

**PIANO STRATEGICO INTEGRATO 2024-2026 DI
PROMOZIONE E COMUNICAZIONE FINALIZZATO
ALL’ATTIVAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI ADVERTISING PER
LA VALORIZZAZIONE TURISTICA DELL’AEROPORTO
D’ABRUZZO E LA PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE DEL
BRAND “*ABRUZZO*”**

Sommario

Premessa	3
Lo scenario e i trend di riferimento	4
Obiettivi	11
Il Brand Abruzzo.....	11
Linee di Intervento	13
Budget	14
Modalità di utilizzo dei fondi	17
Altri investimenti e costi	17
Effetti indotti attesi	17

Premessa

Il presente Piano strategico integrato di promozione e comunicazione dettaglia gli investimenti da sostenere e gli interventi da attuare nel periodo 2024 - 2026, finalizzati alla valorizzazione turistica dell'Aeroporto d'Abruzzo e alla promo-commercializzazione del *brand* "Abruzzo", ai sensi della L.R. della L.R. N. 40/2023.

Nel riconoscere il ruolo strategico del turismo per lo sviluppo economico sostenibile, per la promozione e per la valorizzazione del territorio, la Regione Abruzzo ha inteso avviare con S.A.G.A. S.p.A. un'azione di promozione coordinata e integrata al fine di attivare politiche di promozione, comunicazione e marketing finalizzate a rilanciare l'immagine turistica dell'intero territorio regionale, in sinergia con le azioni di promozione turistica già programmate.

Mission di S.A.G.A. S.p.A., società che dal 1981 si occupa della gestione e dello sviluppo dell'Aeroporto d'Abruzzo, è concorrere allo sviluppo economico e sociale della regione, sviluppando la connettività aerea tra le aree di origine e destinazione del traffico e il proprio bacino d'utenza ed assicurando il rispetto di elevati standard qualitativi e di sicurezza dei servizi offerti a passeggeri, compagnie aeree e clienti in genere. In tal senso, lo sviluppo del turismo *incoming* rappresenta un elemento di rilevante interesse per S.A.G.A. S.p.A. tenuto conto della centralità dell'Aeroporto Internazionale nel sistema regionale, in quanto nodo di accesso principale per la fruizione dell'offerta turistica.

Coerentemente con i contenuti della L.R. n. 10 del 15 febbraio 2023 "*Disciplina del sistema turistico regionale*" e con le previsioni del Piano di marketing e comunicazione del Turismo regionale 2024-2025, approvato con DGR n. 793-C del 20/12/2022, il presente Piano integrato di Promozione e Comunicazione intende perseguire i seguenti obiettivi:

- A. rafforzare la conoscenza e promuovere la reputazione del brand turistico "Abruzzo" a livello internazionale;
- B. condividere le informazioni sui flussi e sul traffico aereo per monitorare la mobilità nazionale e internazionale, al fine di identificare i mercati target di riferimento all'interno dei quali attivare le previste azioni di comunicazione e di marketing;
- C. attivare una sinergia comunicativa per il riposizionamento competitivo della destinazione Abruzzo, al fine di fornire ulteriore impulso alla definitiva ripresa del turismo post pandemia e post "crisi Ucraina";
- D. valorizzare gli strumenti digitali nelle politiche di promozione turistica;
- E. assicurare la collaborazione per azioni congiunte di promozione del territorio, quali educational, press trip e altre iniziative di comune interesse.

Lo scenario e i trend di riferimento

Il turismo rappresenta un settore strategico nell'ambito del sistema produttivo regionale, in grado di contribuire in larga misura alla crescita socio - economica dell'Abruzzo.

Tuttavia, nonostante i molti elementi attrattivi presenti in regione (dalle spiagge alle bellezze paesaggistiche e naturalistiche, al patrimonio artistico-culturale), la presenza di turisti in Abruzzo è ancora relativamente modesta se paragonata ai numeri di altre regioni. Risulta pertanto necessario proseguire con azioni sinergiche e coordinate in grado di favorire processi di aggregazione programmatica, progettuale, operativa e coordinata tra soggetti pubblici e privati per sviluppare una cultura di governo locale del turismo, connessa alle strategie e alle programmazioni regionali, nazionali ed europee.

Ciò si rende tanto più imprescindibile se si considera che il settore turistico è stato fortemente provato dalla pandemia "Covid-19". In base ai dati Istat del 2017¹, prima della pandemia il valore aggiunto di questo comparto rappresentava il 6% di quello totale italiano. Nel 2019, le strutture italiane erano più di un milione, comprendendo sia i servizi di alloggio che ristorazione, agenzie di viaggio e servizi di trasporto. Con l'arrivo del Covid questo settore ha subito una battuta d'arresto: nel 2020 le restrizioni anti-contagio hanno generato un calo degli arrivi dall'estero del 54,6% in meno rispetto all'anno precedente, con una spesa dei turisti stranieri pari a 23,7 miliardi di euro, ben 35 miliardi in meno rispetto 2019. Per quanto le mancate partenze verso l'estero abbiano contribuito a trattenere in Italia parte della spesa dei turisti italiani, il contraccolpo in termini economici ha portato a una riduzione delle entrate nel settore, che si assestano a 67,6 miliardi di euro.

Questo dato interrompe la crescita del settore, riportando gli introiti a valori inferiori rispetto a quelli registrati nel 2010 (circa 80 miliardi di euro). Nel 2021 si sono registrate ancora delle conseguenze dell'emergenza, con una domanda turistica lontana dai livelli pre-pandemici. I viaggi dei residenti italiani sono stati 41,65 milioni con 281,5 milioni di pernottamenti. Il valore è simile a quello del 2020 ma lontano da quello del 2019².

