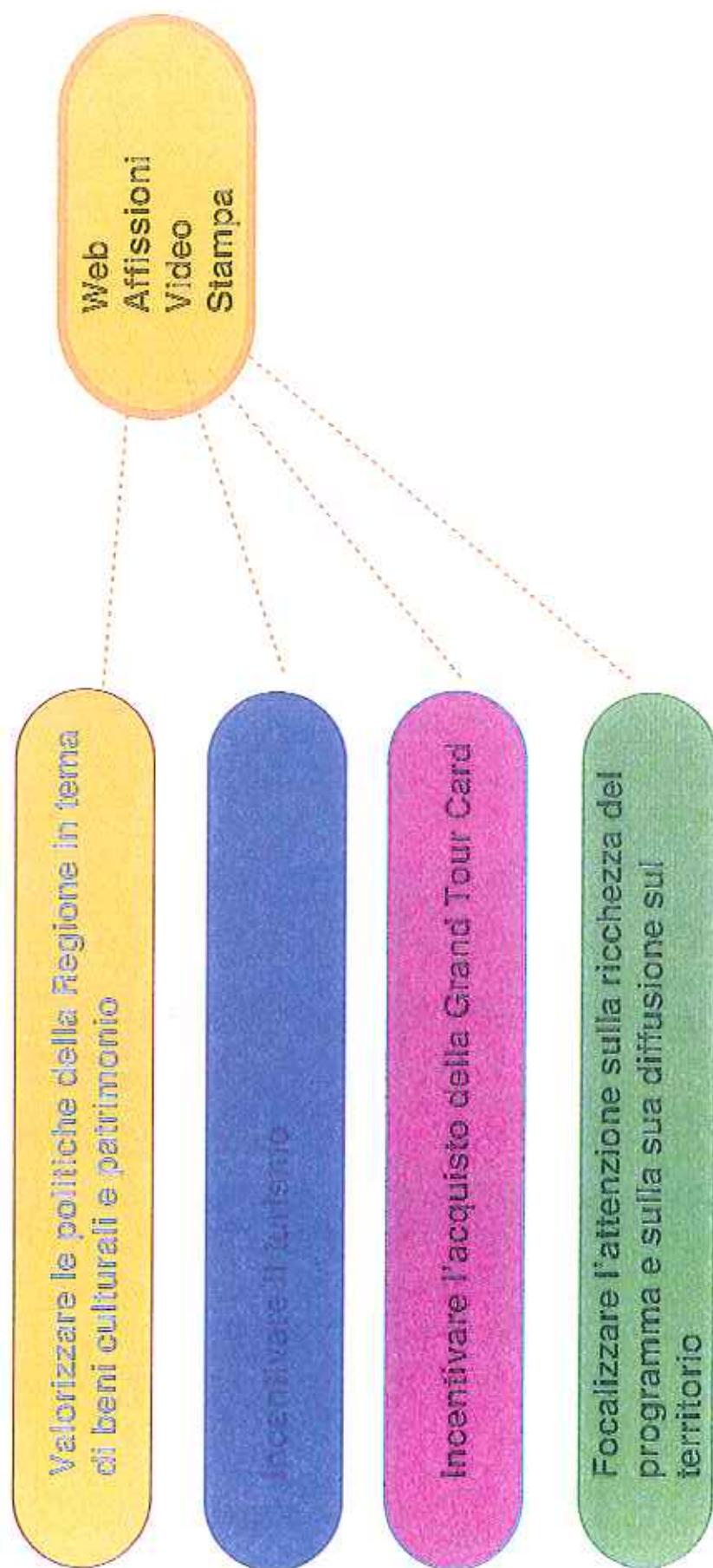
Elaborazioni Media club su dati Eurisko Sinottica

Il web è il mezzo ideale per informarsi e prenotare le proprie vacanze



Elaborazioni Media club su dati Eurisko Sinottica

Lavorando in sinergia, i mezzi di comunicazione consentono di lavorare sul raggiungimento dell'obiettivo di comunicazione



