



Venezia Sistema Turismo 2011:

Turismo, eventi e comunicazione multimediale

Martedì 29 novembre 2011 - Auditorium Santa Margherita

I Grandi Eventi Veneziani:

**sviluppo della loro promozione e commercializzazione
attraverso canali multimediali**

Piero Rosa Salva, presidente VM&E

NUOVE INTERPRETAZIONI dei Grandi Eventi Veneziani (GEV): obiettivo primario di VM&E, in una logica di potenziamento dell'INDOTTO ECONOMICO e di SOSTENIBILITÀ per la città e il territorio

- 1. Conferimento di stabilità e continuità alla IDEAZIONE, GESTIONE, PROGRAMMAZIONE e PROMOZIONE dei GEV.**
- 2. Sviluppo del reperimento di risorse attraverso il TICKETING e altre iniziative commerciali.**
- 3. miglioramento dell'IMMAGINE INTERNAZIONALE dei GEV.**
- 4. Instaurazione delle condizioni per proficuo approccio alle AZIENDE PRIVATE (SPONSORIZZAZIONI in primis) e razionalizzazione dei COSTI DI GESTIONE.**

STABILITÀ e CONTINUITÀ nella gestione dei GEV

VM&E quale gestore unico e definito nel tempo dei GEV rappresenta:

- Un elemento di stabilità e di limitazione alla discontinuità spesso sofferta in passato dalle gestioni degli eventi;
- Una sede appropriata di coinvolgimento di tutti gli attori locali;
- Un elemento di sviluppo di progetti di lungo periodo, sia organizzativi, sia artistici, sia di marketing e promozione.
- Una condizione essenziale per adeguare i tempi di ideazione e promozione dei GEV a quelli del mercato turistico, potendo così
 - a. Commercializzare con adeguato anticipo prodotti turistici direttamente collegati alla fruizione dei GEV
 - b. fornire con adeguato anticipo agli operatori internazionali gli elementi fondamentali per la commercializzazione dei prodotti collegati ai GEV e alla destinazione Venezia.

COMUNICAZIONE ANTICIPATA di date e linee guida

Carnevale: Format/tema e principali appuntamenti in calendario delle edizioni 2009, 2010 e 2012 del carnevale è stato comunicato nell'estate dell'anno precedente , quindi con un anticipo di almeno 7/8 mesi per dare al mercato turistico le info essenziali per la composizione dei loro prodotti.

Attualmente ONLINE

✓ DATE e INFO essenziali per tutti gli eventi del 2012, sui siti internet dedicati

✓ Nel sito del carnevale, le date dei carnevali fino al 2020:

2013: 2-12 febbraio

2014: 22 febbraio – 4 marzo

2015: 7-17 febbraio

2016: 30 gennaio – 9 febbraio

2017: 18-28 febbraio

2018: 3-13 febbraio

2019: 23 febbraio – 5 marzo

2020: 15-25 febbraio

INDOTTO ECONOMICO e IMMAGINE

Obiettivo VM&E: RIMODULARE / IMPLEMENTARE I GEV al fine di aumentare le potenzialità di INDOTTO riferite a:

- I servizi connessi alla fruizione dell'evento e commercializzati direttamente da VM&E (ticketing, introdotto nel Gran Foyer di Piazza San Marco a Carnevale, nella Festa della Sensa, Redentore, Regata Storica e sviluppati nei concerti in Piazza San Marco);
- L'offerta di altri servizi gestiti da VM&E e connessi ai GEV (utilizzo di infrastrutture/location da parte di privati, *hospitality* VIP, ecc.)
- l'indotto per l'economia locale (stimabile in 50 milioni di euro per il solo carnevale), esteso ad una ampia area del Veneto e con le relative ricadute sull'occupazione, necessario per invertire la tendenza ad una fruizione "mordi e fuggi" della città e nei periodi di bassa stagione (inverno *in primis*).

Inoltre, il rinnovamento o l'introduzione di nuovi GEV contribuisce notevolmente al rinnovamento dell'IMMAGINE INTERNAZIONALE e alla DIVERSIFICAZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO "maturo" rappresentato dalla destinazione Venezia.

SPONSORIZZAZIONI e COSTI DI GESTIONE

a. particolare attenzione al rapporto continuativo con enti, associazioni, aziende e associazioni di categorie operanti nel territorio, cioè con tutti i soggetti che a vario titolo collaborano all'organizzazione delle manifestazioni diventando un punto di riferimento costante

b. Ricevere da esse un contributo (finanziario o sotto forma di altri contributi alla organizzazione/promozione degli eventi) da tali soggetti e dalle aziende sponsor che permetta di migliorare l'organizzazione degli stessi.

