



ALLEGATO A alla Dgr n. 1519 del 12 agosto 2014

PIANO TURISTICO ANNUALE 2014. AZIONE ORRIZZONTALE “2.3 INIZIATIVE DI PROMOZIONE E COMUNICAZIONE”

INIZIATIVE DI PROMOZIONE SULLA CARTA STAMPATA

LEGGE REGIONALE 11 del 14 giugno 2013 “Sviluppo e sostenibilità del turismo veneto”
E DGR N. 703 DEL 13 MAGGIO 2014

A) SCENARI E OBIETTIVI DELLA PROMOZIONE TURISTICA INTEGRATA

Il turismo rappresenta uno dei settori più importante per l'economia veneta, sia per la ricchezza prodotta direttamente che per l'economia indotta.

Il punto di forza del turismo in Veneto è rappresentato dalla varietà della sua offerta e dalla possibilità di una vacanza a 360 gradi:

- prodotti “tradizionali”: mare, città d'arte, laghi, montagna estiva e invernale, terme, parchi e Delta del Po, all'interno dei quali spiccano le eccellenze e le specificità delle singole destinazioni già dotate di notorietà e capacità di attrazione;
- prodotti “emergenti”, complementari e trasversali: prodotti legati a nuove esigenze della domanda e a nuovi modi di “fare vacanza” (a mero titolo di esempio, il congressuale, il business, il turismo naturalistico e sportivo, il turismo enogastronomico e “open air” ecc.) in grado sia di avere una consistenza di nicchia che di rivitalizzare i prodotti tradizionali.

Scendendo ad una interpretazione delle dinamiche turistiche che va oltre la lettura dei dati statistici, a fronte dell'obsolescenza di alcuni prodotti tradizionali rispetto alle offerte di competitors più dinamici, la struttura articolata e molteplice del turismo veneto si presta a rapporti di complementarietà tra i diversi prodotti: un potenziale ancora inespresso e che è necessario valorizzare in forma integrata, da una parte per riposizionare l'identità complessiva e l'offerta della Regione in un mercato nazionale e internazionale sempre più competitivo e nella complessa evoluzione del fenomeno turistico; dall'altra per presidiare il primato del Veneto e rafforzarne la leadership tra le destinazioni turistiche italiane.

D'altro canto però, la varietà e molteplicità dell'offerta si traducono nella complessità di comunicare in maniera chiara e omogenea, e con un forte contenuto emozionale, il valore e la qualità del Veneto:

- come destinazione complessiva;
- come prodotti “tradizionali”;
- come prodotti “emergenti”, complementari e trasversali.

Nell'elaborazione delle strategie di comunicazione finalizzate a promuovere il turismo, anche attraverso l'uso della carta stampata, è necessario tenere conto dei seguenti obiettivi:

- promuovere l'identità del territorio riposizionando la Regione Veneto quale leader tra le destinazioni turistiche italiane;
- creare awareness per il Veneto quale destinatario ideale per gli short break, il mare, la montagna sia invernale che estiva, il turismo culturale, le terme, ecc;
- aumentare la conoscenza della molteplicità dell'offerta turistica del territorio, favorendo rapporti di complementarietà e di scambio tra località note e località da scoprire;
- incrementare il turismo di “qualità” soprattutto in alcuni specifici prodotti/cluster turistici identificati dalla Regione Veneto;
- incrementare i flussi turistici promuovendo il turismo culturale e di scoperta del territorio con i prodotti a valore aggiunto;
- favorire la destagionalizzazione dell'offerta e della domanda turistica;
- integrare la promozione dell'offerta turistica regionale con la valorizzazione dei prodotti agroalimentari tipici e di qualità legati al territorio d'origine;

- consolidare l'immagine della Regione attraverso la promozione integrata dei diversi prodotti turistici tramite un concept ("Veneto tra la terra e il cielo") capace di esaltare le eccellenze regionali.