COPERTURA DEL PIANO MEZZI

Il piano mezzi avrà una copertura prevalentemente LOCALE, ma garantirà anche una visibilità nazionale grazie alla presenza su WEB e sulle testate specializzate. Inoltre, la dinamica presso la stazione e l'aeroporto permetterà di intercettare il pubblico nazionale ed internazionale in arrivo sul territorio



Il ruolo dei mezzi : internet come mezzo per diffondere la notizia anche all'estero e come veicolo di prenotazione

- L'utilizzo del **Web** si rende necessario per completare l'approccio multimediale, lavorando contemporaneamente sull'immagine, sul coinvolgimento del turista potenziale e sulla veicolazione di traffico quali/quantitativo ai siti
- il traffico al sito sarà importante per spingere l'acquisto delle card – saremo presenti quindi sui due principali verticali settore turismo e news



Il ruolo dei mezzi: **l'affissione** per intercettare i viaggiatori

Aeroporto e Stazione di Napoli

- Questi impianti consentono di avere un'ampia visibilità intercettando i viaggiatori in ingresso a Napoli
- Prevediamo formati particolarmente impattanti con esposizione trimestrale



Napoli Stazione Centrale Fs : Cubo



Impianto impattante posizionato all'interno dell'atrio principale della stazione. Possibilità di personalizzare i quattro lati in maniera differente in modo tale da incrementare l'effetto eyecatching dello spazio.

Tipologia impianto:

- 1 Cubo quadrifacciale rotante cm200x200

Visibilità: passeggeri in partenza/arrivo.

Nota: Disponibilità salvo il venduto

Napoli aeroporto – Impianto retroilluminato



CARATTERISTICHE E LOCATION: ARRIVI

Pos. A25 – impianto retroilluminato

La posizione è ubicata nella sala ritiro bagagli nazionali Schengen (fronte nastri)

Visibilità: passeggeri in arrivo

DIMENSIONI:
m 3,40 x 1,67

Periodo:
TBD

Radio, stampa, circuiti video cittadini

- Durante tutto il periodo che va da aprile a dicembre prevediamo una presenza su

Radio e Stampa locali (carta e web) e nel circuito video della Metropolitana di Napoli a copertura della

Regione Campania

- Si propone anche la presenza su due testate specialistiche viaggi:

