

## PREMESSA

L'attuale stato di emergenza del settore turistico campano rende necessario un intervento di "sistema" al fine di definire e promuovere iniziative in grado di fronteggiare il momento di crisi e rilanciare il comparto.

L'Assessorato Regionale al Turismo ha approntato una serie di misure per rilanciare l'immagine e la riconoscibilità della città di Napoli come *destination* turistica, sul mercato nazionale ed internazionale.

L'Ente Provinciale per il Turismo di Napoli è stato individuato come soggetto attuatore di tale strategia di "sostegno" al comparto turistico.

## L'IDEA PROGETTUALE

Easy Napoli mira a proporre ed attuare strategie e politiche di incentivazione alla commercializzazione del "prodotto turistico Napoli", sulla base di un'attenta analisi della dinamica dei flussi turistici nazionali ed internazionali nell'arco temporale 2000-2007.

Si è riscontrato, infatti, la necessità di intraprendere una fase di rilancio per la città finalizzata ad un riposizionamento della stessa sul mercato nazionale ed estero, che passi attraverso la creazione di strumenti "innovativi", con l'impostazione di nuove formule di ospitalità che contemplino la promozione di *facilities* turistiche.

Easy Napoli prevede la creazione di "un sistema di offerta integrata" di *facilities*, cioè dei principali servizi aggiuntivi al turismo quali trasporto, *leisure*, visite guidate, accesso ai siti museali, etc., con l'intento strategico di aumentare l'*appeal* della *destination* turistica Napoli.

Il prodotto Easy Napoli sarà offerto dall'Ente Provinciale per il turismo di Napoli agli operatori del settore (agenzie di viaggio, tour operator e strutture ricettive) ad una tariffa "confidenziale" affinché questi possano commercializzarlo sul mercato ad un prezzo competitivo.

Il valore complessivo del prodotto Easy Napoli, infatti, non corrisponde né alla sommatoria del prezzo dei singoli servizi che lo compongono né, di conseguenza, al suo valore di mercato. Sarà possibile, quindi, per l'operatore turistico conseguire un mark-up, diretto ed immediato, dalla vendita del prodotto (unitario o inserito in un "pacchetto") al cliente finale.

Tale strumento consentirà di attuare un'azione di sostegno all'offerta turistica attraverso un incremento, sia quantitativo che qualitativo, dei servizi turistici che l'operatore potrà inserire e commercializzare in un proprio pacchetto.

Il modello organizzativo adottato nell'ambito del progetto Easy Napoli è il "modello a ombrello": l'EPT Napoli non si sostituisce agli attori del mercato, ma opera per supportare il potenziamento del sistema esistente.

## L'OFFERTA EASY NAPOLI

Particolare attenzione è stata posta nella composizione delle offerte, lavorando per aree tematiche facilmente comunicabili (TABELLA 1).

I prodotti turistici individuati sono:

**EASY FAMILY** per consentire alla famiglia (l'offerta standard prevede 2 genitori e un bambino/ragazzo) di visitare parchi a tema, effettuare un tour della città a bordo dell'autobus citysightseeing e gustare la classica pizza napoletana, usufruendo del sistema del trasporto pubblico.

**EASY ART** permette agli appassionati di arte e di spettacolo di accedere a 2 dei principali siti museali presenti nell'area di Napoli e Campi Flegrei, di visitare Napoli Sotterranea e di assistere a uno spettacolo folkloristico progettato e realizzato per i turisti che scelgono Napoli come meta del loro viaggio. Sarà, inoltre, possibile usufruire del sistema del trasporto pubblico.

**EASY GUSTO** consente ad un numero sempre crescente di "appassionati" alla ricerca di sapori e di tradizioni autentiche di degustare i prodotti tipici partenopei. Questa offerta prevede, infatti, un menu ad hoc e la degustazione di vini nelle cantine più prestigiose.

**EASY MAY** completa l'offerta presente nel mese di maggio a Napoli. Consente, usufruendo di voucher taxi, di assistere ad uno degli spettacoli in programmazione per maggio dei monumenti.

Sarà offerto anche un aperitivo.

Tutti i prodotti turistici elencati comprendono, inoltre, una scontistica per l'accesso a siti museali e da spendere presso esercizi commerciali, che rendono ancora più ricca l'offerta.