VM&E ha raccolto un ammontare complessivo di contributi costantemente in crescita dal 2008 in poi.

Il costo di organizzazione complessivo di ogni GEV è diminuito rispetto allo storico degli anni precedenti al 2008

LA COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE: IL WEB QUALE STRUMENTO PRINCIPALE DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DEL CARNEVALE DI VENEZIA E DEGLI ALTRI GEV



Comunicare e promuovere i GEV

Nonostante VM&E continui a realizzare forme di comunicazione “classiche” (pubblicazioni cartacee, advertising on site e sui mezzi di comunicazione, ecc.), gran parte dell’attenzione è oggi dedicata alla comunicazione online.



La promozione online dei GEV per la creazione del “Sistema Venezia”

Partendo dal presupposto che i GEV sono trasversali alle varie realtà economiche e culturali cittadine, il web è strumento ideale per sviluppare collaborazioni e sinergie su vari piani (co-marketing, cross-branding, e-commerce, ecc.) e realizzare l’auspicato “sistema Venezia”. Alcuni esempi:

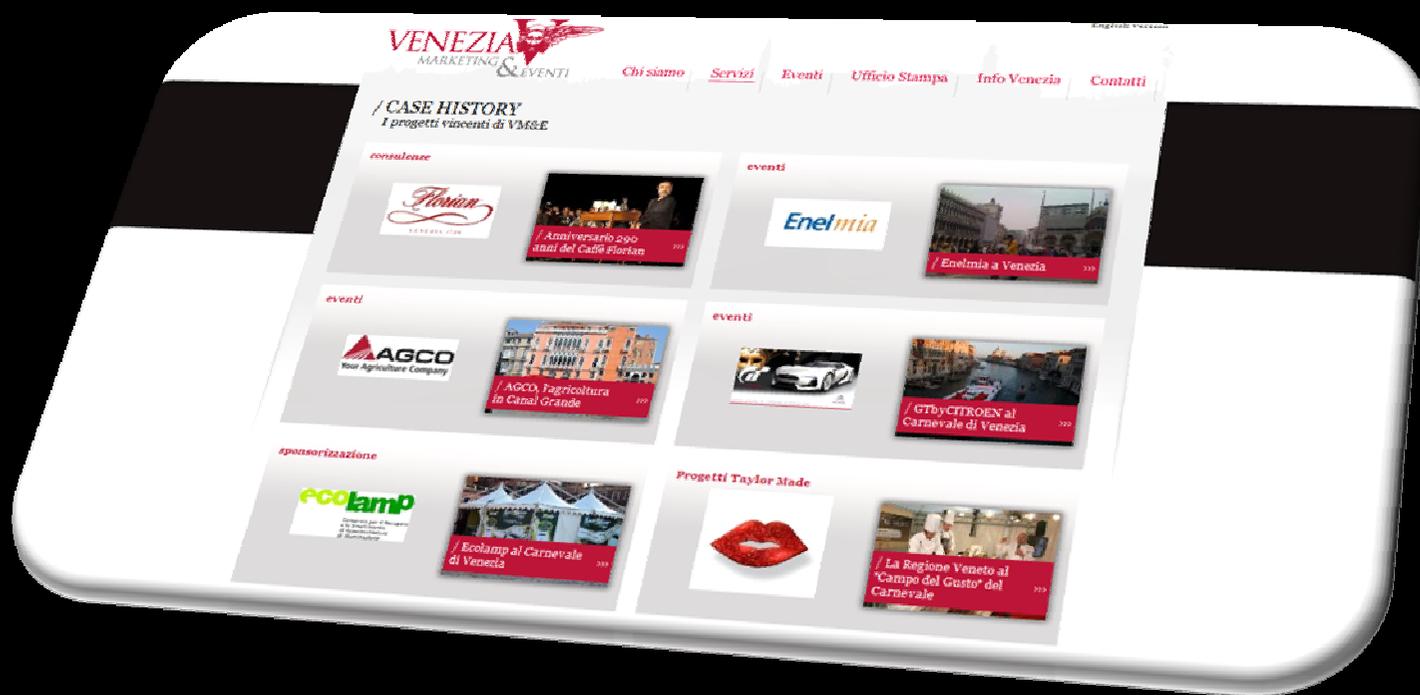


✓ un'occasione “uniche” per la città (Giro d’Italia, America’s Cup,
 ✓ iniziative espositive in occasione dei GEV, proposte in una unica
 sede in Punta della Dogana, Regata Storica a Palazzo
Correr al Carnevale, ecc.);
 ✓ un progetto di raccolta fondi per la salvaguardia di Piazza San
 Marco da parte di artisti che vi si sono esibiti ed altri musicisti coinvolti
 da Harold Falicki;

✓ un coinvolgimento dei principali progetti cittadini (Venice
Connected, le grandi opere di restauro in città, ecc.)