DOVE

Bell'Italia

DOVE
Dove Viaggia

IL MATTINO.it
CORRIERE DELLA SERA

la Repubblica
la Repubblica

Formato mezza pagina – 1
avviso x testata x flight

Formato 15"
6 spot al giorno x
flight per emittente



IL MATTINO

la Repubblica

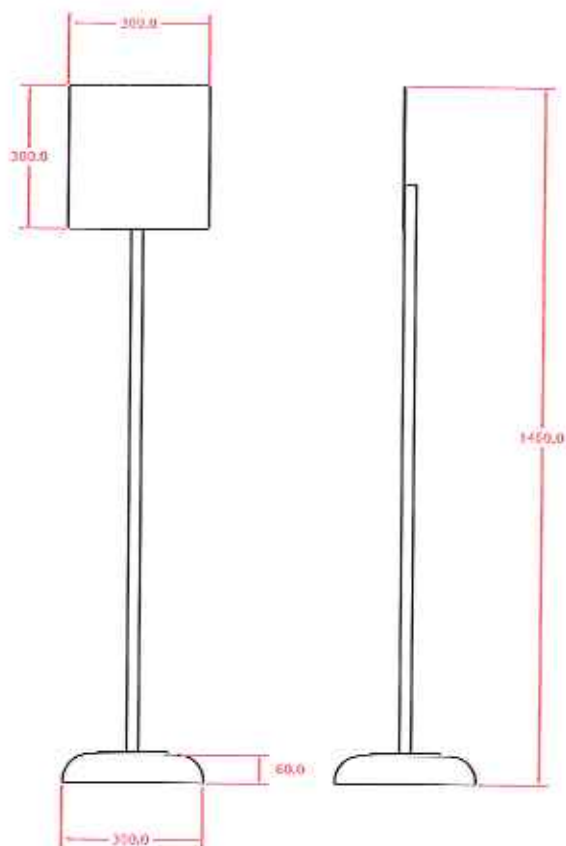
CORRIERE DEL MEZZAGIORNO

**VIAGGIO IN CAMPANIA
SULLE ORME DEL GRAND TOUR
*PROGETTO ESECUTIVO***

ALLEGATO 2

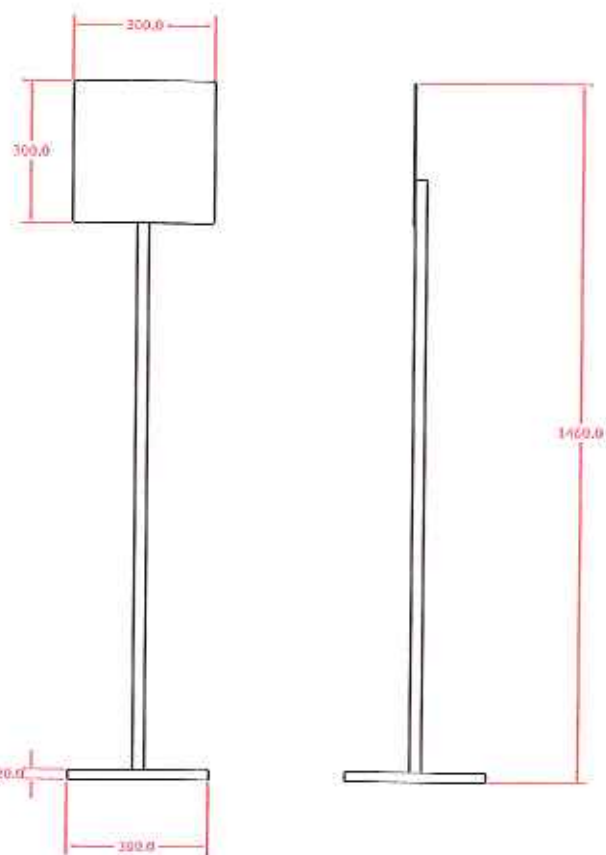
PALINE DA ESTERNO

TIPO A CON BASE IN CEMENTO - TIPO B CON BASE IN ACCIAIO



TIPO A

Palina formato 300x300 con asta in acciaio
base in cemento finitura graniglia
La base può essere smontata per il trasporto

