



TASK n. 7

Rapporto conclusivo di valutazione dell'intervento di promozione

T. 7.7

E.T.I.C.A.

*(EMAS for Tourism in Internal and Coastal Area:
integrated management)*

INDICE

1.	PREMESSA	3
2.	LE ATTIVITA' DI PROMOZIONE	5
	Le attività di settore	5
	Appuntamenti fieristici	5
	Manifestazioni.....	5
3.	ANALISI DELLE ATTIVITA'	6
	Le attività di settore	6
	Promozione del progetto presso gli uffici IAT della provincia.....	6
	Promozione del progetto nell'ambito della manifestazione "In gita con la Provincia"	7
	Le fiere.....	8
	Le manifestazioni	14
4.	GLI STRUMENTI DI PROMOZIONE	15
	Il Brand di ETICA.....	15
	Realizzazione materiale a supporto delle attività di promozione	16
5.	CONCLUSIONI	18

1. PREMESSA

Il documento ha l'obiettivo di verificare la rispondenza tra le azioni svolte e quelle programmate nell'ambito della promozione del progetto e la misurazione della loro efficacia.

In base a quanto previsto nell'output di progetto **T 7.1 "Piano delle attività promozionali"** l'azione di promozione si doveva concretizzare in linea di massima con il raggiungimento dei **seguenti obiettivi**:

"Promuovere il progetto ETICA ed il messaggio veicolato, vale a dire l'idea dell'Abruzzo quale regione che, anche attraverso la registrazione EMAS, garantisce ai turisti e alla cittadinanza la sicurezza di un alto indice di qualità ambientale nel campo del turismo sostenibile (qualità delle strutture, garanzia del rispetto delle certificazioni, ma anche capacità di accoglienza);

Comunicare l'alto valore sociale, oltre che turistico ed ambientale, del progetto contribuendo alla diffusione della cultura della sostenibilità ambientale nell'opinione pubblica e nei principali stakeholder di riferimento (attori istituzionali e privati, stampa specializzata, Associazioni di T.O.);

Presentare il progetto come "strumento" per aumentare i flussi turistici nei comuni registrati e catturare particolari settori attenti agli aspetti interessati dall'iniziativa (...);"

Nel **Piano** erano illustrate le azioni da svolgere e gli strumenti da adottare **nell'attività di promozione**:

"I contatti con i target verranno presi attraverso i seguenti veicoli:

a) **eventi e workshop** a cui partecipare nell'ambito dell'attività promozionale ordinaria e straordinaria del Settore Turismo della Provincia di Teramo e nell'ambito dei rapporti di collaborazione tra questa e gli altri Enti, in primis la Regione Abruzzo e l'APTR (Agenzia Promozione Turismo Abruzzo), che operano nel campo della promozione turistica, nel periodo 2006-2007.

A tal riguardo si riporta l'elenco delle Manifestazioni Fieristiche a cui la Provincia prevede di partecipare direttamente o in collaborazione con altri enti nell'ambito dell'anno 2006/2007 in Italia e all'Estero:

*Inoltre la Provincia provvederà a promuovere il progetto ETICA anche al di fuori degli appuntamenti fieristici, e nello specifico **in ogni evento** che organizzerà o a cui parteciperà in ambito locale e che potrà avere attinenza con le **tematiche legate all'ambiente e al turismo ambientale**.*

A tal riguardo si pensi al Festival del cinema naturalistico che si tiene ogni anno a Teramo, agli appuntamenti del progetto di marketing territoriale "Teramo Provincia di serie A", o al programma delle "Escursioni Estive" organizzato dalla Provincia (giugno-settembre), eventi grazie ai quali sarà possibile raggiungere i principali target-obiettivo del TASK 7.

a.1 agli opinion leaders verrà distribuito **materiale informativo** sul progetto ETICA, un comunicato stampa ed una breve presentazione dei partners che sono coinvolti nel progetto.

a.2 negli spazi allestiti troverà collocazione un **corner** realizzato con una pennellatura modulare, dove oltre ai riferimenti geografici dell'area interessata dal progetto ETICA, si comunicheranno alcuni dati sulla Registrazione EMAS.