Anche se le presenze negli esercizi ricettivi sono aumentate tra 2020 e 2021, il bilancio rispetto all'anno antecedente alla crisi sanitaria è comunque negativo, con un calo del 38,5% tra 2019 e 2021. Tuttavia, il dato a livello regionale, rileva che il turismo in Abruzzo ha subito un calo più contenuto rispetto ad altre aree italiane.

Oggi, per fortuna, i flussi sono ormai tornati ai livelli pre-pandemici. L'Abruzzo ha fatto registrare un aumento delle presenze tra il 2021 e il 2022 e anche il 2023 è stato un anno positivo, in quanto i dati ufficiali sugli arrivi e presenze turistiche sul territorio regionale hanno fatto registrare, per le

¹ Rif. CONTO SATELLITE DEL TURISMO PER L'ITALIA | Anno 2017 <https://www.istat.it/it/files/2020/06/Conto-satelliteturismo.pdf>

² Rif. VIAGGI E VACANZE IN ITALIA E ALL'ESTERO | ANNO 2021 https://www.istat.it/it/files//2022/04/Viaggi_vacanze_2021.pdf

presenze nel periodo gennaio-agosto 2023, un +9,21% rispetto allo stesso periodo del 2022 e, per gli arrivi, un +6,13%.

Trattasi di una conseguenza della progressiva ripresa delle normali attività dopo l'emergenza pandemica, in grado di rappresentare sicuramente un fattore di rilancio dell'economia. Processo virtuoso che si presta perfettamente ad essere innescato in Abruzzo dove, a causa delle differenti caratteristiche dei territori, è presente una marcata varietà di offerta turistica. Dalle località della costa adriatica alle aree interne, infatti, le potenzialità sono notevoli.

La fascia costiera ha una predisposizione a forme di turismo più legate al mare, con strutture alberghiere, villaggi e in generale una struttura corposa di servizi per il turista. Le aree interne della regione hanno invece una vocazione legata a forme di turismo più delocalizzato. Tour gastronomici, sport in collina o montagna, esperienze culturali o religiose possono mettere al centro i piccoli centri, dando slancio ai territori e alle economie locali.

Questi elementi indicano l'attrattività turistica - nel contesto regionale - di due poli principali: quello costiero e quello interno, legato alla montagna. Due comparti da potenziare, in parallelo con l'esigenza di valorizzare l'importante patrimonio culturale abruzzese, diffuso sul territorio.

In tale contesto si colloca l'importanza economica ampiamente riconosciuta della presenza di un aeroporto internazionale. Quest'ultimo, difatti, è riconoscibile quale elemento essenziale della politica di sviluppo economico e turistico regionale, rappresentando un vantaggio concorrenziale per la promozione del territorio, incrementandone la capacità di competizione.

Per poter sfruttare queste potenzialità e attivare così il 'circolo virtuoso' aeroporto-territorio, è fondamentale anche la presenza di un sistema di mobilità, infrastrutturale e di servizi efficiente e funzionante.

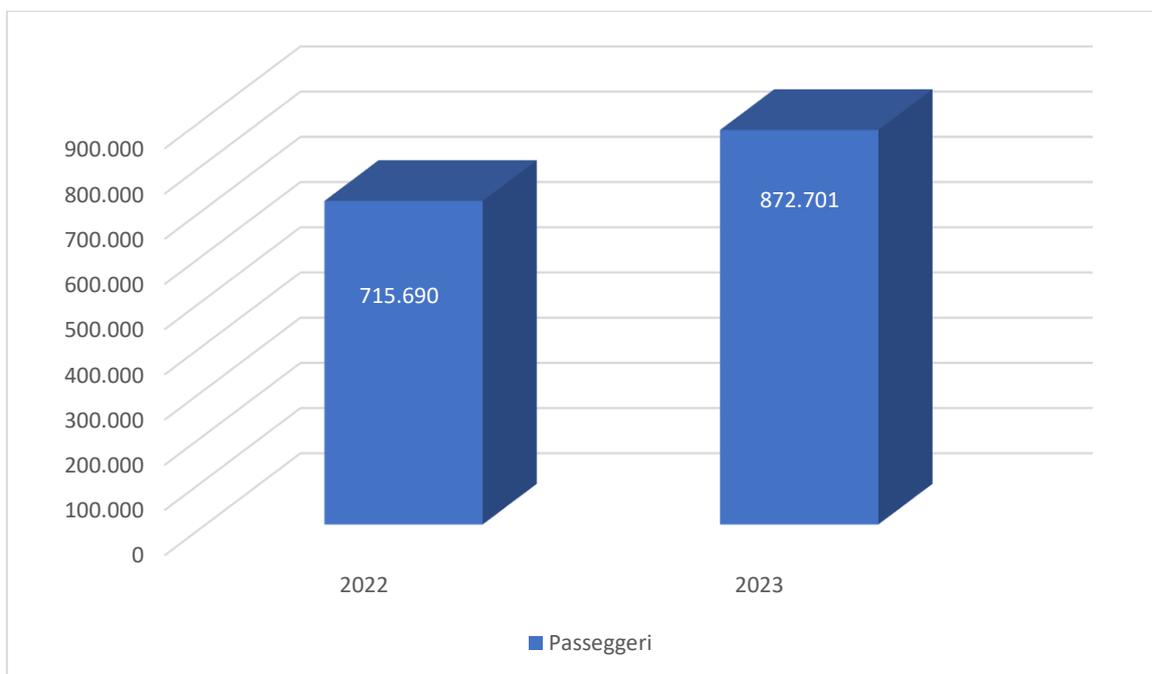
In Abruzzo, la presenza di uno scalo aeroportuale in un'area geograficamente strategica come la costa del Medio Adriatico, fornisce senz'altro un valido strumento alla Regione per promuovere l'attrattività del territorio attraverso il *marketing* territoriale o strategie di *co-marketing*, contribuendo senz'altro a valorizzare le risorse naturali e materiali di cui è ricco il territorio.