**TAB. 1: TIPOLOGIA PRODOTTI EASY NAPOLI**

AREA TEMATICA	TIPOLOGIA PACCHETTO	OFFERTA
EASY FAMILY	FAMIGLIA (2 ADT + 1 CHD)	TKT CITYSIGHTSEEING TKT UNICO CAMPANIA "3D" TKT ZOO TKT EDENLANDIA TKT CITTA' DELLA SCIENZA VOUCHER PIZZA + BIBITA SCONTISTICA
EASY ART	ARTE E CULTURA	ARTECARD TKT NAPOLI SOTTERRANEA TKT CITYSIGHTSEEING SPETTACOLI MUSICALI/TEATRALI SCONTISTICA
EASY GUSTO	ENOGASTRONOMIA	TKT UNICO CAMPANIA VOUCHER MENU' DEGUSTAZIONE VOUCHER DEGUSTAZIONE VINI SFOGLIATA + CAFFE' SCONTISTICA
EASY MAY	MAGGIO DEI MONUMENTI	VOUCHER TAXI TKT SPETTACOLO EVENTI VOUCHER APERITIVO SCONTISTICA

Ogni pacchetto Easy sarà contenuto in un "cofanetto" progettato e realizzato come gadget affinché possa essere conservato dal turista.

## **Finalità e Obiettivi del progetto**

Una delle principali finalità del progetto Easy Napoli è quella di contribuire al rilancio dell'immagine e della riconoscibilità della città di Napoli come *destination* turistica, sul mercato nazionale ed internazionale.

Il progetto contribuisce a assicurare anche gli operatori turistici del comparto che recepiscono il prodotto turistico dell'EPT Napoli a garanzia di un sostanziale supporto alla loro offerta turistica.

Obiettivo del progetto Easy Napoli è conseguire, sul territorio della città di Napoli, un miglioramento nel settore turistico, in termini di:

- riposizionamento competitivo dell'immagine della città di Napoli sui mercati nazionali ed esteri attraverso la valorizzazione delle peculiarità cittadine e dei concernenti elementi di attrattiva;
- contributo alla creazione e al rafforzamento dell'offerta turistica locale;
- diversificazione dell'offerta turistica attraverso la promozione di un prodotto turistico che consente la conoscenza e la valorizzazione delle risorse presenti sul territorio;
- valorizzazione dell'integrazione delle componenti culturali e turistiche del territorio;
- Promozione dell'identità territoriale attraverso una serie di azioni mirate quali, *in primis*, la creazione di un marchio *ad hoc* Easy Napoli;
- miglioramento del rapporto qualità-prezzo dell'offerta turistica, al fine di offrire servizi turistici più appetibili per il mercato italiano e straniero;
- individuazione di un metodo di lavoro partecipato, basato sulla concertazione tra gli stakeholder del settore turistico.

L'attività del progetto corrisponde alle caratteristiche della cooperazione decentrata, in quanto si basa su rapporti già consolidati di partenariato territoriale, destinati ad essere ulteriormente rafforzati dall'iniziativa, tali da coinvolgere in un impegno organico, duraturo e su base paritetica, istituzioni e soggetti economici, sia Italiani che di alcuni Paesi di intervento.

L'elevato numero di partner e soggetti coinvolti configura il progetto come un **intervento di sistema**.