a.3 i consumer saranno raggiunti attraverso azioni below the line con la **distribuzione di materiale promozionale** del progetto ETICA e attraverso dei flyer.

b) **Organizzazione di un workshop**, con i buyer dei tour operator dei mercati obiettivo, all'interno delle attività che la Provincia di Teramo promuoverà in una delle manifestazioni fieristiche;

c) i contatti con i potenziali turisti saranno presi attraverso **operazioni di advertising on-line** su siti collegati al settore turismo operanti nei mercati obiettivo.

Infine **il Piano** definiva anche **le azioni** di promozione che la Provincia doveva svolgere a supporto **del TASK 8 Divulgazione e Trasferimento dell'esperienza**:

A supporto dell'attività della comunicazione prevista dalla TASK 8, il Settore Turismo della Provincia di Teramo realizzerà le seguenti azioni:

a) Realizzazione nel sito di progetto di un'apposita **newsletter** che sarà inviata periodicamente agli utenti registrati.

b) Gestione, nel sito di progetto, di una sezione dedicata alla **Sala Stampa**; tale spazio conterrà sia materiale informativo (comunicati, rassegna stampa) che materiale promozionale (photogallery, brochures...).

c) Realizzazione nel **sito istituzionale** della Provincia www.provincia.teramo.it di una sezione dedicata al progetto E.T.I.C.A.

d) Infine, nell'ordinaria programmazione delle attività di comunicazione esterna, la Provincia di Teramo garantirà uno spazio informativo al progetto E.T.I.C.A. nell'ambito del **format televisivo** "Provincia Informa", curato dall'Ufficio stampa.

e) Integrazione della promozione e divulgazione del progetto ETICA con tutte le **azioni di comunicazione pubblica e istituzionale** che abitualmente vengono svolte a sostegno dell'attività della Provincia nel campo ambientale e dello sviluppo sostenibile (Agenda 21Locale, Scuola EMAS, AGENA – Agenzia Energia e Ambiente della Provincia di Teramo).

2. LE ATTIVITA' DI PROMOZIONE

La promozione del progetto, in base a quanto previsto nel Piano delle attività promozionali T.7,1. si è espletata nelle seguenti azioni.

Le attività di settore

1. Centro di Promozione della Provincia di Teramo – attività di informazione front office e distribuzione depliant (maggio 2006 – maggio 2007).
2. Uffici di Informazione ed Accoglienza Turistica - IAT - distribuzione depliant presso gli uffici IAT dei comuni costieri coinvolti nel progetto (giugno 2006).
3. "In gita con la Provincia" – attività di informazione e distribuzione depliant in occasione delle escursioni svoltesi secondo programma (giugno - agosto 2006)

Appuntamenti fieristici

1. Fiera Campionaria – Padova: attività di informazione front office e distribuzione depliant (12 – 21 maggio 2006).
2. BIT – Milano: apposizione di n°1 totem "porta depliant" presso lo stand; attività di informazione front office sul progetto e sulla registrazione EMAS; distribuzione depliant. (21 – 26 febbraio 2007).
3. Fiera del tempo libero – Vicenza: apposizione di n°1 totem "porta depliant" presso lo stand; attività di informazione front office sul progetto e sulla registrazione EMAS; distribuzione depliant. (24 marzo – 1 aprile).
4. Vinitaly– Verona: apposizione di n°1 totem "porta depliant" presso lo stand; attività di informazione front office sul progetto e sulla registrazione EMAS; distribuzione depliant. (29 marzo – 2 aprile).
5. Ecotur – Montesilvano: apposizione di n°1 totem "porta depliant" presso lo stand; attività di informazione front office sul progetto e sulla registrazione EMAS; distribuzione depliant. (13-15 aprile 2007).
6. Friezeit – Bolzano: apposizione di n°1 totem "porta depliant" presso lo stand; attività di informazione front office sul progetto e sulla registrazione EMAS; distribuzione depliant. (28 aprile – 1 maggio).
7. Fiera Campionaria – Padova: attività di informazione front office e distribuzione depliant (12 – 21 maggio 2007).