L'ampio ventaglio di destinazioni nazionali e internazionali raggiungibili da Pescara, offre ai turisti l'opportunità di riscoprire la destinazione *Abruzzo*, valorizzando mercati da sempre particolarmente favoriti, a settentrione e occidente, e consentendo, al contempo, di rivolgere interesse a potenziali mercati di riferimento quali le aree dell'Est europeo.

I risultati scaturiti da un'attenta e costante politica voluta dalla struttura aeroportuale abruzzese, con il sostegno dei competenti Assessorati Regionali, di incremento degli investimenti nel settore

marketing sono già rilevanti, oggi, rispetto agli anni scorsi. Si registrano, infatti, presso l'Aeroporto di Pescara, presenze turistiche in costante aumento dal Regno Unito, Irlanda, Germania, Belgio, Spagna, Albania, Romania e Polonia.

DATI STATISTICI RELATIVI AL VOLUME DEI PASSEGGERI, AL NUMERO TOTALE DI VOLI E AL NUMERO DI VOLI DA E PER DESTINAZIONI DEL 2022 E 2023



Il 2023 ha visto transitare per lo scalo abruzzese 872.701 viaggiatori. L'aumento rispetto al 2022, che con 715.690 persone già aveva portato un primo record all'aeroporto abruzzese, è del 21.9 per cento.

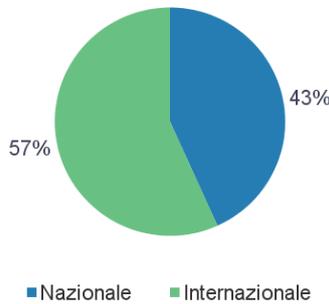
Il mese boom è stato luglio, durante il quale hanno scelto di volare da e per Abruzzo Airport 102.099 persone, il numero più alto mai registrato dallo scalo. Ha sfiorato di poco i 100 mila passeggeri il mese di agosto che si è concluso con 99.856 transiti.



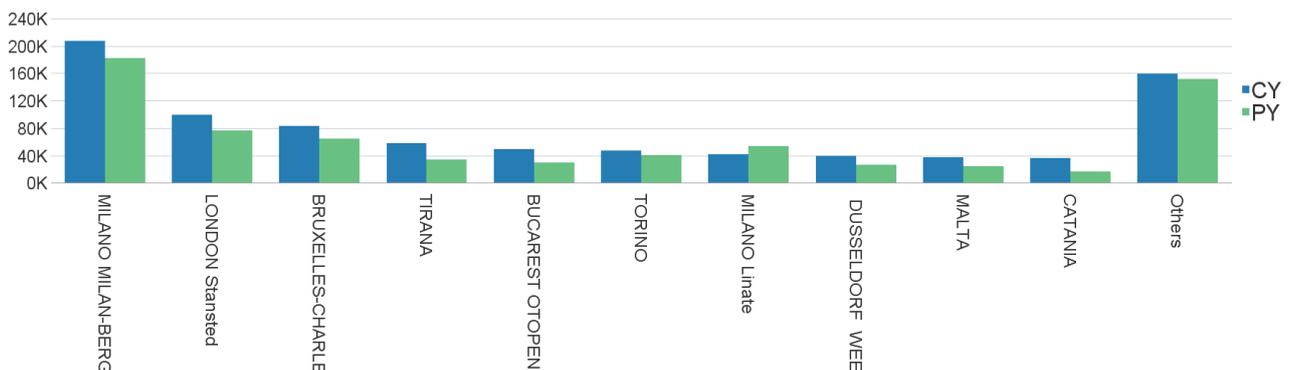
L'incremento in termini di percentuale maggiore però è stato all'inizio dell'anno con gennaio che ha visto una crescita dei passeggeri del 113,75% e febbraio dove la crescita è stata del 60,44%. Nei primi mesi del 2022 infatti c'erano ancora gli strascichi legati alla pandemia che si sono verificati durante la Winter del 2021. La crescita è dunque cominciata con la Summer 2022, rafforzandosi con la stagione invernale del 2023 e decollando definitivamente con la stagione estiva 2023 che ha contato su 17 destinazioni. I vettori che hanno contribuito al raggiungimento di tale risultato sono:

CARRIER
RYANAIR LIMITED
WIZZAIR
RYANAIR UK
LUXAIR

PAX PY



Le dieci destinazioni che hanno maggiormente contribuito al risultato sono:



Con la stagione estiva, che è cominciata ad aprile e si è chiusa ad ottobre, è partita l'espansione che ha portato all'ottenimento del record. Un grandissimo risultato quello raggiunto nel 2023 che mette in luce la sempre crescente centralità dell'infrastruttura aeroportuale abruzzese.