Gli strumenti web di VM&E

1) Sito aziendale di VM&E www.veneziemarketingeventi.it, che funge anche da portale ufficiale per gli eventi Festa del Redentore (dominio www.redentoreveneziamarketingeventi.it) e Festa della Sensa (dominio www.sensaveneziamarketingeventi.it), oltre che per altri eventi “minori”.



Il sito promuove i “prodotti” di VM&E, soprattutto a potenziali sponsor, attraverso *case histories, news, sezione eventi, ecc.*

2) Sito ufficiale della Regata Storica www.regatastoricavenezia.it
Creato nel 2010, ricco soprattutto di contenuti storici grazie alla sezione
“Museo Virtuale”



3) Sito ufficiale del Capodanno a Venezia www.capodannovenezia.it



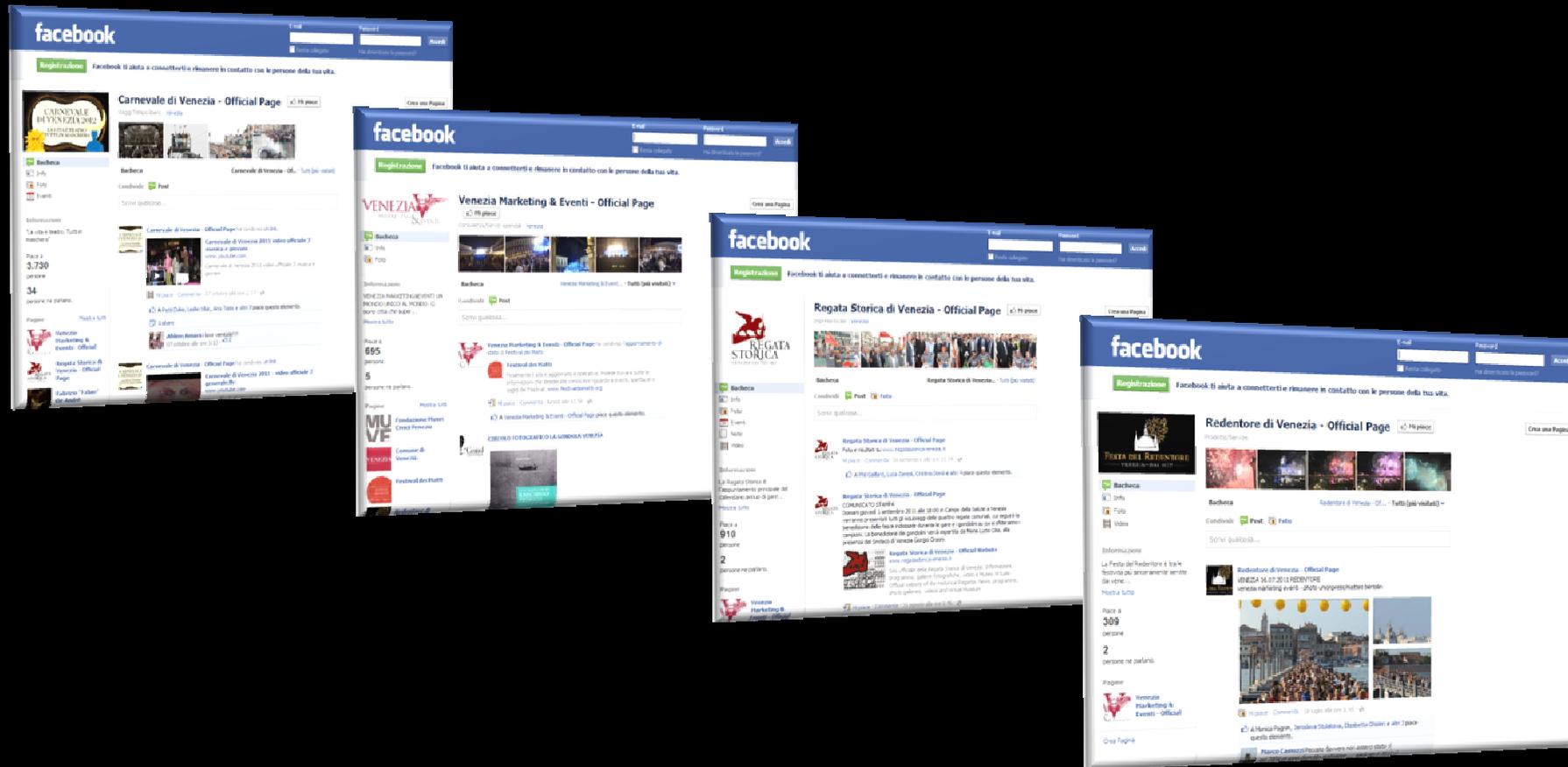
4) Sito ufficiale di San Valentino a Venezia www.sanvalentino.venezia.it