Manifestazioni

Energy Square – Teramo: apposizione di n°1 corner promozionale e di n°2 totem "porta depliant" presso lo stand; attività di informazione front office sul progetto e sulla registrazione EMAS; distribuzione depliant; proiezione prima puntata video Etica (4-10 ottobre 2006).

3. ANALISI DELLE ATTIVITA'

Le attività di settore

Promozione del progetto presso il Centro di promozione turistica della Provincia di Teramo

Nell'ambito dell'ordinaria attività promozionale del Settore turismo il personale della Provincia ha fornito informazioni sul progetto, distribuendo quotidianamente i dépliant di ETICA ai turisti ed ai cittadini che hanno visitato il centro di promozione turistica della Provincia (Teramo, via Carducci).



Attività	Output
Attività di informazione sul progetto Distribuzione dépliant	N° 500 dépliant distribuiti

Promozione del progetto presso gli uffici IAT della provincia

Nell'ambito della attività di collaborazione del Settore turismo della Provincia di Teramo con l'APTR Abruzzo - Azienda Promozione Turismo della Regione Abruzzo, nei mesi di luglio ed agosto 2006, presso gli uffici IAT - dei sette Comuni costieri coinvolti nel progetto, il personale della provincia ha consegnato i dépliant del progetto ai turisti che hanno visitato i punti informativi.

Attività	Output
Attività di informazione sul progetto Distribuzione dépliant	n° 350 dépliant distribuiti

Promozione del progetto nell'ambito della manifestazione "In gita con la Provincia"

In linea con quanto previsto dal Piano delle attività promozionali "... la Provincia provvederà a promuovere il progetto ETICA anche al di fuori degli appuntamenti fieristici, e nello specifico in ogni evento che organizzerà o a cui parteciperà in ambito locale e che potrà avere attinenza con le tematiche legate all'ambiente e al turismo ambientale. A tal riguardo si pensi (...) al programma delle "Escursioni Estive" organizzato dalla Provincia (giugno-settembre) ..." il progetto in particolare è stato promosso nell'ambito della manifestazione "In gita con la Provincia".

La manifestazione, ex "Escursioni Estive" è un evento organizzato per i turisti che nel periodo estivo soggiornano sulla costa teramana, per far conoscere l'entroterra le sue bellezze e prodotti.

Nei mesi di giugno, luglio ed agosto vengono organizzate gite nei luoghi più belli e caratteristici della provincia di Teramo, oltre che manifestazioni, degustazioni di prodotti tipici ed escursioni nel Parco Nazionale Gran Sasso Monti della Laga e nelle riserve naturali presenti sul territorio (I Calanchi di Atri e Castel Cerreto di Penna S. Andrea).

Nell'edizione 2006 ci sono stati **5.534 partecipanti** su un totale di 177 gite proposte. Discreta la presenza degli stranieri anche se non ancora quantificata.

Nell'ambito della manifestazione, il progetto ETICA è stato promosso, in occasione delle 22 escursioni nel mese di agosto, con la distribuzione dei **dépliant** ed un'azione di sensibilizzazione sul percorso seguito dei Comuni della costa per l'acquisizione della registrazione EMAS.



Dati manifestazione

Escursioni	n° 177
Partecipanti	n° 5.534

Attività

output

Attività di informazione sul progetto	n° 1000 depliant distribuiti
Distribuzione depliant	

Le fiere

In linea con definito nel punto 5.4 del Piano delle attività promozionali

"..... I contatti con i target verranno presi attraverso i seguenti veicoli: eventi e workshop a cui partecipare nell'ambito dell'attività promozionale ordinaria e straordinaria del Settore Turismo della Provincia di Teramo ... nel periodo 2006-2007" la Provincia ha partecipato ai numerosi appuntamenti fieristici.