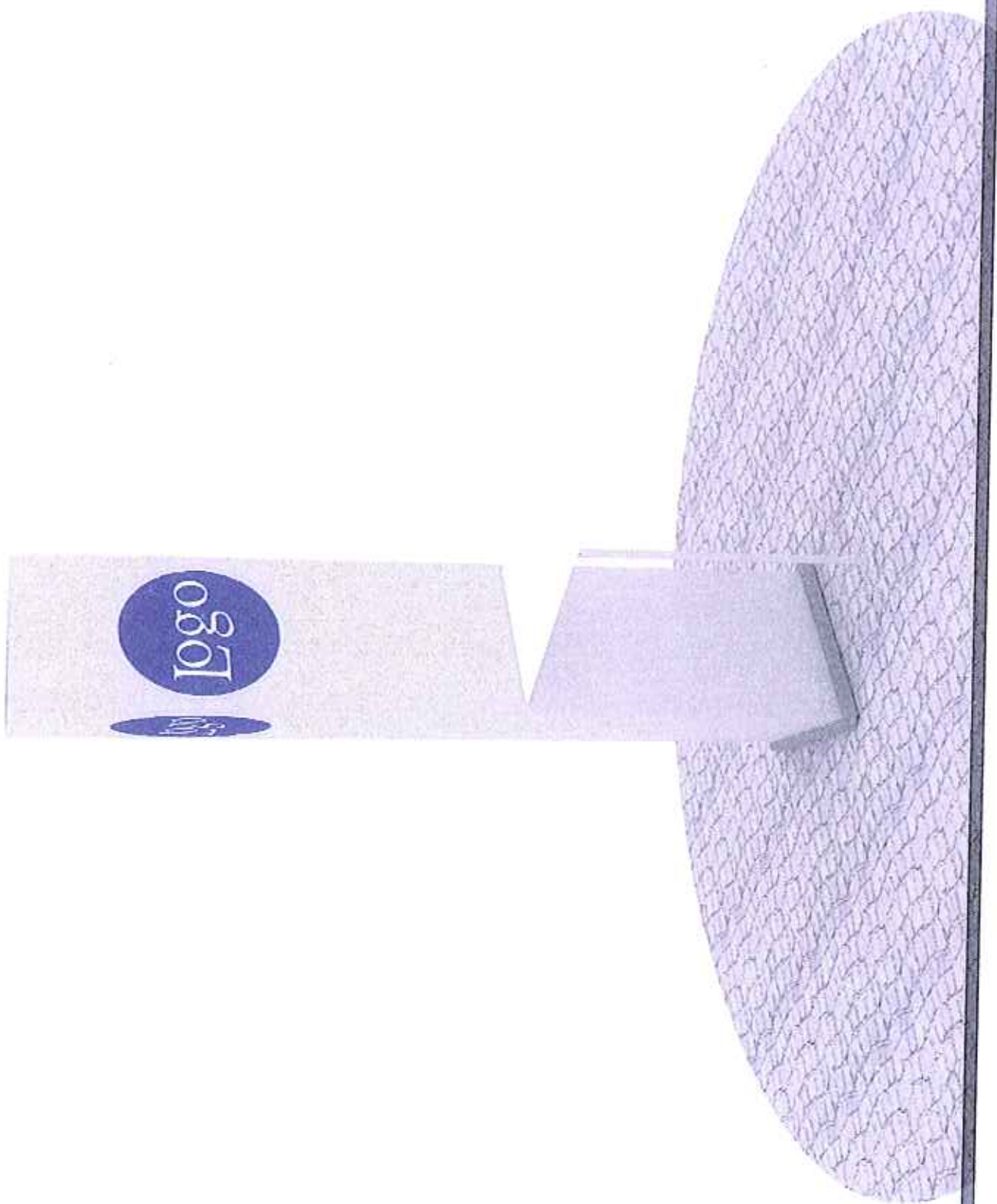


TIPO B

Palina formato 300x300 con asta in acciaio
Base in acciaio verniciato come la struttura.
La base può essere smontata per il trasporto