5) Sito ufficiale dell'Autunno Mestrino www.autunnomestrino.it



6) Pagine Facebook ufficiali di VM&E, Carnevale, Capodanno, Redentore, Regata Storica, Autunno Mestrino , San Valentino

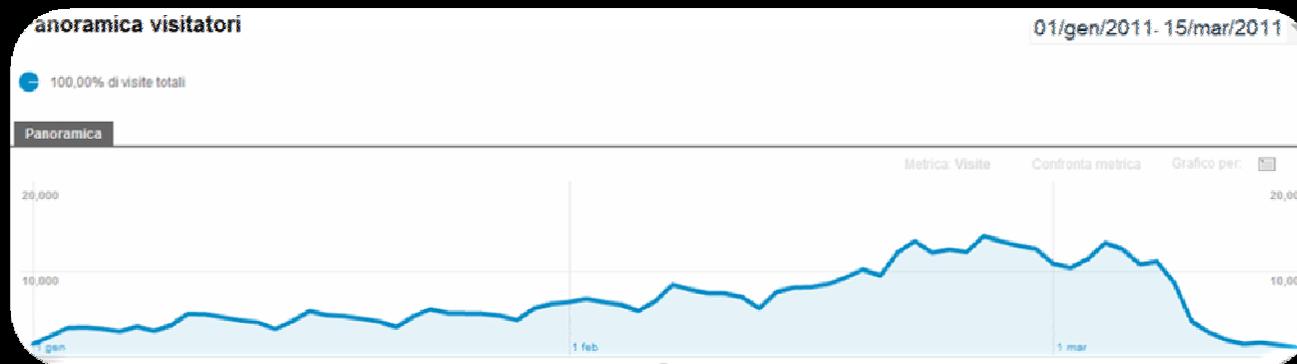


7) Sito ufficiale del carnevale di Venezia www.carnevale.venezia.it
Il più importante mezzo di promozione e commercializzazione di uno dei principali eventi cittadini



Il sito web del Carnevale: I PUNTI DI FORZA

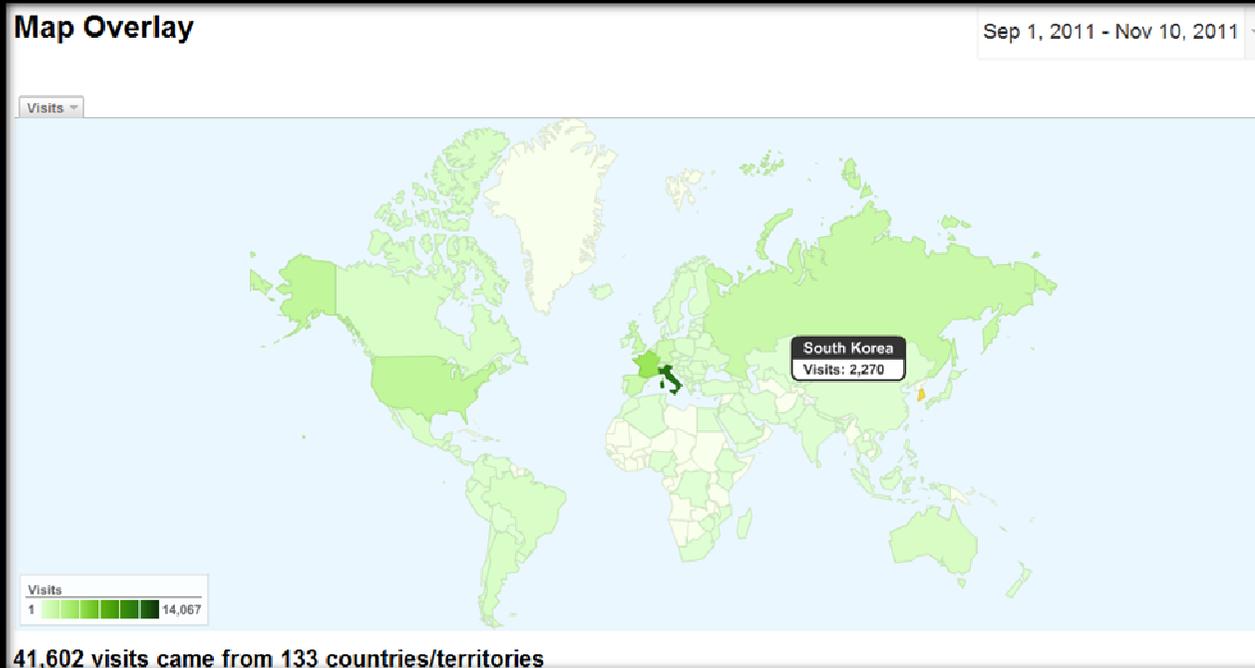
1) Ufficialità e affermazione del dominio (esistente dal 2003) generano oggi una media di circa **1.700 visite giornaliere** (628.745 visite annue, nel periodo marzo 2010-marzo 2011), con **punte di 15.000 contatti giornalieri** durante l'evento, e con una media di 450 visite giornaliere anche nei periodi più distanti dall'evento (aprile-ottobre 2011).