L'attività si è sostanziata principalmente nella distribuzione dei depliant ed in un'azione di front office informativa sul progetto ETICA e sulla registrazione EMAS, sia presso lo **stand** che in occasione dei vari convegni e **workshop** organizzati nell'ambito delle fiere cui ha partecipato la Provincia di Teramo.

La Fiera Campionaria di Padova

La fiera Campionaria di Padova rappresenta attualmente la più grande rassegna intersettoriale del Nord Est.

Nell'edizione 2006, ci sono stati oltre **20.000 visitatori** (+20% rispetto alla passata edizione).

Alla manifestazione erano presenti oltre 1.000 espositori su 140.000 mq, suddivisi in cinque grandi settori:

arredamento/edilizia, **turismo**, enogastronomia, tempo libero, artigianato. In particolare "Idee da Abitare", rassegna dedicata all'universo casa dall'arredamento all'edilizia, "Buono", percorso alla scoperta delle ricchezze enogastronomiche del belpaese con un focus sulle produzioni DOP e IGP, "Tempo Libero", spazio riservato al divertimento e benessere,

"Passione Viaggi", con le offerte turistiche italiane ed internazionali, "Gran Bazar", tour fra artigianato e oggettistica esotica.

Nel padiglione **"Passione Viaggi"** i rappresentanti di agenzie di viaggio, villaggi turistici, campeggi, hotel, tour operator, compagnie aeree, last minute, enti e associazioni per il turismo hanno presentato le loro proposte e destinazioni.

Presso lo stand della Regione Abruzzo era presente il personale della Provincia di Teramo che nell'ambito della promozione del proprio territorio ha informato i visitatori sul progetto ETICA, distribuendo i **dépliant**.

La Campionaria (svoltasi dal 13 al 21 maggio 2006) è rimasta aperta tutti i giorni, dal lunedì al venerdì dalle 16.30 alle 24, il sabato e la domenica dalle 10



alle 24 e ha registrato una buona presenza di stranieri, attenti al turismo naturalistico e di qualità e provenienti in prevalenza dal nord Europa.

Dati fiera	
Espositori	n° 1000
Visitatori	n° 20.000

Attività	Output
Attività di informazione sul progetto	n° 500 depliant distribuiti
Distribuzione depliant	

BIT Milano

La BIT di Milano giunta alla sua 27ma edizione rappresenta la fiera di riferimento del settore turismo in Italia.

I numeri confermano Bit 2007 come capitale del turismo mondiale.

Oltre 5.000 espositori provenienti da 122 Paesi in rappresentanza di tutti i continenti. 150.000 presenze complessive – 108.000 operatori professionali giunti da 147 Paesi, 42.000 pubblico (di cui 20.500 esteri) – 3.400 giornalisti accreditati, 2.086 articoli redatti, 46.000 pre-registrazioni, di cui 15.000 agenti di viaggi.

Due giorni sono stati dedicati esclusivamente al trade, giovedì 22 e venerdì 23, gli altri due sono stati aperti al pubblico.



Dati fiera	
Espositori	n° 108.000
Visitatori	n° 150.000

Attività	output
Attività di informazione sul progetto	n° 500 depliant distribuiti
Distribuzione depliant	

Fiera del tempo libero di Vicenza

Tempolibero è una fiera che punta alla promozione delle ultime tendenze del "far vacanza" illustrate attraverso percorsi espositivi chiari e funzionali.

E' il caso, di "Ciao Campeggio Show", l'area dedicata esclusivamente a campeggi ed alle aree di sosta che ha registrato un flusso costante di visitatori.

Molto bene l'area "Plein Air", dedicata alle attrezzature da campeggio ed ai veicoli ricreazionali che ha occupato l'area espositiva maggiore.

Ottimo il riscontro ottenuto da "**Gitando**" con tutte le proposte per le vacanze - estive e non - delle Regioni Italiane e di molti Paesi stranieri.

"**Gitando**" offre un panorama completo di scelte per le vacanze: dal campeggio all'hotel, dal mare alla montagna, dalle capitali alle città d'arte; in Italia, in Europa, nel mondo.