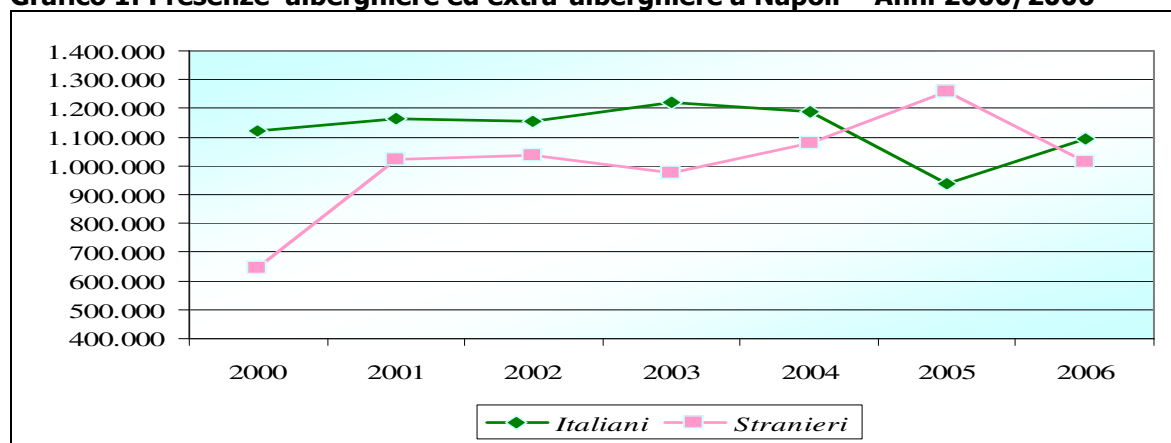
## DATE SVOLGIMENTO DEGLI EVENTI

Ai fini dell'individuazione delle date di attuazione del progetto Easy Napoli sono stati analizzati, in riferimento alla città di Napoli, sia l'andamento della domanda turistica che quello dell'offerta turistica, evidenziando l'evoluzione della capacità alberghiera ed extralberghiera nell'arco temporale 2000-2006. Altresì uno speciale focus è stato fatto sull'anno 2007 (fino al mese di ottobre incluso) al fine di confrontare i risultati con quelli dello stesso periodo dell'anno 2006.

L'analisi dei movimenti turistici nella città di Napoli ha consentito di delineare la trasformazione della domanda turistica [grafico 1] evidenziando, relativamente alle presenze, che:

- I turisti stranieri mostrano un trend in crescita fino al 2005 ma nel 2006 tale flusso subisce una flessione, rispetto all'anno precedente, del 19,52% ma un incremento del 56,96% rispetto all'anno 2000.
- I turisti italiani, invece, presentano un trend opposto a quello degli stranieri. Infatti è possibile osservare un andamento lievemente in crescita negli anni che vanno dal 2000 al 2003, a cui fa seguito un lieve calo nel 2004 che diviene decisamente drastico nel 2005 del 21,14% rispetto all'anno precedente e complessivamente del 16,59% rispetto al 2000. A questo trend negativo segue una situazione di netto miglioramento nel 2006 con una variazione del 16,52% rispetto all'anno precedente ma ancora leggermente in calo del 2,81% rispetto al 2000.

**Grafico 1: Presenze alberghiere ed extra-alberghiere a Napoli - Anni 2000/2006**

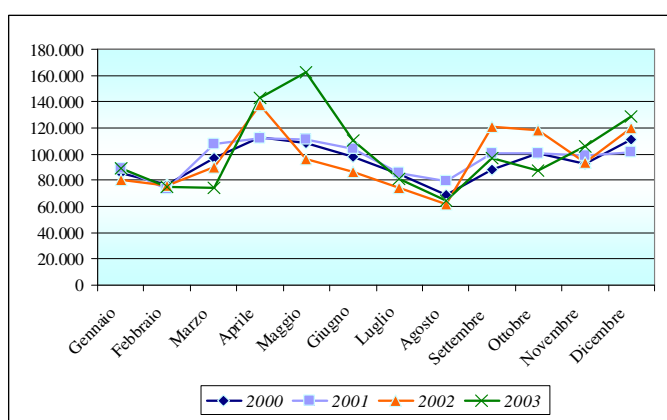


Fonte: Elaborazione propria su dati Ufficio statistico EPT Napoli – Sistema SISTA dal sito [www.regione.campania.it](http://www.regione.campania.it)