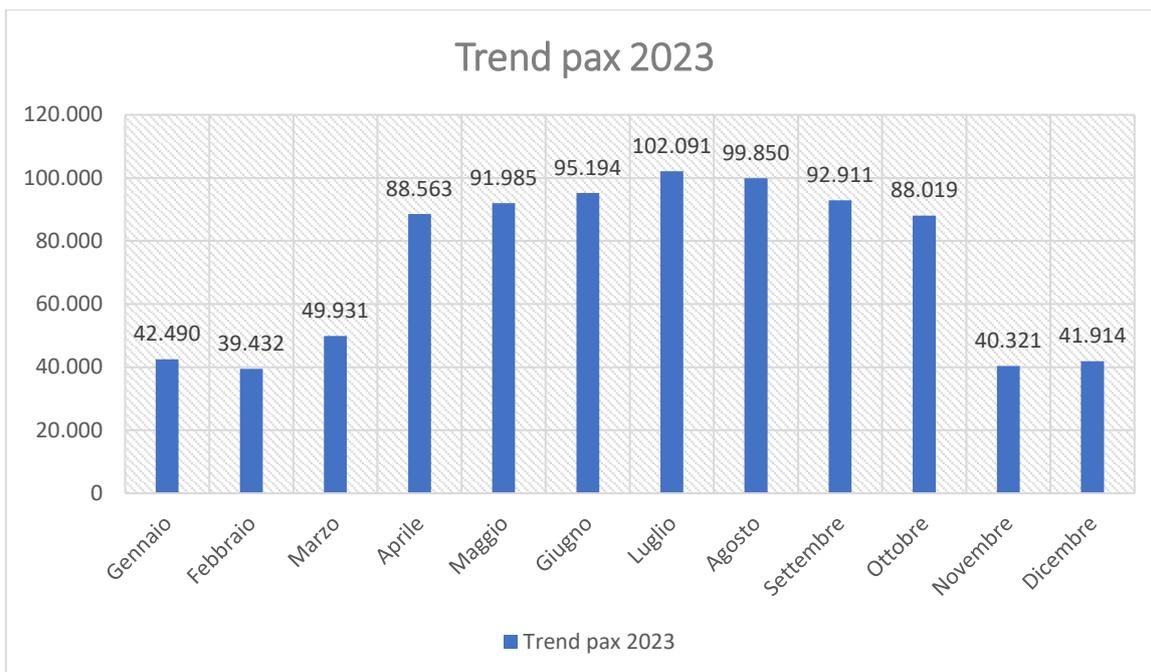
I numeri particolarmente significativi registrati in estate sottolineano anche il ruolo in termini di *incoming* che Abruzzo Airport riveste per il territorio con tante persone provenienti da altri Paesi che hanno scelto di visitare l'Abruzzo proprio grazie alle destinazioni attive.



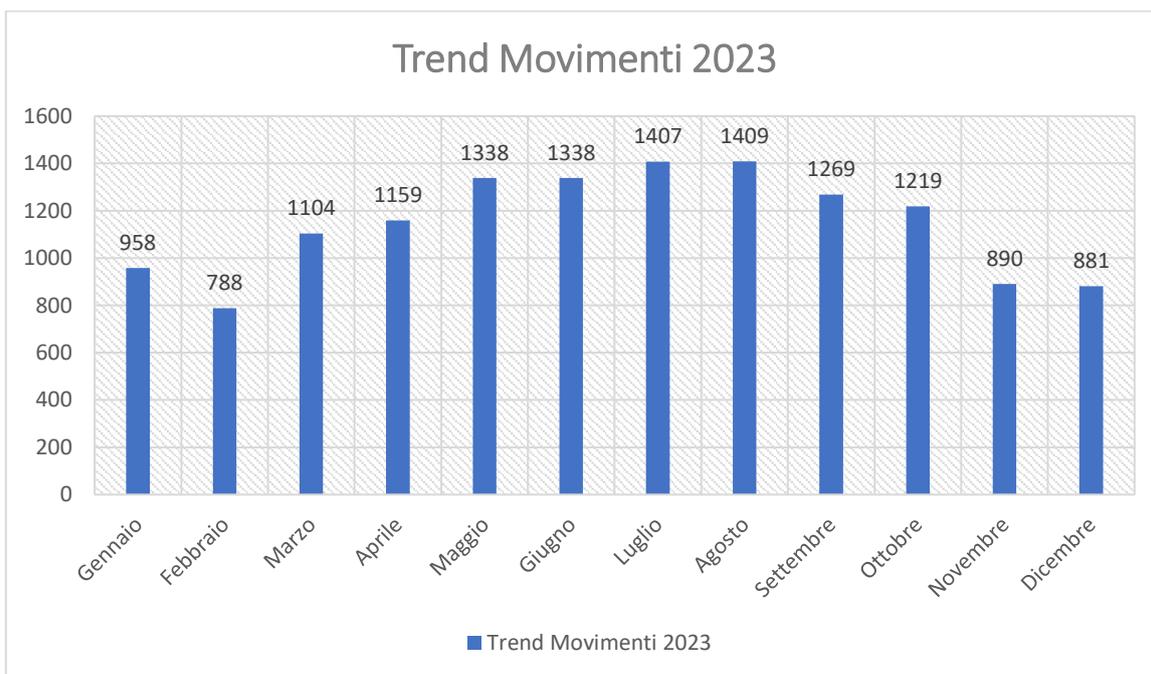
Analizzando l'anno 2023 mese per mese, come già sopra evidenziato, a gennaio c'è stato un incremento significativo rispetto al 2022 pari al 113,75 per cento, con 19.878 passeggeri nel 2022 e 42.490 passeggeri del 2023. I dati relativi agli altri mesi dell'anno fanno comunque registrare un andamento complessivamente positivo, fatta eccezione per gli ultimi mesi dell'anno dove si è verificato un decremento dei passeggeri transitati per lo scalo abruzzese, come illustrato nella tabella che segue:

MESE	N. PASSEGGERI ANNO 2022	N. PASSEGGERI ANNO 2023	VARIAZIONE %
Febbraio	24.577	39.432	+60,44%
Marzo	38.900	49.931	+28,35%
Aprile	66.823	86.563	+29,54%
Maggio	73.204	91.815	+25,4%
Giugno	80.800	91.815	+17,8%
Luglio	87.124	102.099	+17,18%
Agosto	88.164	99.856	+13,26%
Settembre	80.336	92.917	+15,6%
Ottobre	66.675	88.019	+32%
Novembre	44.011	40.321	-8,3%
Dicembre	45.198	41.914	-7,3%

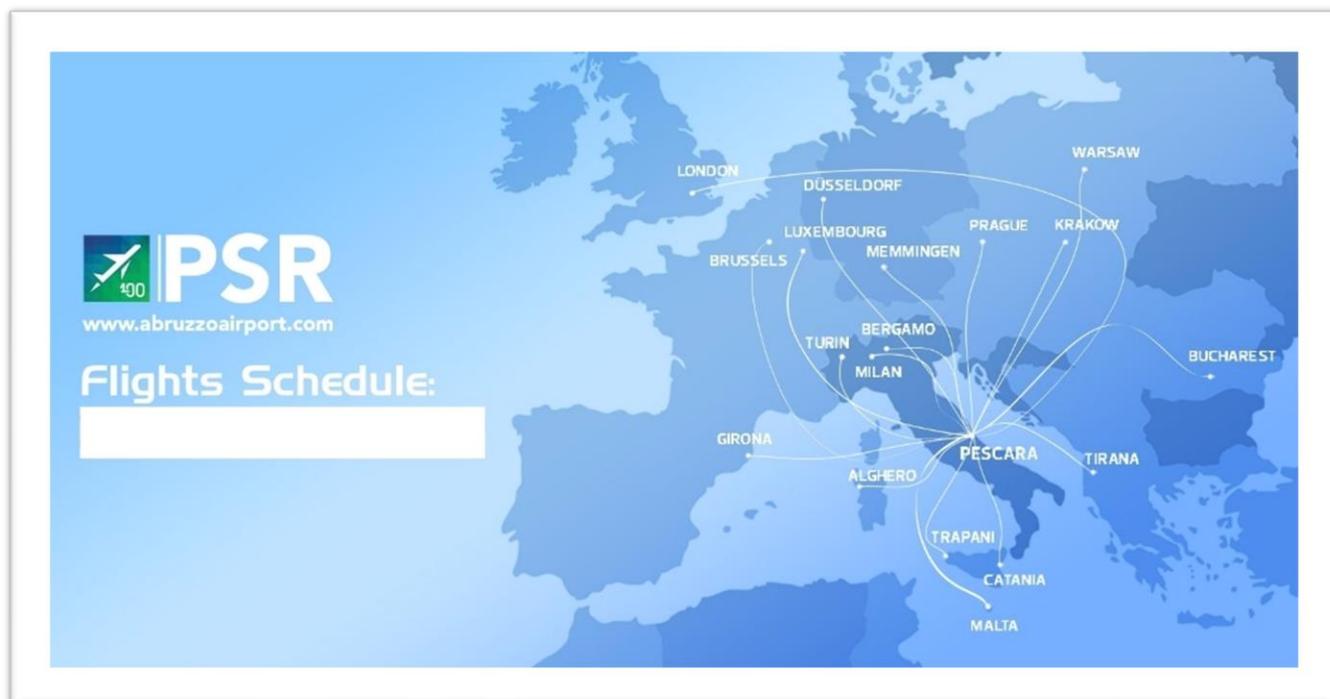
Trend del Traffico passeggeri per mese 2023



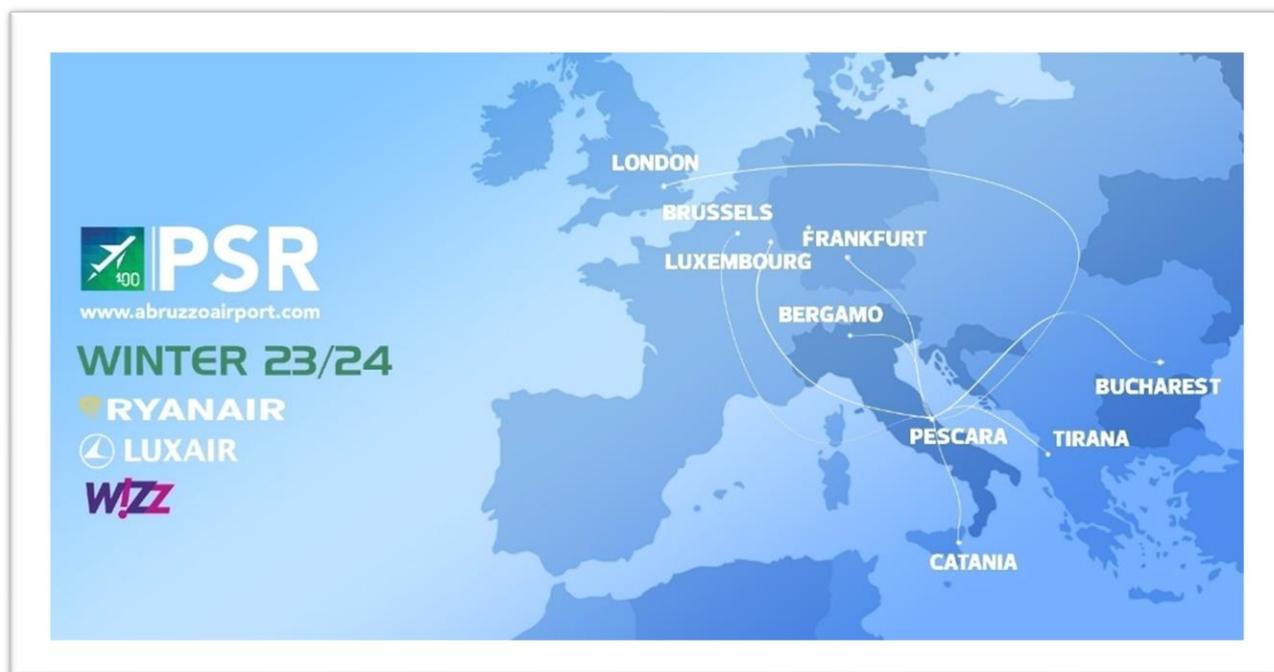
Trend dei movimenti 2023



Le destinazioni operate durante la STAGIONE ESTIVA 2023 sono illustrate nella mappa