Oltre 200 stand espositivi all'interno dei quali strutture ricreative, tour operator, agenzie viaggi, Regioni, APT e le rappresentanze nazionali di Croazia, Slovenia, Austria, Germania e Francia hanno risposto alla sempre più esigente e qualificata richiesta dei visitatori.

L'edizione del 2007 si è conclusa totalizzando quasi **60 mila visitatori** nei nove giorni della rassegna.

Il personale della Provincia nel proprio stand ha promosso il progetto, tramite distribuzione di depliant e azione di front office.



Dati fiera	
Stand espositivi	n° 200
Visitatori	n° 60.000

Attività	output
Attività di informazione sul progetto Distribuzione depliant	n° 500 depliant distribuiti

Vinitaly Verona

Il Vinitaly è il Salone Internazionale del Vino e dei Distillati, la manifestazione per eccellenza del settore vitivinicolo in Italia ed in Europa.

L'edizione del 2007 ha avuto, per le presenze registrate, risultati eccellenti: **150.000 visitatori** di cui 38.000 provenienti da oltre 100 paesi esteri oltre a 2.600 giornalisti da 52 Paesi.

Alla manifestazione hanno preso parte 4.300 aziende da più di 30 Paesi su 86 mila metri quadrati netti espositivi.

Il personale della Provincia nell'area del padiglione Abruzzo ha avuto modo nell'ambito della promozione di fare informazione sul progetto, tramite distribuzione di depliant e azione di front office.



Dati fiera	
Espositori	n° 4.300
Visitatori	n° 150.000
Visitatori stranieri	n° 38.000

Attività	output
Attività di informazione sul progetto Distribuzione depliant	n° 250 depliant distribuiti

Ecotur Montesilvano

Ecotur rappresenta la più importante fiera del turismo naturalistico in Italia. La manifestazione è accreditata come uno dei momenti più significativi in Italia, per alcune "realità" che all'ecoturismo affidano in tutto o in parte la propria economia.

Circa **20.000 visitatori**, 200 espositori, 97 tour operator della domanda internazionale provenienti da 22 paesi di 4 continenti, e oltre 1000 operatori dell'offerta in rappresentanza di quasi tutte le regioni italiane, oltre 90 giornalisti accreditati della stampa nazionale ed internazionale, rappresentano le cifre che hanno caratterizzato questa XVII edizione di Ecotur.

Ecotur è divenuto il luogo ideale dove confrontarsi sulle problematiche che hanno attinenza con il turismo legato alla natura, ai parchi, alla enogastronomia, alle tradizioni popolari. Il successo della fiera dimostra come vi è una sempre maggiore richiesta da parte degli operatori del settore del prodotto ecosostenibile.

Il personale della Provincia nel proprio stand ha promosso il progetto, tramite distribuzione di depliant e azione di front office.



Dati fiera	
Espositori	n° 200
Visitatori	n° 20.000
Tour operator	n° 97
Operatori offerta	n°1000

Attività	output
Attività di informazione sul progetto Distribuzione depliant	n° 250 depliant distribuiti

FREIZEIT Fiera del tempo libero Bolzano

Freizeit di Bolzano giunta alla 31° edizione è la fiera il Salone per sport, hobby, auto, vacanze e montagna, tempo libero.

30.000 persone sono giunte nel quartiere fieristico di Bolzano

Il personale della Provincia nel proprio stand ha promosso il progetto, tramite distribuzione di depliant e azione di front office.



Dati fiera	
Visitatori	n° 30.000

Attività	output
Attività di informazione sul progetto Distribuzione depliant	n° 250 depliant distribuiti

Le manifestazioni

"Energy Square"

In linea con quanto previsto dal piano delle attività promozionali "... *integrazione della promozione e divulgazione del progetto ETICA con tutte le azioni di comunicazione pubblica e istituzionale che abitualmente vengono svolte a sostegno dell'attività della Provincia nel campo ambientale e dello sviluppo sostenibile (Agenda 21Locale, Scuola EMAS, **AGENA** – Agenzia Energia e Ambiente della Provincia di Teramo)*" il progetto ETICA è stato promosso in occasione della manifestazione "Energy Square" – Teramo (4-10 ottobre 2006).