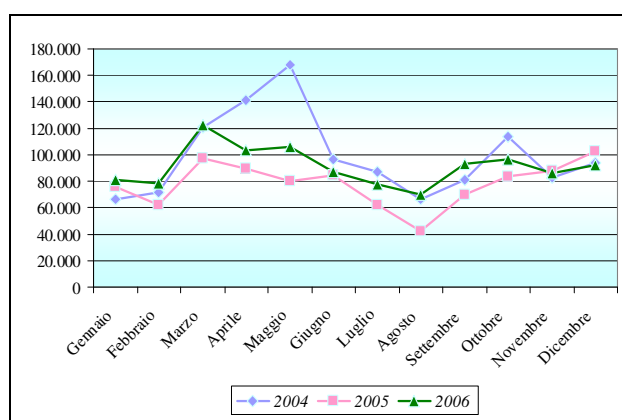
Dallo studio effettuato emerge che i turisti italiani e stranieri prediligono visitare la città di Napoli prevalentemente nei mesi compresi tra Aprile-Giugno e Settembre-Ottobre. Un rapido sguardo all'ultimo triennio ci consente di evidenziare che nel 2004 le presenze dei turisti italiani [grafici 2 e 3] crescono fino al mese di Maggio, calano nel mese successivo (-42,53%) continuando con un trend negativo fino ad Agosto, con un valore pari a 65.978. Nei mesi successivi le presenze aumentano fino al mese di Ottobre (113.695), a Novembre

si osserva una diminuzione compensata leggermente nel mese di Dicembre ma sempre mantenendosi su volumi inferiori rispetto al calo di Maggio (-44,17%). Gli anni 2005 e 2006 presentano andamenti simili tra di loro ma con volumi decisamente più bassi rispetto al 2004. I valori più alti si riscontrano nel mese di Marzo con 97.514 presenze italiane nel 2005 e 122.717 nel 2006, segue un calo fino al mese di Agosto, 42.599 presenze nel 2005 e 69.574 nel 2006. L'ultimo quadrimestre segna una lenta ripresa, facendo registrare nel mese di Dicembre 2005 102.155 presenze e nell'anno successivo 91.899, valore inferiore anche alle presenze registrate nel 2004. Anche nel mese di Maggio i valori delle presenze degli italiani restano molto basse rispetto al 2004, -52,41% nel 2005 e -36,82% nel 2006.

**Grafico 2: Presenze italiani mensili alberghieri ed extra-alberghieri Napoli – Anni 2000/2003**



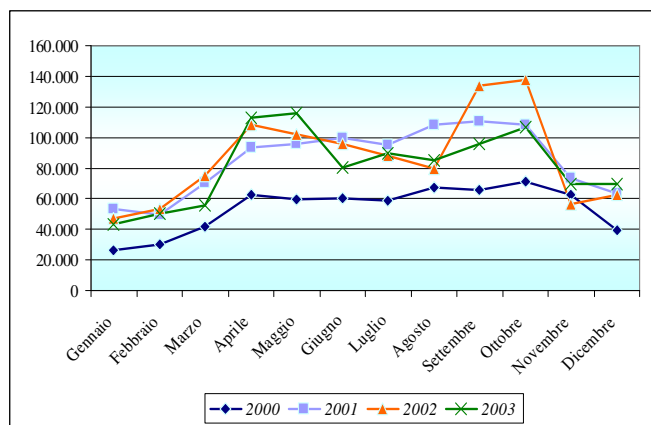
**Grafico 3: Presenze italiani mensili alberghieri ed extra-alberghieri Napoli Anni 2000/2003**



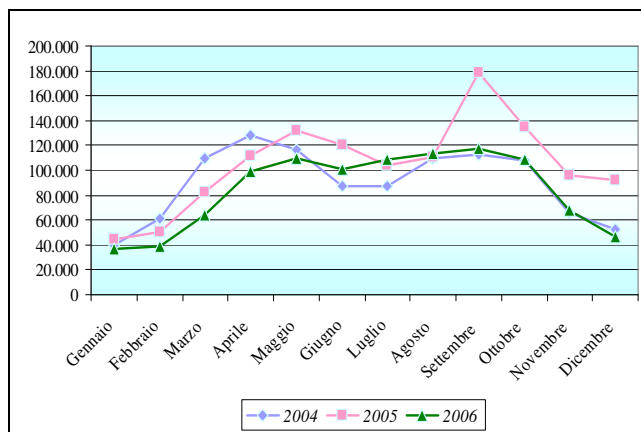
Fonte: Elaborazione propria su dati Ufficio statistico EPT Napoli – Sistema SISTA dal sito [www.regione.campania.it](http://www.regione.campania.it)

Le presenze degli stranieri [grafici 4 e 5] crescono nel primo quadrimestre degli anni presi in esame, fino a raggiungere dei picchi nel mese di Maggio (116.287 nel 2004, 131.615 nel 2005, 109.357 nel 2006) e da lì mantengono una certa costanza fino al mese di Ottobre (107.529 nel 2004, 134.510 nel 2005, 108.324 nel 2006). Piccole riduzioni si osservano nei mesi di Giugno e Luglio, con un'immediata ripresa già in Agosto, mostrando una preferenza degli stranieri per i mesi estivi meno caldi quali Settembre e Ottobre. Gli anni chiudono con una flessione (51.955 nel 2004, 91.844 nel 2005, 46.738 nel 2006).

