

Banner, newsletter e post Facebook: ecco cosa offre Ryanair all'Abruzzo per 6,5 mln di euro. Tutti i termini dell'accordo tra gli irlandesi e la Regione. Ecco i contratti integrali

ABRUZZI. Banner per complessive 55 settimane in 5 anni, 40 invii di newsletter agli iscritti, 3 aerei con cappelliere 'brandizzate' e 30 post su Facebook.

Azioni complessive che vanno però frazionate per paese e per anno.

E' questo quello che Ryanair ha offerto quando si è aggiudicata l'appalto (due lotti distinti) per promuovere il marchio Abruzzo «nel suo complesso». Dunque mare, montagna, natura e cultura.

Da un primo sguardo sembra che ci si possa presto aspettare l'arrivo, in regione, di turisti polacchi, belgi, tedeschi e danesi viste le azioni previste ed i soldi impegnati.

Sarà veramente così?

Ci vorrà sicuramente un po' di tempo per vedere i frutti del bando da 6,2 milioni di euro aggiudicato la scorsa primavera con la quale gli irlandesi di Mr O'Leary hanno garantito una movimentazione di 301 mila passeggeri sull'estero e 186 mila sul nazionale.

In più, però, dovranno assicurare una serie di servizi per promuovere il marchio Abruzzo.

Tutto scritto nei contratti firmati a luglio e pubblicati in una pagina del sito istituzionali della Regione e nella sezione trasparenza, un bel passo in avanti visto che quelli del 2009 erano stati secretati e tenuti sotto chiave, nessuno ufficialmente li aveva mai visti nemmeno il cda di Saga. Ritenuti talmente segreti da far gridare al furto (o al compimento di altro reato) quando il presidente di Saga, Nicola Mattoscio, scoprì che PrimaDaNoi.it aveva osato pubblicarli integralmente.

Vicenda amministrativa molto triste che è servita a gestire senza alcun controllo -e forse nemmeno in maniera tanto regolare- la spesa di soldi pubblici (una inchiesta forse prima o poi darà qualche risposta in merito).

Come abbiamo fatto la prima volta per continuare la tradizione i contatti li ripubblichiamo qui per rendere il compito molto più semplice a chi voglia prendersi la briga, come noi, di leggerli

Dunque in che modo si farà conoscere l'Abruzzo ai clienti Ryanair?

Il primo servizio offerto è quello dei banner sul sito: ormai è un lontanissimo ricordo il famoso banner da 1 milione di euro messo in una posizione seminascosta a beneficio di chissà chi (eclatante esempio delle vergogne del passato).

Questa volta gli irlandesi propongono un banner per tre settimane all'anno (1 a febbraio, 1 a maggio e 1 a settembre) nella versione italiana del sito ufficiale della compagnia (Ryanair.com/it). Dal momento che il contratto è di 5 anni, la società dovrà pubblicare in totale i banner per 15 settimanali.

Altri banner settimanali saranno invece garantiti sulla versione inglese (Ryanair.com/gb) e belga (Ryanair.com/be/fr) del sito ufficiale:

3 settimane/anno x 5 anni (15 settimane) sulla pagina visibile nel Regno Unito (sempre nei mesi di febbraio, maggio e settembre)

5 settimane/anno x 5 anni (25 settimane) in quelle del Belgio (marzo, aprile, agosto, settembre e novembre).

Ryanair vince il bando per... Ryanair: unica a partecipare con Mistral AirIl turismo? Sull'Abruzzo "tutto chiacchiere e distintivi" non scommette nessuno

LE NEWSLETTER: 2 ALL'ANNO

Inserzioni pubblicitarie che spingeranno l'Abruzzo turistico sono previste anche nella newsletter dirette agli italiani:

2 all'anno x 5 anni, una a marzo e un'altra ad ottobre, per un totale di 10 mail in 5 anni.

La società sostiene al momento di avere 4,5 milioni di sottoscrittori per la propria newsletter, solo in Italia.

Ma le newsletter, come si legge negli accordi, saranno inviate anche ai sottoscrittori tedeschi che sono però solo 1,7 milioni. A loro, dunque, direttamente nell'email saranno recapitate le informazioni turistiche sull'Abruzzo due volte l'anno, una a febbraio e una ad ottobre, mesi ben lontani dalla stagione estiva ma ad ottobre è sicuramente tempo di programmare un giro sulle montagne innevate.

Saranno 4 all'anno, invece, le newsletter spedite ai 200 mila sottoscrittori della Danimarca: una a febbraio, una a marzo, una maggio e un'altra a novembre.

LE CAPPELLIERE DI 3 AEREI

Capitolo cappelliere: negli aerei Ryanair sono 41 (servono per stipare i bagagli a mano) e da sempre sono veicolo di messaggi pubblicitari.

E' stato deciso di inserire il marchio Abruzzo, per 365 giorni all'anno, per 5 anni, su un aereo con base in Italia che si sposterà per tutta la penisola.

Stessa iniziativa, per tutti e 5 gli anni, anche su due aeromobili di base in Uk quando verranno montati i pannelli, e che voleranno in Polonia, Germania, Danimarca, Uk e Spagna.

A questo punto, dunque, si può sperare di intercettare anche turisti spagnoli, mai agganciati con gli altri sistemi pubblicitari (a loro no email, no banner sul sito Ryanair né post su Facebook).

SU FACEBOOK 2 POST ALL'ANNO

L'accordo prevede anche post pubblicitari sulla pagina Facebook di Ryanair che al momento conta oltre 2,6 milioni di sostenitori. In questo caso, sebbene il social network venga sempre più sfruttato per campagne commerciali, lo sforzo è davvero minimo.

Stando all'accordo, infatti, sono previsti appena 2 post all'anno in lingua italiana per pubblicizzare la rotta abruzzese (uno ad aprile e uno a novembre).

Altri 4 post all'anno, invece, saranno programmati in lingua polacca: a gennaio, marzo, aprile e novembre

Nessun accenno, leggendo il contratto, agli articoli pubblicitari inseriti sulla rivista di bordo, così come si era detto in un primo momento, o ai messaggi pubblicitari negli aeroporti o ai prodotti tipici serviti in volo.

Alla Regione il compito di vigilare sulla «corretta esecuzione del contratto» e Ryanair dovrà garantire in ogni momento verifiche e controlli.

La Regione dovrà fornire, se necessario, «la collaborazione del personale, gli atti, e i documenti» ma anche i contenuti e le indicazioni in merito ai messaggi pubblicitari.

Speriamo bene; nel frattempo meglio farsi belli per accogliere i nuovi turisti al meglio.