Energy Square è un evento organizzato dall'**AGENA** Agenzia per l'Energia e l'Ambiente della Provincia di Teramo.

Durante le cinque giornate della manifestazione si sono tenuti convegni dedicati alle tematiche dell'energia sostenibile e delle fonti rinnovabili, attività didattiche ed una mostra del fotografo Fulvio Roiter incentrata sul "Cantico delle Creature" di S.



Francesco. Tra i numerosi stand presenti, anche quello di E.T.I.C.A.. Il progetto è stato promosso attraverso la distribuzione del depliant, le attività informative di front-office e la proiezione di un video che racconta Etica attraverso immagini e spiegazioni delle diverse azioni previste. Sono state oltre **10.000** le presenze registrate.

Dati manifestazione

Visitatori	n° 10.000
------------	-----------

<i>Attività</i>	<i>output</i>
Attività di informazione sul progetto Distribuzione depliant	n° 500 depliant distribuiti

4. GLI STRUMENTI DI PROMOZIONE

Il Brand di ETICA

Nella creazione e realizzazione degli strumenti di promozione si è tenuto conto del brand di progetto e secondo quanto definito nel Piano delle attività promozionali. Il logo appositamente realizzato per ETICA ha consentito di realizzare l'immagine coordinata del progetto e renderlo riconoscibile.



Il brand è stato utilizzato, insieme al logo ufficiale del programma LIFE, in tutte le uscite pubbliche del progetto, in particolare è stato utilizzato per:

- Documenti di progetto
- Sito di progetto
- Depliant
- Inviti, programmi e locandine dei convegni e workshop
- Corner e totem di progetto
- Link al sito di progetto all'interno dei siti dei partner (Regione Abruzzo, Provincia di Teramo, Comuni, APRI, APRIambiente, COGECSTRE, ecc..)



**LA NOSTRA E.T.I.C.A.
È UN AMBIENTE
PROTETTO**

UN PROGETTO AMBIZIOSO PER VALORIZZARE
45 CHILOMETRI DI COSTA ABRUZZESE

UNA SFIDA UNICA PER 7 COMUNI ABRUZZESI
Con ETICA, per la prima volta in Italia, una zona litoranea di
45 Km - che comprende i Comuni di **Martinsicuro, Alba Adriatica, Tortoreto, Giulianova, Roseto degli Abruzzi, Pineto, Silvi** -
- si impegna per conseguire la prestigiosa registrazione
EMAS.

**OUR E.T.I.C.A.
IS A PROTECTED
ENVIRONMENT**

AN AMBITIOUS PROJECT TO ENHANCE
45 KILOMETERS OF THE ABRUZZO COAST

**A UNIQUE CHALLENGE
FOR 7 MUNICIPALITIES IN ABRUZZO**
Thanks to ETICA, a 45-km long coastal area, including the Municipalities of Martinsicuro, Alba Adriatica, Tortoreto, Giulianova, Roseto degli Abruzzi, Pineto, Silvi, is committed to achieve the prestigious EMAS registration for the first time in Italy.



www.etalife.org

5. CONCLUSIONI

La seguente tabella illustra i risultati raggiunti nell'ambito della attività di comunicazione del progetto.

Dati riassuntivi

Indicatori di prestazione	
Numero Totale dei contatti raggiungibili dalla promozione, attraverso la partecipazione a fiere.	440.000
Numero di consumer "attivati" attraverso le varie attività di promozione	5.000
Numero di fiere a cui si è partecipato	8
Numero di manifestazioni ed eventi attivati	1
Contatti on line attraverso la visualizzazione di pagine web dedicate ad ETICA sul sito istituzionale della Provincia	1.500

La promozione del progetto ETICA continuerà anche dopo la conclusione ufficiale delle attività, sulla base del programma e del calendario delle attività promozionali predisposto dalla Provincia di Teramo per la stagione estiva, secondo la disponibilità delle risorse e fino ad esaurimento del materiale dedicato al progetto.