**Grafico 4: Presenze stranieri mensili alberghieri ed extra-alberghieri Napoli – Anni 2000/2003**



**Grafico 5: Presenze stranieri mensili alberghieri ed extra-alberghieri Napoli – Anni 2004/2006**



Fonte: Elaborazione propria su dati Ufficio statistico EPT Napoli – Sistema SISTA dal sito [www.regione.campania.it](http://www.regione.campania.it)

Relativamente al movimento alberghiero ed extralberghiero degli italiani nell'anno 2007 (mesi gennaio – ottobre) si evince, rispetto allo stesso periodo nel 2006, un calo complessivo dell'1,51% per gli arrivi (- 5.649) e del 7,51% (- 68.681) per le presenze. Gli arrivi mostrano un segno negativo nei mesi di gennaio (- 17,55%), febbraio (- 10,08%), marzo (- 22,52%) ed aprile (- 10,42%). Anche le presenze registrano cali consistenti pari al 9,31% nel mese di gennaio, 12,44% nel mese di febbraio, 32,08% nel mese di marzo, 7,33% nel mese di aprile e 8,61% nel mese di Maggio.

**TAB. 2: MOVIMENTO ALBERGHIERO ED EXTRALBERGHIERO ITALIANI ANNI 2006-2007**

MOVIMENTO ALBERGHIERO - EXTRALBERGHIERO 2006-2007								
ITALIANI								
MESI	2006		2007		VARIAZIONI		%	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Gennaio	35.781	80.918	29.501	73.388	-6.280	-7.530	-17,55	-9,31
Febbraio	33.904	78.099	30.486	68.383	-3.418	-9.716	-10,08	-12,44
Marzo	48.751	122.717	37.771	83.350	-10.980	-39.367	-22,52	-32,08
Aprile	44.861	103.473	40.186	95.889	-4.675	-7.584	-10,42	-7,33
Maggio	40.164	106.171	41.844	97.030	1.680	-9.141	4,18	-8,61
Giugno	36.067	87.180	41.978	95.287	5.911	8.107	16,39	9,30
Luglio	32.102	77.392	33.371	81.546	1.269	4.154	3,95	5,37
Agosto	25.314	69.574	26.179	69.512	865	-62	3,42	-0,09
Settembre	38.788	92.746	41.630	85.017	2.842	-7.729	7,33	-8,33
Ottobre	39.595	96.349	46.732	96.536	7.137	187	18,03	0,19
Novembre								
Dicembre								
<b>TOTALI</b>	<b>375.327</b>	<b>914.619</b>	<b>369.678</b>	<b>845.938</b>	<b>-5.649</b>	<b>-68.681</b>	<b>-1,51</b>	<b>-7,51</b>

Fonte: Elaborazione propria su dati Ufficio statistico EPT Napoli

Dall'analisi del movimento alberghiero ed extralberghiero degli stranieri nell'anno 2007 (mesi gennaio – ottobre) è emerso invece, rispetto allo stesso periodo nel 2006, un andamento più rassicurante.

Gli arrivi mostrano un leggerissimo incremento complessivo dello 0,97% e le presenze dello 0,34%.

Segnali negativi si sono registrati nei mesi di gennaio (-3,44% negli arrivi), aprile (-1,21% nelle presenze), nel mese di maggio (-3,90% nelle presenze), luglio (-7,56% negli arrivi), agosto (-7,89% negli arrivi e - 1,64% nelle presenze), settembre (-8,97% negli arrivi e - 6,37% nelle presenze) e ottobre (-0,42% negli arrivi e - 3,29 nelle presenze).