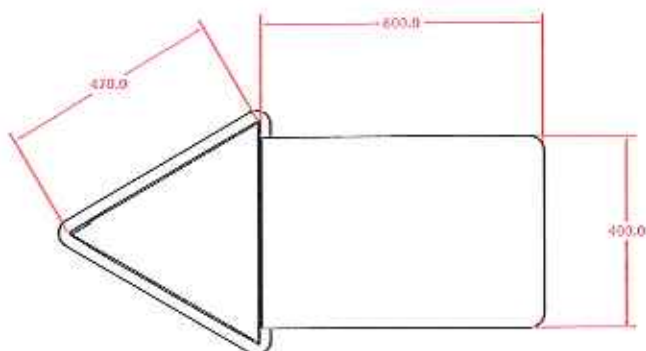




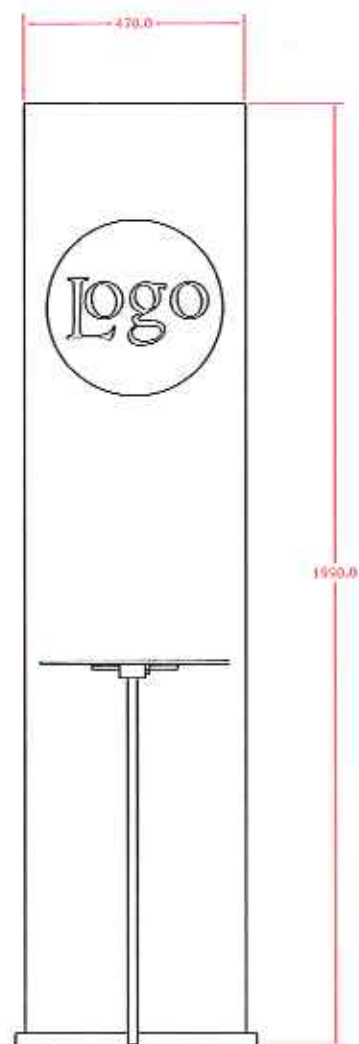
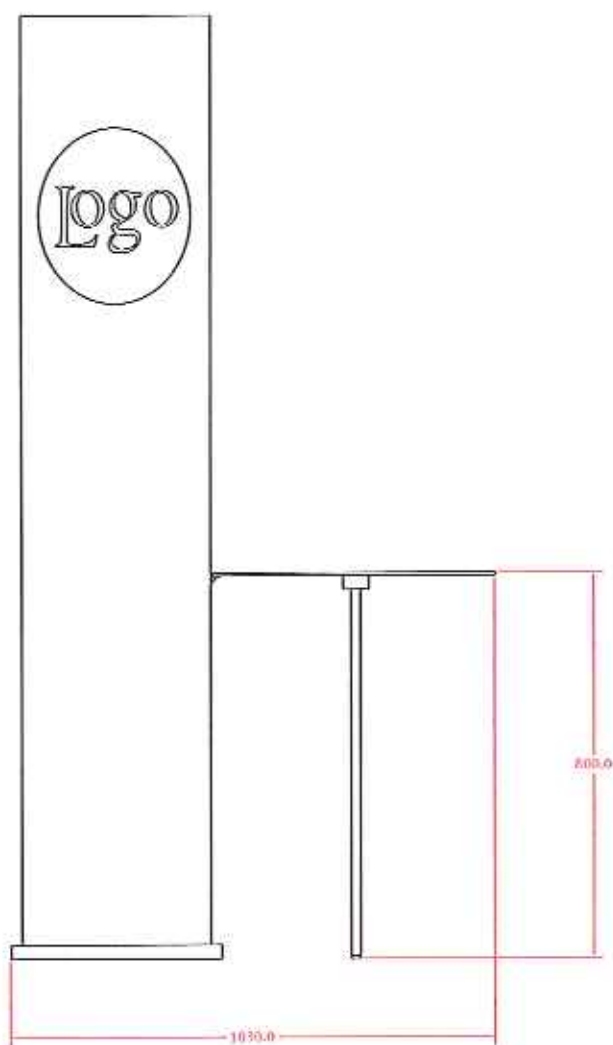




TOTEM A BASE TRIANGOLARE CON PIANO A RIBALTA



Monolite a base triangolare: realizzato in materiale composito metallo/plastica finitura da definire.
Decorazioni in stampa digitale diretta
Piano in legno/plastica dotato di sistema a ribalta e palo di appoggio in alluminio.



**viaggio
in Campania**
Sulle orme del Grand Tour

**9 itinerari sulle orme
del Grand Tour**

9 itinerari sulle orme del grand tour.
1200 musei, monumenti, siti archeologici e naturalistici.
100 tour con passeggiate, visite guidate, discussioni delle eccellenze culinarie e performance teatrali.
50 percorsi "orturati" in siti archeologici e naturalistici: Ercolano, Vesuvio, Avella, Gimigliano, Minori...

**viaggio
in Campania**
Sulle orme del Grand Tour

**9 itinerari sulle orme
del Grand Tour**

7 **8** **9** **6**

Info

www.campaniamuseum.it
Grand Tour
Numero Verde
800 100 001
Cellulari ed email
+39 081 19907050
campania-sarperard@univ.it

**viaggio
in Campania**
Sulle orme del Grand Tour

**9 itinerari sulle orme
del Grand Tour**

1 **Napoli è un paradiso!**
Murali, chiese, teatri e collazioni

1 **2** **3** **4** **5** **6** **7** **8** **9** **10** **11** **12** **13** **14** **15** **16** **17** **18** **19** **20** **21** **22** **23** **24** **25** **26** **27** **28** **29** **30** **31** **32** **33** **34** **35** **36** **37** **38** **39** **40** **41** **42** **43** **44** **45** **46** **47** **48** **49** **50** **51** **52** **53** **54** **55** **56** **57** **58** **59** **60** **61** **62** **63** **64** **65** **66** **67** **68** **69** **70** **71** **72** **73** **74** **75** **76** **77** **78** **79** **80** **81** **82** **83** **84** **85** **86** **87** **88** **89** **90** **91** **92** **93** **94** **95** **96** **97** **98** **99** **100**