B) STRATEGIE DI COMUNICAZIONE: INDIVIDUAZIONE DEI PROGETTI

A fronte degli scenari e delle strategie sopra evidenziati, la scelta del mezzo editoriale quale strumento per rendere efficace l'attività di comunicazione dell'offerta turistica integrata del Veneto sul territorio nazionale ed internazionale, importanti bacini di domanda turistica, è supportata da una serie di fattori:

- possibilità di veicolare le proposte dell'offerta turistica regionale ad un numero molto elevato di lettori mediante l'utilizzo di riviste e periodici di maggiore diffusione nel mercato nazionale, allargando l'iniziativa anche ai mercati esteri particolarmente attratti dall'offerta veneta: sia nei mercati tradizionali sia nei mercati emergenti, quali Brasile, Russia e Cina, svolgendo un'attività di sensibilizzazione e rafforzando il rapporto di fidelizzazione esistente con il territorio regionale;
- possibilità di operare una diffusione omogenea dell'informazione in grado di attrarre la potenziale utenza turistica in relazione al target, alle aree geografiche e alla domanda turistica mediante inserti e servizi redazionali realizzati in collaborazione con le redazioni delle riviste specialistiche particolarmente diffuse e rivolte ad una utenza particolarmente interessata a specifici segmenti di turismo, quali il cicloturismo, vacanza all'aria aperta, turismo sportivo ed enogastronomico, ecc.;
- possibilità di realizzare materiale informativo in collaborazione con le testate giornalistiche da utilizzare nell'ambito delle attività promozionali istituzionali regionali grazie alla disponibilità di una tiratura extra di copie prodotte.

C) ELENCO DEI PROGETTI EDITORIALI

- 1) RCS MEDIAGROUP SpA – Magazine “Italian Style Cina” e Rivista “DOVE”;
- 2) FIORATTI Srl – Mensile “Itinerari e Luoghi”
- 3) PROGETTO Srl –Rivista “Touring”;
- 4) PUBLIADIGE Srl – Rivista “Sei Magazine” e “Cat’s Magazine”;
- 5) LUNARGENTO Srl –redazionale “Veneto Lovers’Cooking”;
- 6) MEDIA & CONSULTING Snc – rivista “Week-end in auto”;
- 7) EDITORIALE IN PIU’ S.c.– giornale “L’Agenzia di viaggi”;
- 8) EDIMAN Srl – Periodico “Meeting&Congressi”
- 9) Riccardo Gelli Impresa Ind.le – Rivista “Invenice”;
- 10) SPORT NETWORK Srl – Rivista “In Moto”;
- 11) PUBLICONSULT 2000 Srl – Rivista “PleinAir”;
- 12) FUSTA EDITORE – Rivista “Camminare”;
- 13) FALSTAFF VERLAGS GmbH – Rivista “Falstaff (Austria)”;
- 14) MODELLSPORT VERLAG GmbH – Rivista “Trekking (Germania)”;
- 15) ALL ABOUT ITALY DE UG – Magazine “All About Italy (Germania)”

D) TABELLA DESCRITTIVA DEI SINGOLI PROGETTI

Vengono di seguito riportati, per ciascuna rivista, una descrizione della medesima e l'indicazione degli spazi proposti all'interno della rivista stessa:

- 1) RCS MEDIAGROUP SpA – Magazine “Italian Style Cina” e Rivista “DOVE”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO € IVA INCLUSA
<p>Magazine Italian Style Cina è una rivista che racconta lo stile italiano ai consumatori/visitatori cinesi che vengono in Italia, sviluppando i temi delle specialità del Made in Italy: dall'arte alla moda, dai prodotti di design ai gioielli, dalla cultura alla tecnologia, dall'enogastronomia al turismo. Viene distribuito in Cina presso Ambasciate e T.O per i cinesi che richiedono il visto per l'Italia e in Italia nei migliori alberghi con clientela cinese.</p> <p>DOVE, Rivista leader nel settore dei viaggi e del tempo libero, della cultura e del lifestyle con approfondimenti e articoli su proposte delle destinazioni di vacanza, scelta delle strutture ricettive, suggerimenti su eventi culturali e ottimi consigli per chi intende intraprendere un viaggio.</p>	<p>1 doppia pagina tabellare dedicata alle destinazioni turistiche venete e alle specialità del Made in Veneto</p> <p>1 doppia pagina advertorial</p>	<p>25.980,00</p>

