

Spett.le
Giunta Regionale d'Abruzzo
Dipartimento Sviluppo
Economico-turismo

**Procedura per l'acquisizione in economia del servizio di ideazione e
realizzazione di due campagne di comunicazione per la promozione
turistica della regione**



Roma, 14 dicembre2020

REPORT FINALE CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Egregi signori,

vi riportiamo in questo documento le attività svolte al fine dell'identificazione del completamento delle attività di campagna, così come previsto dall'affido del 19/05/2020 (determinazione n. DPH001/51) e successivo contratto nr. 1292823 stipulato sul M.E.P.A. in data 20/05/2020.

CAMPAGNA NUMERO 1

- In data **27 maggio 2020** si è svolto il primo incontro nel quale sono state presentate: la strategia generale di comunicazione; due proposte di visual e concept grafico per la campagna; un prima idea di pianificazione e acquisto mezzi.
- In data **1° giugno** sono state consegnate i visual riadattati e modificati in base alle indicazioni emerse nell'incontro del 27 maggio e nelle successive conference call.
- In data **4 giugno** veniva presentato una nuova rimodulazione del piano mezzi per la prima campagna di comunicazione per un totale d'investimento di 470.500€
 - In particolare, seguendo le Vostre indicazioni, il budget disponibile è stato allocato principalmente (79% - 380.000€) sulle **principali emittenti televisive nazionali** (Canali Rai ca 200.000€ e canali Mediaset ca 180.000€), tramite l'acquisto di spazi, spot 30", a ridosso dei principali contenitori e delle trasmissioni con maggiore ascolto e, per quanto riguarda Rai, è stato acquisito un passaggio durante **la partita di Coppa Italia**;
 - La restante parte del budget disponibile (ca 99.500€) è stata assegnata a mezzi a livello regionale/Abruzzo al fine di definire una composizione ideale e dinamica del media mix e intercettare con efficienza il mercato turistico di riferimento e di conseguenza così suddiviso:
 - Stampa (49% - 48.600€)
 - Tv (23% - 23.000€)
 - Radio (9% - 9.000€)
 - Web (19% - 18.900€)
- Per la stampa sono state selezionate le due concessionarie principali su territorio, Piemme e Manzoni, che hanno strutturato un'offerta diversificata tra le principali testate e mezzi di diffusione a loro disposizione garantendo una strategia media perfettamente in linea con le esigenze specifiche di Campagna; per le emittenti radio (Radio Delta e Radio Ciao) e i siti web (messaggero.it, ilcentro.it, abruzzoweb, cityrumors, virtuquotidiane) sono stati selezionati i canali con la copertura e la penetrazione territoriale più favorevole in termini numerici.
- In data **11 giugno** sono state consegnate le diverse modulazioni del video - anche in verticale per l'utilizzo sui social network - e lo spot radio.
- **Venerdì 12 giugno** lo spot è andato in onda in prima serata nel prepartita di Juventus- Milan, prima partita dopo il lock down.

Riportiamo di seguito uno **schema delle attività implementate con i principali dati e risultati**, rimandando ai singoli documenti (*qui in allegato*) con tutti i dati statistici, approfondimenti, giustificativi e risultati delle campagne.

CONCESSIONARIA	MEDIA	PRODOTTO	QUANTITA'	GIORNI	PERIODO
STAMPA					
Manzoni	IL CENTRO	Magazine + Stampa (+ Web + Rete 8 vedi oltre)	1 pagina 1/2 pagina 1/4 pagina	1	15/06 - 15/07
Piemme	IL MESSAGGERO	Ed. Roma - Ed. Abruzzo (+ Messaggero.it vedi oltre) Giorni Super (Sabato/Domenica)	2 mezza pagina 3 pagina	5	15/06 - 15/07
TV					
Gruppo Air srl	TELEMAX	"Abruzzo Estate" Spot 30" Programmazione pre e post TG	6 Spot/Giorno tot. 90	15	15/06 - 30/06
Mediasix srl	TV6	Spot 30" + Formato TV di approfondimento giornalistico "Le Aquile d'Abruzzo"	ca 9 Spot/Giorno tot. 310	34	13/06 - 17/07
Manzoni	RETE 8	Spot 30" in Rassegna Stampa + Tg + Tg In + Il Fatto	6 Spot/Giorno tot. 360	60	15/06 - 15/08
RADIO					
Delta Plain Communication srl	RADIO DELTA 1	Spot 30" - Campagna Radio - Circuito interregion.	8 Spot/giorno tot. 240	30	15/06 - 15/07
Pasquini Group	RADIO CIAO	Spot 30" - Campagna Radio - Circuito reg.	12 Spot/giorno tot. 372	31	15/06 - 15/07
Pasquini Group	STUDIO 5	Spot 30" - Campagna Radio	12 Spot/giorno tot. 372	31	15/06 - 15/07
WEB					
Enfasi srl	ABRUZZO WEB	Banner posizione Super Alta + pubbliredazionali+ diffusione social	3 speciali pubbliredazionali	60	15/06 - 15/08
Cityrumors srl	CITYRUMORS	Banner 728x90 + header+ promoredazionale	543.000	63	14/06 - 16/08
Marco Signori	VIRTUQUOTIDIANE	Manchette e banner in posizione di evidenza + 3 promoredazionale	3 articoli 2 video	92	15/06 - 15/09
Manzoni	ILCENTRO.IT	Super Bunner+ big rectangle	240.000+240.000		
Piemme	ILMESSAGGERO.IT	Masthead + Skin + Post sponsorizzato	325.000		
TV NAZIONALE					
RAI Pubblicità	RAI	Spot 30"	58+9	7	21/06 - 28/06
Publitalia '80	MEDIASET	Spot 30"	76	7	14/06 - 20/06