Le destinazioni operate durante la **STAGIONE INVERNALE 2023/2024** sono illustrate nella mappa



Le più importanti provenienze fanno riferimento a Germania, Inghilterra, Belgio e Polonia che, complessivamente, rappresentano, circa, il 70% del totale dei passeggeri in transito.

Innumerevoli sono ancora le potenzialità inespresse da una struttura aeroportuale moderna e funzionante, sempre proiettata verso ammodernamenti e migliorie, allo scopo di dare sempre

maggior impulso al comparto turistico, accelerando così l'integrazione della nostra regione in Europa.

Obiettivi

S.A.G.A. S.p.A. con il presente piano intende realizzare azioni di promozione e comunicazione in grado di rilanciare l'immagine turistica della “*Destinazione Abruzzo*”, mediante interventi finalizzati a garantire la continuità degli obiettivi strategici della Programmazione Regionale, dei Piani e Programmi comunitari, statali e regionali per perseguire il rilancio e la valorizzazione turistica dell'Abruzzo e contestualmente dell'Aeroporto d'Abruzzo e veicolare il Brand Abruzzo nei mercati di riferimento, attivando una comunicazione “mirata” in Mercati obiettivo di interesse e su target di turisti specifici.

L'obiettivo centrale nel prossimo triennio è quello di migliorare la capacità del sistema di offerta regionale di cogliere, senza trascurare i turismi dei grandi numeri, le opportunità derivanti dai turismi di nicchia e, più in genere, da quella domanda emergente che si caratterizza per una maggiore distribuzione dei propri consumi durante l'anno.

Obiettivi specifici:

- potenziare l'utilizzo dei social media in quanto mezzi rilevanti e preminenti nel raggiungere il mercato grazie alla loro possibilità di interagire, informare, coinvolgere emotivamente e personalizzare;
- diffondere la *brand identity* della destinazione per promuoverne in modo coerente i valori sottostanti, anche attraverso i canali digitali;
- potenziare la promozione digitale della destinazione;

Il Brand Abruzzo

Elemento chiave della strategia del piano di *marketing* è quello legato alla *brand identity* e, più in generale, alla prospettiva di commercializzazione, promozione e marketing della destinazione Abruzzo.

Nelle attività di marketing e co-marketing dettagliatamente descritte al paragrafo successivo saranno utilizzati gli elementi grafici essenziali del *brand* Abruzzo:



CHE BELLA SORPRESA!

Le potenzialità turistiche dell’Abruzzo sono strettamente legate alla diversità del suo territorio, sulla quale la strategia turistica regionale deve necessariamente puntare per diminuire la stagionalità e aumentare le presenze internazionali.

La Regione Abruzzo ha puntato sul brand “*Abruzzo che bella sorpresa*” il cui concept è nato proprio pensando allo stupore che il visitatore ritrova esplorando l’Abruzzo: un territorio che va oltre le aspettative, unico sia dal punto di vista paesaggistico che culturale confermandosi una destinazione fruibile tutto l’anno grazie ai prodotti turistici offerti che spaziano dal mare alla montagna, dall’enogastronomia all’arte, dalla cultura al turismo esperienziale.

Per l’attuazione delle azioni di comunicazione e marketing del Piano di marketing e comunicazione integrato di Promozione e Comunicazione, ove necessario, S.A.G.A. S.p.A. utilizzerà i materiali (immagini, video, loghi) forniti dalla Regione per la promozione della destinazione “Abruzzo”. L’eventuale rielaborazione degli stessi sarà sottoposta all’approvazione dei competenti uffici regionali.

Linee di Intervento

Nell'ambito del presente Piano sono previste le seguenti attività da attuarsi nel triennio 2024 – 2026:

AZIONI IMPLEMENTATE DIRETTAMENTE DA SAGA spa:

- ❑ Azioni promozionali in aeroporto attraverso gli spazi di Abruzzo Airport (concessione di spazi orizzontali e verticali c/o terminal arrivi e partenze; consegna sottobordo di materiale promozionale; ideazione, programmazione e diffusione di annunci promozionali a mezzo radiofonico in aeroporto; ideazione, programmazione e diffusione di display advertising in aeroporto);
- ❑ Azioni di marketing tramite web, social media e altri canali (e-mail marketing, editoriali/pubbli redazionali/comunicati stampa, social media marketing);
- ❑ Organizzazione e realizzazione di eventi di promozione della destinazione Abruzzo c/o Abruzzo Airport
- ❑ Attività di analisi e report profilazione passeggeri per azioni di comunicazione e marketing sui mercati target;

AZIONI INDIRETTE: acquisto di spazi in aeroporti nazionali ed europei e/o sui vettori aerei per valorizzare il Brand Abruzzo;