2) FIORATTI Srl – Mensile “Itinerari e Luoghi”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO € IVA INCLUSA
Mensile tascabile di viaggi e turismo sostenibile ricco di contenuti su destinazioni turistiche e proposte week-end con itinerari dettagliati che accompagnano il lettore alla ricerca di cultura, natura, architettura, enogastronomia, artigianato, tradizione ed eventi. Una rivista originale per la quantità di informazioni pratiche e per l’attenzione ad un turismo responsabile.	8 pagine publiredazionali con 2 uscite + n. 2 servizi da 12 pagine + pubblicazione nel sito www.itinerarieluogi.it + n. 1 inserto staccabile di 16 pagine sull’enogastronomia del Veneto + 10.000 copie	18.000,00

3) PROGETTO Srl – Rivista “Touring”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO € IVA INCLUSA
Mensile di turismo con reportage su viaggi, vacanze, calendario eventi. Strumento di informazione e aggiornamento per i soci del Touring Club Italiano ma anche dal grande pubblico interessato ad argomenti legati alla cultura, all’arte, alla natura e alle mete turistiche in genere.	n. 1 inserto di 4 pagine sui tematismi turistici del Veneto	10.248,00

4) PUBLIADIGE Srl – Rivista “Sei Magazine e Cats Magazine”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO € IVA INCLUSA
Rivista quadrimestrale diffusa in 110.000 copie distribuita con l’Arena di Verona, BresciaOggi e Il Giornale di Vicenza. Tratta temi di attualità, lifestyle, turismo ed enogastronomia.	4 pagine redazionali con 3 uscite	28.060,00
Rivista mensile diffusa in 55.000 copie con il “Giornale di Vicenza”. Tratta temi di attualità, lifestyle, turismo ed enogastronomia.	1 Doppia pagina publiredazionale per 11 uscite	

5) LUNARGENTO Srl – Redazionale “Veneto Lovers’Cooking”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO € IVA INCLUSA
Redazionale di presentazione dei prodotti enogastronomici veneti, descritti con schede tecniche e declinati dai migliori chef stellati del Veneto in ricette che compongono il menu per il banchetto nuziale. Il redazionale sarà distribuito come supplemento con la guida “Love me in Veneto”.	redazionale di 150 facciate in lingua italiano/inglese + 3.000 copie	20.000,00

6) MEDIA & CONSULTING Snc – rivista “Week-end in auto”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO € IVA INCLUSA
Rivista bimestrale specializzata nelle proposte di vacanza nel week-end in occasione di manifestazioni ed eventi enogastronomici e culturali alla scoperta di luoghi e sapori del territorio regionale	n. 1 speciale Week-end & Gusto di 3 pagine redazionali	9.150,00

7) EDITORIALE IN PIU’ S.c.– giornale “L’Agenzia di viaggi”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO € IVA INCLUSA
Giornale per i professionisti del settore turismo cui propone approfondimenti, inchieste ed analisi di mercato. Si tratta di un network di informazione turistica e importante strumento di riferimento per il settore che analizza le nuove tendenze legate al turismo e la politica del turismo con le sue derivazioni economiche e finanziarie.	n. 1 doppia pagina per 4 uscite dedicate a 4 tematiche turistiche del Veneto + n. 4 invii DEM + 1 banner per 8 settimane nel sito	16.226,00

8) EDIMAN Srl – Periodico “Meeting&Congressi”

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO € IVA INCLUSA
Periodico di approfondimento dei temi relativi alla meeting e incentive industry italiana e pertanto uno strumento di informazione e aggiornamento per PCO, Meeting planner, event manager sui trend di mercato e sull'evoluzione dell'offerta di location, destinazioni e servizi	n. 1 publiredazionale di 5 pagine	6.000,00