CAMPAGNA NUMERO 2

- Sulla base delle indicazioni ricevute sulle proposte presentate, di cui la Regione era in possesso, è stata preparata una prima versione del piano strategico per la seconda campagna di acquisto mezzi per il valore complessivo di 700.000€ che è stata presentata il **19 giugno**.
- Il **22 giugno**; **26 giugno**; **9 luglio**, e **10 luglio** sono state consegnate delle diverse rimodulazioni del piano secondo le indicazioni emerse durante i numerosi colloqui telefonici e conferenze realizzate.
- Il **10 luglio** l'ultima rimodulazione del piano è stata accettata.
- La suddetta rimodulazione prevedeva degli interventi di ADV sia sul comparto on-line, sia su quello off-line.
- **Per quanto riguarda la sezione on-line**, si era suggerito, in accordo con i referenti della Regione di assegnare circa il 41% del budget dedicato a questa seconda campagna – corrispondente a 285.000€, a questo comparto e più precisamente:
 - Il 40% del piano Social dedicato alle azioni di Social Media Marketing e advertising.
 - Il 20% del budget destinato a piattaforme di prenotazione viaggi on line e metasearch.
 - Il 20% del media budget dedicato alla comunicazione su alcune piattaforme on line specialistiche del segmento “travel” (15%) e a editori specializzati nel settore (5%).
 - Il 5% del media budget è stato dedicato alla comunicazione su alcune piattaforme on line specialistiche del segmento “trade”.
 - Il 5% del budget è dedicato ai Siti locali.
 - Il 10% del budget è destinato a piattaforme nazionali “generaliste” targettizzate.
- Abbiamo avuto conferma che questa campagna sui mezzi on-line **non è stata implementata** dall'Assessorato e di conseguenza nulla di ciò pianificato è stato acquistato.
- **Per quanto riguarda la campagna off-line**, la parte ad essa dedicata (415.000€, pari al 59% del budget previsto per questa seconda campagna) era stato inizialmente ripartito in:
 - **Radio** nazionali e locali – 39%.
 - Pannelli bifacciali su **Autostrade** Italia – 29%
 - Grandi **Stazioni** di Roma, Milano e Napoli – 15%
 - **Arredo urbano** (pensiline Napoli) e **decordinamica** (retrobus Roma) – 17%

Riportiamo di seguito uno **schema delle attività implementate con i principali dati e risultati**, rimandando ai singoli documenti (*qui in allegato*) con tutti i dati statistici, approfondimenti, giustificativi e risultati delle campagne.

PIANIFICAZIONE RADIO

CONCESSIONARIO	RADIO	PRODOTTO	FORMATO	QUANTITA'	GIORNI	COMPLESSIVO SPOT	Contatti	Grp	Copertura	%Pen
CNR MEDIA	Radio Kiss Kiss Italia	SPOT	30"	10	14 gg dal 12/08 al 8/09	140	6.098.000	121,17	1.824.000	36,2
CNR MEDIA	Radio Linea Numero Uno	SPOT	30"	10	14 gg dal 12/08 al 8/09	140	659.000	48,83	181000	13,4
MEDIAMOND	Radio Subasio	SPOT	30"	6	28 gg dal 12/08 al 8/09	168	151.000	0,31	5.783.000	11,90%
MEDIAMOND	Radio 105	SPOT	30"	6	21 gg dal 12/08 al 1/09	126	481.000	0,99	13.705.000	28,10%
MEDIAMOND	Radio Norba	SPOT	30"	6	28 gg dal 12/08 al 8/09	168	66.000	0,13	2.439.000	5%
MEDIAMOND	Radio Norba music	SPOT	30"	6	28 gg dal 12/08 al 8/09	168	7.000	0,01	526.000	1,10%

