

ANALISI MEDIA ITALIA-ESTERO 2014-2016

Apt Servizi Srl

15 Settembre 2016



ATTIVITA' DI MEDIA RELATION

APT SERVIZI SRL

- Le attività di media relation sui mercati Italia ed estero sono definiti nel **Piano Promozionale** annuale;
- Le attività di media relation ci consentono di ottimizzare al massimo gli investimenti;
- I budget necessari per svolgere le attività di media relation sono molto ridotti rispetto all'investimento necessario per campagne advertising;



COME OPERIAMO

- Nelle attività di media relation estero, Apt Servizi adotta le linee guida definite dal “**Global Code of Ethics for Tourism**” dell’Organizzazione Mondiale del Turismo (WTO) nel 1999 e riconosciute dall’Assemblea Generale delle Nazioni Unite nel 2001.
- Apt Servizi rispetta i codici etici e deontologici dei giornalisti che visitano l’Emilia Romagna, in modo che vengano preservati “l’onestà, l’equilibrio, l’accuratezza e l’affidabilità dei servizi redazionali”;
- Le attività di press trip sono auspicate dal WTO nei casi in cui:
 - 1) Percezione sbagliata della destinazione;
 - 2) Eventi che possano pregiudicare l’immagine e l’attrattività della nostra Regione (vedi es. mucillaggini, terremoto, terrorismo).



TRASPARENZA

Apt Servizi nel 2012 ha ideato il *format* di “**Blogville**”, dedicato ai *travel blogger* internazionali che vengono invitati ad esplorare l’Emilia Romagna, in totale libertà e senza condizionamenti, ricevendo da Apt Servizi informazioni corrette e veritiere sulla destinazione;

“**Blogville**”: *case history* da 4 anni nelle Fiere di Turismo (WTM Londra, ITB Berlino, TBEX Europe Girona, TTG Rimini).

Premi e riconoscimenti internazionali:

- 1° posto come miglior campagna di comunicazione digitale al **WTM di Londra** (2012);
- 1° posto come migliore campagna internazionale di promozione turistica digitale al **Social Media Tourism Symposium di Rovaniemi**, Finlandia (2014);



COMUNICAZIONE ITALIA-ESTERO

• ITALIA/ESTERO	2014	2015	2016
• Tot. Investimenti • in Euro	283.998,71	384.700,93	173.257,69
• Tot. AVE* in Euro	26.453.219,26	320.349.468,23	26.101.353,90
• Tot investimenti 2014-2016:	Euro	841.957,33	
• Tot AVE 2014-2016:	Euro	372.904.041,39	

AVE*= Advertising Equivalency Value=Controvalore pubblicitario

Il controvalore pubblicitario viene generalmente utilizzato dalle agenzie di media relation come strumento per misurare il risultato vantaggioso che un cliente può ottenere da una campagna di PR.

Il controvalore pubblicitario calcola il valore dell'articolo in termini di spazio pubblicitario "occupato" ed il posizionamento, in modo da ottenere la stima del valore che tale spazio pubblicitario avrebbe se venisse acquistato per una campagna advertising.



COMUNICAZIONE ITALIA-ESTERO

• ITALIA	2014	2015	2016
• Totale investimenti	Euro 29.776,00	Euro 34.934,47	Euro 16.587,94
• Totale AVE*	Euro 16.399.897,00	Euro 16.150.600,00	Euro 13.596.756,00

• ESTERO	2014	2015	2016
• Totale investimenti	Euro 254.222,71	Euro 349.766,46	Euro 156.669,75
• Totale AVE*	Euro 10.053.322,26	Euro 304.198.868,23	Euro 12.504.597,41

AVE*= Advertising Equivalency Value=Controvalore pubblicitario

Il controvalore pubblicitario viene generalmente utilizzato dalle agenzie di media relation come strumento per misurare il risultato vantaggioso che un cliente può ottenere da una campagna di PR.

Il controvalore pubblicitario calcola il valore dell'articolo in termini di spazio pubblicitario "occupato" ed il posizionamento, in modo da ottenere la stima del valore che tale spazio pubblicitario avrebbe se venisse acquistato per una campagna advertising.



MERCATO ITALIA

- Il 75% del movimento turistico dell'Emilia Romagna è generato da italiani che scelgono la regione come meta delle loro vacanze (fonte: dati 2015 Osservatorio Turistico Regionale);
- Le attività di media relation affiancano e amplificano quantitativamente e qualitativamente le campagne pubblicitarie.



ITALIA – STAMPA E WEB

• ITALIA	2014	2015	2016
• Investimenti			
giornalisti stampa e web	€ 11.494,60	€ 21.253,01	€ 8.853,34
• Totale AVE	€ 4.092.531	€ 6.244.505	€ 3.409.749

Determinazione dell'AVE a cura di mimesi (www.mimesi.com).

Fonti: Dati e tariffe per le quotazioni di listino delle pagine pubblicitarie; comScore per le quotazioni di listino di publiredazionali sul web; rielaborazione in base agli sconti medi rilevati da Nielsen.**

**L'AVE è il dato di riferimento nelle consuetudini internazionali per misurare l'efficacia dell'attività di media relation. Ma per quanto riguarda l'Italia è d'obbligo segnalare un'anomalia: Nielsen rileva sconti dal 91 al 96% applicati dalle concessionarie di pubblicità sulle quotazioni di listino della stampa quotidiana e periodica.