9) RICCARDO GELLI Impresa Ind.le – Rivista “Invenice”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO € IVA INCLUSA
InVenice è il magazine trimestrale cartaceo e digitale, edito con VeneziaSi ed Associazione Albergatori di Venezia, che presenta al visitatore della città una panoramica dell'offerta delle più importanti istituzioni culturali di Venezia, quali mostre, curiosità ed itinerari nuovi ed originali, anche al di fuori dai percorsi più comuni. La rivista è pubblicata in lingua inglese e comprende un inserto dedicato all'offerta integrata del Veneto distribuito nei principali eventi fieristici internazionali e dalla compagnia aerea Turkishairlines	n. 1 inserto di 8 facciate in lingua inglese + 10.000 copie	7.161,40

10) SPORT NETWORK Srl – Rivista “In Moto”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO € IVA INCLUSA
Rivista specializzata di turismo in moto dedicata agli appassionati al mondo delle due ruote con proposte e suggerimenti per il motociclista, che ama viaggiare e muoversi, e pertanto una vacanza dinamica in destinazioni nuove ed insolite che offrono itinerari e servizi adatti al motociclista.	n. inserto redazionale sul turismo motociclistico nel Veneto	3.600,00

11) PUBLICONSULT 2000 Srl – Rivista “PleinAir”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO € IVA INCLUSA
Rivista di turismo specializzata per viaggi con camper, caravan e vacanze en plein air in generale. Il progetto Veneto PleinAir si rivolge ad un vasto pubblico che ama l'escursionismo, il cicloturismo, la natura, ma anche l'arte, l'architettura e l'enogastronomia, viaggiando in modo attento e consapevole.	1 pagina tabellare	2.200,00

12) FUSTA EDITORE – Rivista “Camminare”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO € IVA INCLUSA
Rivista dedicata al mondo su due piedi e in particolare alle attività di Fitwalking, Nordic Walking e camminate non agonistiche con proposte di percorsi turistici diversi, vivendo Natura, Cultura e Lifestyle in un contesto sportivo. Il servizio proposto è finalizzato a valorizzare le aree turistiche del Veneto, specie le aree collinari ideali per gli appassionati del turismo lento	n. 6 servizi redazionali per 6 uscite + invio newsletter + inserimento link del sito regionale e video regionale nel sito www.camminareweb.it	30.000,00

13) FALSTAFF VERLAGS GmbH – Rivista “Falstaff (Austria)”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO €
Mensile leader dell'editoria enogastronomica nei paesi di lingua tedesca che abbina la promozione e valorizzazione degli aspetti più prestigiosi e tipici dell'Enogastronomia con Cultura, Lifestyle e Turismo	n. 1 pagina tabellare + 1 newsletter e quiz sul sito www.falstaff.at	6.680,36 (+IVA Agenzia delle Entrate €1.469,68)

14) MODELLSPORT VERLAG GmbH – Rivista “Trekking (Germania)”;

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO €
Rivista tedesca bimestrale per gli amanti dell'outdoor distribuita per 53.000 copie nei paesi di lingua tedesca. E' specializzata nel turismo e tempo libero con proposte di itinerari outdoor, trekking urbano, trekking naturalistico e cicloturismo abbinati ai temi dell'arte, cultura, enogastronomia.	n. 2 pagine tabellari + 6 pagine redazionali con 4 uscite	16.400,00 (+IVA Agenzia delle Entrate €3.608,00)

15) ALL ABOUT ITALY DE UG – Magazine “All About Italy (Germania)”

RIVISTA	SPAZIO PROPOSTO	IMPORTO €
Edizione tedesca del magazine dedicato alle eccellenze del Made in Italy: dall'arte alla moda, dai prodotti di design all'artigianato, dalla cultura alla tecnologia, dall'enogastronomia al turismo	n. 1 pagina pubblicitaria + 1 servizio redazionale di 4 pagine sulle specialità del Made in Veneto	16.900,00 (+IVA Agenzia delle Entrate €3.718,00)

E) COSTO COMPLESSIVO PER LA REGIONE**L'importo complessivo di spesa per la Giunta regionale è di 225.401,44 (Iva inclusa).**