fonte: <http://www.campaniamuseum.it>

**VIAGGIO IN CAMPANIA
SULLE ORME DEL GRAND TOUR
*PROGETTO ESECUTIVO***

ALLEGATO 3

L'implementazione del piano

PIANO MEZZI			valori iva esclusa	
AFFISSIONI	SPAZIO	PERIODO		129.000,00
Aerocentro di Napoli	Impianto retroilluminato sala ritiro pagagli nazionali Schengen (fronte nastri); dimensioni m. 3,40 x 1,67	1 trimestre da confermare		15.000,00
Stazione di Napoli	1 Cuco quadrifaccia e rotante cm200x200	28 gg		23.000,00
Spazi Video Mercoledìana Napoli	video	2 settimane circa		15.000,00
TABELLARE				
Corriere del Mezzogiorno ed. Campania	6 mezze pagine	13 e 19 aprile; 18 e 24 maggio, 7 e 13 settembre		
Il Mattino	6 mezze pagine	13 e 19 aprile; 18 e 24 maggio, 7 e 13 settembre		27.000,00
La Repubblica Napoli	6 mezze pagine	13 e 19 aprile; 18 e 24 maggio, 7 e 13 settembre		
Dove	pagine + web	1 uscita - 1 wk online		
3el'Italia	pagine	1 uscita		9.500,00
WEB				
Repubblica.it	leaderboard /big rectangle sez. Cultura	1 settimana		
Corriere.it	leaderboard /box sez. Cultura	1 settimana		
Il Mattino.it	leaderboard home/big rectangle	1 settimana		20.000,00
RADIO				
Radio Kiss Kiss	spot 15"	6 spot al giorno per 14 gg		
Radio Subasio	spot 15"	6 spot al giorno per 14 gg		
Radio Maria	spot 15"	6 spot al giorno per 14 gg		
Radio Punto Zero	spot 15"	6 spot al giorno per 14 gg		12.000,00
COSTI DI PRODUZIONE				7.500,00

**VIAGGIO IN CAMPANIA
SULLE ORME DEL GRAND TOUR
*PROGETTO ESECUTIVO***

ALLEGATO 4

Indicatori e target.

SERVIZIO	ASPETTO	INDICATORE	criterio di valutazione	note
1. INFO POINT E SUPPORTI INFORMATIVI (FISSE E MOBILI)	personale impiegato	<u>1.a puntualità:</u>	presenza infopoint fissi e mobili presidiati da operatori in numero adeguato all'evento e opportunamente riconoscibili	secondo Calendario date/orari da definire (cfr. §2.5 B)
		<u>1.b competenze</u>	conoscenza di 3 lingue, conoscenza delle informazioni generali riguardanti il servizio	tra cui inglese, francese, spagnolo
2. INFORMAZIONI E PRENOTAZIONI (CONTACI CENTER SENZA SPORTELLI FISICO)	personale impiegato	<u>2.a puntualità</u>	presidio/ previsto anche un ripetitore automatico 24h	cfr. § 2.5 A)
		<u>2.b competenze</u>	conoscenze e competenze in merito agli itinerari/eventi serali /personale plurilingue	inglese, francese, spagnolo calendario date/eventi – cfr.2.5 B)
3. COMUNICAZIONE E ISTITUZIONALE	personale impiegato	<u>3.a competenze</u>	altamente qualificato e di comprovata esperienza nonché specializzato nel settore della comunicazione/ufficio stampa	
4. PROMOZIONE	personale impiegato	<u>4.a competenze</u>	altamente qualificato e di comprovata esperienza, nonché specializzato nel settore del marketing(settore turismo e cultura) conoscenza di lingue straniere	
5. SEGNALETICA	visibilità	<u>5.a supporto fisico</u>	presenza supporti visivi (totem/corner, palline, pannelli in forex	cfr. §3.3
6. INFORMAZIONE TRAMITE SITE/APP	utilizzabilità	<u>6.a accessibilità</u>	disponibilità piattaforma web e App	cfr. § 2.5 C) e D)
		<u>6.b efficienza</u>	correttezza, chiarezza esaustività	