2) Appeal e web 2.0: l'interattività di **photogallery, video, webcam, partecipazione a concorsi a premi** ed altri contenuti consentono fidelizzazione dell'utente, continuità di visite anche nei mesi più distanti dall'evento, un tempo medio di permanenza alto (circa 4 minuti) e interesse anche da chi non pianifica un soggiorno a Venezia a carnevale.

I PUNTI DI FORZA

- 3) **Internazionalità**: internet è anche facilità di accesso ad un sogno. Un esempio è rappresentato dall'interesse potenziale del pubblico della Corea del Sud: quarta nazione per numero di contatti dopo Italia, Francia e Usa (2.266 visite nel settembre/ottobre 2011) nonostante tale interesse non si traduca poi in **effettivi flussi turistici** in arrivo (in media meno di 1.000 arrivi per il periodo carnevalesco, preceduta in classifica da almeno altre 25/30 nazioni di provenienza)



<i>Country/Territory</i>	<i>Visits</i>
Italy	14,067
France	5,196
United States	2,403
South Korea	2,270
Russia	1,797
United Kingdom	1,458
Spain	1,455
Germany	1,284
Switzerland	1,076
Belgium	760

I PUNTI DI FORZA

- 4) Storicità: la presenza di un archivio dei siti delle **ultime quattro edizioni** (novità assoluta introdotta da VM&E a fronte di 27 precedenti edizioni di cui non c'è traccia ufficiale nella rete) genera autorevolezza, arricchisce i contenuti e viene premiata dai motori di ricerca.



5) La CONTINUITÀ: VM&E si fa garante della continuità nella programmazione del carnevale, nei suoi aspetti artistici, gestionali e organizzativi, ma soprattutto in quelli commerciali e promozionali.

Seppure con gestioni diverse e discontinue, la sola proposizione costante negli ultimi 30 anni di una rassegna di spettacoli carnevaleschi ha consentito al Carnevale di Venezia di affermarsi quale PRIMO EVENTO A LIVELLO INTERNAZIONALE PER INTERESSE POTENZIALE DI VISITATORI: 31,8 milioni di cittadini italiani interessati, 79,5% della popolazione tra i 14 e i 64 anni (da indagine IPSOS-Stage Up 2010, su un campione di 1.450



propone davanti ad eventi quali la Mostra Internazionale di Venezia, il Palio di Siena, EuroChocolate di Perugia, il Festival del Cinema di Venezia, Miss Italia, ecc.)

I siti web di VM&E: L'E-COMMERCE

Alcuni esempi di commercializzazione di prodotti collegati ai GEV

- 1) **Carnevale 2011 - “Casinò Burlesque”, cene di gala ufficiali del carnevale 2011 commercializzate online attraverso il sito del carnevale.**
- 2) **Regata Storica 2009, 2010 e 2011 – Tribuna “San Tomà”: posti a sedere per assistere alla Regata venduti online attraverso il sito della Regata.**
- 3) **Carnevale 2011 – “Vogata del Silenzio”, evento conclusivo della manifestazione: tour in gondola commercializzati online attraverso il sito del carnevale.**
- 4) **Prenotazioni alberghiere: pernottamenti prenotati attraverso i siti VM&E, con tassi di conversione che arrivano a 1,7%.**
- 5) **Redentore e Regata Storica 2011: pacchetto tour in gondola + visione dell'evento commercializzato online attraverso i rispettivi siti.**
- 6) **Regata Storica 2010: pacchetti Regata Storica + visita a Punta della Dogana/Palazzo Grassi e Regata Storica + Casinò commercializzati online attraverso il sito della Regata.**