Budget

I costi per le attività operative programmate nel triennio sono di seguito dettagliati in tabella:

a) ANNO 2024

ANNO 2024 (marzo - dicembre)								
a) AZIONI DIRETTE SAGA	Unità di misura	Quantità		Costo unitario	TOTALE	Sconto applicato %	COSTO COMPLESSIVO STIMATO	
Concessione spazi orizzontali e verticali (Arrivi e partenze)	mq*gg	1700*305	=	518500	1,64 €	850.000,00 €	0,12	748.000,00 €
Servizio consegna sottobordo riviste al giorno (Arrivi e partenze)	gg			305	200,00 €	61.000,00 €		61.000,00 €
Redazione di editoriali/pubbl redazionali e comunicati stampa	n. pubblicazioni			5	800,00 €	4.000,00 €		4.000,00 €
Ideazione, programmazione e diffusione di annunci promozionali brand Abruzzo a mezzo radiofonico in aeroporto	n. h.*gg	12*305	=	3660	19,00 €	69.540,00 €		69.540,00 €
E-mail marketing sulla destinazione Abruzzo	n*mesi	4*9	=	36	475,00 €	17.100,00 €		17.100,00 €
Analisi e report profilazione passeggeri per azioni di comunicazione e marketing sui mercati target (almeno n. 2000 passeggeri intervistati)	a corpo			///	6.000,00 €	6.000,00 €		6.000,00 €
Organizzazione e realizzazione eventi di promozione della destinazione Abruzzo c/o Abruzzo Airport	n.			4	10.000,00 €	40.000,00 €		40.000,00 €
Ideazione, programmazione e diffusione di display advertising (Monitor area check- arrivi e gate di imbarco)	n. monitor*gg	11*305	=	3355	19,00 €	63.745,00 €		63.745,00 €
Azioni di web marketing su portale abruzzoairport.com e sui social media Aeroporto d'Abruzzo	gg			305	45,00 €	13.725,00 €		13.725,00 €
					IMPONIBILE	1.125.110,00 €		1.023.110,00 €
					IVA 22%	247.524,20 €		225.084,20 €
					SUB TOTALE AZIONI DIRETTE SAGA	1.372.634,20 €		1.248.194,20 €
b) AZIONI INDIRETTE	Unità di misura	Quantità		Costo unitario	TOTALE	Sconto applicato %	COSTO COMPLESSIVO STIMATO	
Acquisto spazi in aree (es. altri aeroporti nazionali/internazionali) e/o mezzi (es. aeroplani di proprietà di vettori aerei) ad alta intensità di flusso	a corpo			///	250.000,00 €	250.000,00 €		250.000,00 €
					SUB TOTALE AZIONI INDIRETTE	250.000,00 €		250.000,00 €
					a) + b) TOTALE AZIONI DIRETTE E INDIRETTE	1.622.634,20 €		1.498.194,20 €

b) ANNO 2025

ANNO 2025 (gennaio - dicembre)								
a) AZIONI DIRETTE SAGA	Unità di misura	Quantità		Costo unitario	TOTALE	Sconto applicato %	COSTO COMPLESSIVO STIMATO	
Concessione spazi orizzontali e verticali (Arrivi e partenze)	mq*gg	1700*365	=	620500	1,64 €	1.017.620,00 €	0,29	722.510,20 €
Servizio consegna sottobordo riviste al giorno (Arrivi e partenze)	gg			365	200,00 €	73.000,00 €	0,12	64.240,00 €
Redazione di editoriali/pubbli redazionali e comunicati stampa	n. pubblicazioni			5	800,00 €	4.000,00 €		4.000,00 €
Ideazione, programmazione e diffusione di annunci promozionali brand Abruzzo a mezzo radiofonico in aeroporto	n. h.*gg	12*365	=	4380	19,00 €	83.220,00 €		83.220,00 €
E-mail marketing sulla destinazione Abruzzo	n*mesi	4*12	=	36	475,00 €	17.100,00 €		17.100,00 €
Analisi e report profilazione passeggeri per azioni di comunicazione e marketing sui mercati target (almeno n. 2000 passeggeri intervistati)	a corpo			///	6.000,00 €	6.000,00 €		6.000,00 €
Organizzazione e realizzazione eventi di promozione della destinazione Abruzzo c/o Abruzzo Airport	n.			3	10.000,00 €	30.000,00 €		30.000,00 €
Ideazione, programmazione e diffusione di display advertising (Monitor area check- arrivi e gate di imbarco)	n. monitor*gg	11*365	=	4015	19,00 €	76.285,00 €		76.285,00 €
Azioni di web marketing su portale abruzzoairport.com e sui social media Aeroporto d'Abruzzo	gg			365	45,00 €	16.425,00 €	0,12	14.454,00 €
IMPONIBILE						1.323.650,00 €		1.017.809,20 €
					IVA 22%	291.203,00 €		223.918,02 €
SUB TOTALE AZIONI DIRETTE SAGA						1.614.853,00 €		1.241.727,22 €
b) AZIONI INDIRETTE	Unità di misura	Quantità		Costo unitario	TOTALE	Sconto applicato %	COSTO COMPLESSIVO STIMATO	
Acquisto spazi in aree (es. altri aeroporti nazionali/internazionali) e/o mezzi (es. aeroplani di proprietà di vettori aerei) ad alta intensità di flusso	a corpo			///	250.000,00 €	250.000,00 €		250.000,00 €
SUB TOTALE AZIONI INDIRETTE						250.000,00 €		250.000,00 €
a) + b) TOTALE AZIONI DIRETTE E INDIRETTE						1.864.853,00 €		1.491.727,22 €