PIANIFICAZIONE SU AUTOSTRADE

CONCESSIONARIO	OUTDOOR	PRODOTTO	POSIZIONE	QUANTITA'	DURATA	CONTATTI
PR5	PUBLI ROUTE	PANNELLO cm. 135 x 180	72 aree di servizio	129	2 MESI dal 10/08 al 10/10	17.500.000
PR5	PUBLI WELCOME	GRANDI CARTELLI cm 345x180	6 cartelli sulla tratta abruzzese della A 14	6	2 MESI dal 10/08 al 10/10	4.100.000

PIANIFICAZIONE SU GRANDI STAZIONI

CONCESSIONARIO	OUTDOOR	PRODOTTO	SPOT	QUANTITA'	DURATA
Grandi Stazioni	Stazione di Roma	Maxiled	10"	214	21 giorni dal 10/08 al 30/08
		GoTv	15"	101	
		DigiMupi	7"	407	
Grandi Stazioni	Stazione di Milano	Maxiled	10"	214	21 giorni dal 10/08 al 30/08
		GoTv	15"	101	
		DigiMupi	7"	407	
Grandi Stazioni	Stazione di Napoli	Maxiled	10"	214	21 giorni dal 10/08 al 30/08
		GoTv	15"	101	
		DigiMupi	7"	407	

PIANIFICAZIONE SU ARREDO URBANO E DINAMICA

CONCESSIONARIO	OUTDOOR	PRODOTTO	POSIZIONE	QUANTITA'	DURATA	Copertura	Reach%	Contatti	Frequenza	Grp
IGPDecaux	Napoli - Arredo urbano	Pensiline	120X180	225	14 giorni dal 31/08 al 13/09	777.874	92,665	38.623.165	49,7	4.601
IGPDecaux	Roma-DekorDinamica	Retrobus FullBack	Retrobus	70	21 giorni dal 2/09 al 22/09	2.370.073	94,641	19.274.823	6,0	770

Roma, 14 dicembre 2020

Adn Kronos Comunicazione Srl unipersonale
Il Legale Rappresentante
Angela Antonini
(documento firmato digitalmente)

In allegato i seguenti documenti:

CAMPAGNA 1

ALLEGATO	DOCUMENTO	CONCESSIONARIA
1-1	Pianificazione il centro-rete 8	Manzoni
1-1b	Il Centro e Rete8 Total Audience	Manzoni
1-2	Dati digital messaggero.it	Manzoni
1-3	Dichiarazione di messa in onda e fasce orarie TeleMax	Gruppo Air srl
1-4	Report e punti ora TV6	Mediasix srl
1-5	Pianificazione ilcentro.it	Manzoni
1-6	Certificazione e dati Radio delta 1	Delta Plain Communication
1-7	Radio ciao punti ora	Pasquini Group
1-7b	Radio ciao dati di ascolti TER 2019 - Giorno medio	Pasquini Group
1-7c	Radio ciao - Dati 2019 fasce d'età	Pasquini Group
1-8	Radio ciao - Dati Radio Studio 5 e punti ora	Pasquini Group
1-9	Enfasi - abruzzoweb Regione Abruzzo Turismo screenshot	Enfasi srl

1-10	Cityrumors - Report e dati Regione Abruzzo Turismo	Cityrumors srl
1-11	Virtu quotidiane - Report Campagna Regione Abruzzo Turismo	Marco Signori
1-11b	Virtu quotidiane - Report Campagna Regione Abruzzo Turismo - Screenshot	Marco Signori
1-12	Rai - Regione Abruzzo TV post	RAI Pubblicità
1-13	Report Campagna Abruzzo Turismo	Publitalia '80
1-13b	Calendario Campagna Abruzzo Turismo	Publitalia '80

CAMPAGNA 2

ALLEGATO	DOCUMENTO	CONCESSIONARIA
2-1	Certificazione avvenuta messa in onda e dati Radio Kis kiss- Radio Linea Uno	CNR
2-2	Certificazione dell'avvenuta messa in onda e dati della campagna radiofonica Radio Subasio	Mediamond
2-3	Certificazione dell'avvenuta messa in onda e dati della campagna radiofonica Radio Norba Music	Mediamond
2-4	Certificazione dell'avvenuta messa in onda e dati della campagna radiofonica Radio Norba	Mediamond
2-5	Relazione e dati campagna su autostrade Abruzzo estate 2020	PR5
2-6	Report, dati e giustificativi campagna Abruzzo 2020 - Stazioni Milano; Roma; Napoli	Grandi Stazioni
2-7	Certificazione e dati attività decordinamica Roma e pensiline Napoli	IGP
2-8	Relazione, dati e giustificativi campagna estiva decordinamica Roma e pensiline Napoli Regione Abruzzo 2020	IGP