ITALIA - TV

• ITALIA	2014	2015	2016
• Investimenti giornalisti tv	€ 18.282,10	€ 13.581,46	€ 7.734,60
• Valorizzazione video notizie**	€ 12.307.366	€ 9.906.095	€ 10.187.007

Valorizzazione a cura di Files Communication S.r.l. (www.braingiotto.com).

**Valore economico puro del costo di un ipotetico acquisto degli spazi occupati.



MERCATI DI LINGUA TEDESCA (Germania, Austria, Svizzera)

- Totale investimento **Fam Trip 2014-2016: Euro 212.059,16**
- Totale risultato in termini di AVE* 2014-2016: **Euro 17.606.828,00**

- Investimenti **2014** in Fam Trip: Euro 67.727,62
- Risultato in termini di AVE*: **Euro 5.356.191,00**

- Investimenti **2015** in Fam Trip: Euro 80.682,87
- Risultato in termini di AVE*: **Euro 5.972.705,00**

- Investimenti **2016** in Fam Trip (in progress): Euro 63.648,67
- Risultato in termini di AVE* (in progress): **Euro 6.277.932,00**



MERCATO UK - IRLANDA

- Totale investimento **Fam Trip 2014-2016: Euro 147.522,57**
- Totale risultato in termini di AVE* 2014-2016: **Euro 2.687.178,44**

- Investimenti **2014** in Fam Trip: Euro 60.377,07
- Risultato in termini di AVE*: **Euro 794.947,88**

- Investimenti **2015** in Fam Trip: Euro 70.918,57
- Risultato in termini di AVE*: **Euro 854.160,66**

- Investimenti **2016** in Fam Trip (in progress): Euro 16.226,93
- Risultato in termini di AVE* (in progress): **Euro 1.038.069,90**



MERCATO USA - CANADA

- Totale investimento **Fam Trip 2014-2016: Euro 105.443,95**
- Totale risultato in termini di AVE* 2014-2016: **Euro 296.695.551,09**

- Investimenti **2014** in Fam Trip: Euro 17.671,19
- Risultato in termini di AVE*: **Euro 57.241,07**

- Investimenti **2015** in Fam Trip: Euro 70.889,97
- Risultato in termini di AVE*: **Euro 292.721.724,80**

- Investimenti **2016** in Fam Trip (in progress): Euro 16.882,79
- Risultato in termini di AVE* (in progress): **Euro 3.916.585,22**



MERCATI ASIATICI

(Cina, Corea, Singapore, Far/Middle East)

- Totale investimento **Fam Trip 2014-2016: Euro 57.801,03**
- Totale risultato in termini di AVE* 2014-2016: **Euro 695.735,00**

- Investimenti **2014** in Fam Trip: Euro 18.738,76
- Risultato in termini di AVE*: **Euro 113.870,00**

- Investimenti **2015** in Fam Trip: Euro 25.071,26
- Risultato in termini di AVE*: **Euro 350.837,00**

- Investimenti **2016** in Fam Trip (in progress): Euro 13.991,01
- Risultato in termini di AVE* (in progress): **Euro 231.028,00**



MERCATO RUSSIA

- Totale investimento **Fam Trip 2014-2016: Euro 58.112,90**
- Totale risultato in termini di AVE* 2014-2016: **Euro 623.360,00**

- Investimenti **2014** in Fam Trip: Euro 21.477,52
- Risultato in termini di AVE*: **Euro 253.590,00**

- Investimenti **2015** in Fam Trip: Euro 25.715,03
- Risultato in termini di AVE*: **Euro 279.840,00**

- Investimenti **2016** in Fam Trip (in progress): Euro 10.920,35
- Risultato in termini di AVE* (in progress): **Euro 89.930,00**



PROGETTO BLOGVILLE

- Totale investimento **2014-2016: Euro 179.719,31**
- Totale risultato in termini di AVE* 2014-2016: **€ 8.448.135,37**

- Investimenti **2014: Euro 68.230,55**
- Risultato in termini di AVE*: **€ 3.477.482,31**

- Investimenti **2015: Euro 76.488,76**
- Risultato in termini di AVE*: **€ 4.019.600,77**

- Investimenti **2016 (in progress): Euro 35.000**
- Risultato in termini di AVE* (in progress): **€ 951.052,29**



BLOGVILLE



- Il *format* è stato adottato anche da importanti Enti di Promozione Turistica nel mondo:
- **BlogHome by the Baltic Sea** (Finland) 2013;
- **BlogHouse** Besalu, Toronto, Ireland, Chicago 2013-2014;
- **BlogIsland** Malta 2014;
- **Room753** Queensland (Australia) 2014, 2015;
- **TravelHouse** Porvo (Finland) 2015;
- **Blogger Villa** Stellenblog (South Africa) 2014, 2015;
- **Helsinki Secret Residence** (Finland) 2016

- **BlogVille Network** (BVN) è il naturale sviluppo e l'estensione di BlogVille Italia, con l'obiettivo di costruire sinergie con altre DMO internazionali, aziende e tutti gli attori del settore dei viaggi attivi nel campo digitale.

- Per il **2017** il progetto prevede un coinvolgimento con altre destinazioni come Catalogna (Spagna), Tirolo (Austria), Fiandre (Belgio), Wiltshire (Inghilterra) e Scozia.

- **1°Blog Trip congiunto tra due organizzazioni:**
Joint Venture BVN Emilia Romagna Turismo - Patronato del Turismo Costa Brava Girona
(Ottobre 2016)