c) ANNO 2026

ANNO 2026 (gennaio - dicembre)								
a) AZIONI DIRETTE SAGA	Unità di misura	Quantità		Costo unitario	TOTALE	Sconto applicato %	COSTO COMPLESSIVO STIMATO	
Concessione spazi orizzontali e verticali (Arrivi e partenze)	mq*gg	1700*365	=	620500	1,64 €	1.017.620,00 €	0,29	722.510,20 €
Servizio consegna sottobordo riviste al giorno (Arrivi e partenze)	gg			365	200,00 €	73.000,00 €	0,12	64.240,00 €
Redazione di editoriali/pubbli redazionali e comunicati stampa	n. pubblicazioni			5	800,00 €	4.000,00 €		4.000,00 €
Ideazione, programmazione e diffusione di annunci promozionali brand Abruzzo a mezzo radiofonico in aeroporto	n. h.*gg	12*365	=	4380	19,00 €	83.220,00 €		83.220,00 €
E-mail marketing sulla destinazione Abruzzo	n*mesi	4*12	=	36	475,00 €	17.100,00 €		17.100,00 €
Analisi e report profilazione passeggeri per azioni di comunicazione e marketing sui mercati target (almeno n. 2000 passeggeri intervistati)	a corpo			///	6.000,00 €	6.000,00 €		6.000,00 €
Organizzazione e realizzazione eventi di promozione della destinazione Abruzzo c/o Abruzzo Airport	n.			3	10.000,00 €	30.000,00 €		30.000,00 €
Ideazione, programmazione e diffusione di display advertising (Monitor area check- arrivi e gate di imbarco)	n. monitor*gg	11*365	=	4015	19,00 €	76.285,00 €		76.285,00 €
Azioni di web marketing su portale abruzzoairport.com e sui social media Aeroporto d'Abruzzo	gg			365	45,00 €	16.425,00 €	0,12	14.454,00 €
					IMPONIBILE	1.323.650,00 €		1.017.809,20 €
					IVA 22%	291.203,00 €		223.918,02 €
					SUB TOTALE AZIONI DIRETTE SAGA	1.614.853,00 €		1.241.727,22 €
b) AZIONI INDIRETTE	Unità di misura	Quantità		Costo unitario	TOTALE	Sconto applicato %	COSTO COMPLESSIVO STIMATO	
Acquisto spazi in aree (es. altri aeroporti nazionali/internazionali) e/o mezzi (es. aeroplani di proprietà di vettori aerei) ad alta intensità di flusso	a corpo			///	250.000,00 €	250.000,00 €		250.000,00 €
					SUB TOTALE AZIONI INDIRETTE	250.000,00 €		250.000,00 €
					a) + b) TOTALE AZIONI DIRETTE E INDIRETTE	1.864.853,00 €		1.491.727,22 €

Modalità di utilizzo dei fondi

Vengono classificati come investimenti di *marketing* tutti i costi necessari ad implementare le azioni necessarie a dare impulso al brand Abruzzo.

La percentuale maggiore degli investimenti è impiegata per azioni di co-marketing.

In riferimento all'attività concernente la sub concessione di spazi e/o aree da adibire alla brandizzazione esclusivamente di grafiche e cartelloni che valorizzano il territorio regionale, la SAGA ha applicato una scontistica sul costo unitario rispetto al costo di mercato in funzione del rapporto intercorrente tra la Saga e la Regione ed ulteriormente visto il prolungato periodo di affidamento del servizio di promozione realizzato attraverso il piano nonché alla metratura messa a disposizione in modo esclusivo.

Mentre per gli anni 2025 e 2026 è stata applicata una scontistica anche per il servizio di consegna sottobordo e web-marketing per le stesse motivazioni sopra riportate.

Altri investimenti e costi

La realizzazione del piano prevederà, oltre a quanto sopra, anche attività di seguito riportate:

- Profilazione;
- Relazioni Pubbliche;
- Interpretariato/Traduzioni;
- Fiere del Turismo Internazionali;
- Viaggi Stampa (Press Trips);
- Azioni Promozionali e di co – marketing con altri vettori interessati scalo abruzzese e varie al momento non definibili precisamente;
- Ampliamento ed aggiornamento pagine web sito internet di S.A.G.A. S.p.A.;
- Creazione di link da altri siti web.

Effetti indotti attesi

Attraverso la valorizzazione dello scalo aeroportuale d'Abruzzo e la conseguente espansione del turismo regionale, verranno prodotti i seguenti ulteriori effetti ad essi correlati:

- Creazione di ricchezza: in tal senso è possibile distinguere l'impatto economico diretto, rappresentato dal valore delle attività dei vettori, della società di gestione aeroportuale e delle altre imprese collocate a lato di esse, l'impatto economico indiretto, rappresentato dall'indotto generato al di fuori dell'attività propria, quali ad esempio i benefici alle agenzie di viaggio ed alle strutture ricettive e l'impatto economico indotto, rappresentato dall'effetto a catena delle maggiori spese effettuate dai soggetti titolari delle suddette attività;
- Creazione dei posti di lavoro: autorevoli studi di settore indicano la creazione di circa 1000 posti di lavoro per ogni milione di passeggeri transitati per un aeroporto (500.000 passeggeri avrebbero quindi una ricaduta occupazionale pari a circa 500 unità);
- Ricadute positive in termini di pagamento di imposte alla Pubblica Amministrazione;
- La creazione di infrastrutture che facilitino le attività imprenditoriali a partire da quelle turistiche. Lo svolgimento della maggior parte delle attività imprenditoriali richiede la disponibilità di infrastrutture che consentano:
 - *la rapida distribuzione dei beni su scala mondiale;*
 - *la disponibilità di materie, semilavorati e prodotti finiti in tempi rapidi per consentire l'applicazione di tecniche gestionali just in time;*
 - *la possibilità di rapido interscambio di persone in aziende geograficamente disperse nel mondo;*
 - *l'apertura di nuovi mercati un tempo difficilmente accessibili e quindi poco sviluppati.*