**TAB. 3: MOVIMENTO ALBERGHIERO ED EXTRALBERGHIERO STRANIERI ANNI 2006-2007**

<b>MOVIMENTO ALBERGHIERO - EXTRALBERGHIERO 2006-2007</b>								
<b>STRANIERI</b>								
<b>MESI</b>	<b>2006</b>		<b>2007</b>		<b>VARIAZIONI</b>		<b>%</b>	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Gennaio	14.425	37.335	13.929	38.615	-496	1.280	-3,44	3,43
Febbraio	15.438	38.524	18.405	47.636	2.967	9.112	19,22	23,65
Marzo	23.653	63.798	27.400	65.491	3.747	1.693	15,84	2,65
Aprile	37.798	98.772	39.217	97.580	1.419	-1.192	3,75	-1,21
Maggio	42.379	109.357	44.243	105.091	1.864	-4.266	4,40	-3,90
Giugno	39.130	100.713	45.792	105.507	6.662	4.794	17,03	4,76
Luglio	50.228	108.688	46.432	113.236	-3.796	4.548	-7,56	4,18
Agosto	49.237	114.046	45.353	112.176	-3.884	-1.870	-7,89	-1,64
Settembre	52.679	117.519	47.955	110.032	-4.724	-7.487	-8,97	-6,37
Ottobre	44.297	108.324	44.110	104.758	-187	-3.566	-0,42	-3,29
Novembre								
Dicembre								
<b>TOTALI</b>	<b>369.264</b>	<b>897.076</b>	<b>372.836</b>	<b>900.122</b>	<b>3.572</b>	<b>3.046</b>	<b>0,97</b>	<b>0,34</b>

Fonte: Elaborazione propria su dati Ufficio statistico EPT Napoli

Da un confronto complessivo tra i primi 10 mesi dell'anno 2007 e quelli del 2006 appare chiaro un peggioramento dell'andamento dei flussi turistici. Gli arrivi mostrano un calo di circa 2000 turisti (pari allo 0,28%) rispetto all'anno precedente e dallo studio delle presenze si evince un calo del 3,62% (- 65.635) rispetto al 2006.

**TAB. 4: MOVIMENTO ALBERGHIERO ED EXTRALBERGHIERO ANNI 2006-2007**

<b>MOVIMENTO ALBERGHIERO - EXTRALBERGHIERO 2006-2007</b>								
<b>TOTALI</b>								
<b>MESI</b>	<b>2006</b>		<b>2007</b>		<b>VARIAZIONI</b>		<b>%</b>	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Gennaio	50.206	118.253	43.430	112.003	-6.776	-6.250	-13,50	-5,29
Febbraio	49.342	116.623	48.891	116.019	-451	-604	-0,91	-0,52
Marzo	72.404	186.515	65.171	148.841	-7.233	-37.674	-9,99	-20,20
Aprile	82.659	202.245	79.403	193.469	-3.256	-8.776	-3,94	-4,34
Maggio	82.543	215.528	86.087	202.121	3.544	-13.407	4,29	-6,22
Giugno	75.197	187.893	87.770	200.794	12.573	12.901	16,72	6,87
Luglio	82.330	186.080	79.803	194.782	-2.527	8.702	-3,07	4,68
Agosto	74.551	183.620	71.532	181.688	-3.019	-1.932	-4,05	-1,05
Settembre	91.467	210.265	89.585	195.049	-1.882	-15.216	-2,06	-7,24
Ottobre	83.892	204.673	90.842	201.294	6.950	-3.379	8,28	-1,65
Novembre								
Dicembre								
<b>TOTALI</b>	<b>744.591</b>	<b>1.811.695</b>	<b>742.514</b>	<b>1.746.060</b>	<b>-2.077</b>	<b>-65.635</b>	<b>-0,28</b>	<b>-3,62</b>

Fonte: Elaborazione propria su dati Ufficio statistico EPT Napoli

Lo studio dei flussi turistici effettuati e la necessità di un "intervento di settore" impellente hanno portato l'Ente Provinciale per il Turismo di Napoli a individuare le seguenti date di svolgimento del presente progetto (TABELLA 5):

**TAB. 5: DATE DI SVOLGIMENTO SEL PROGETO EASY NAPOLI**

MESE	giovedì	venerdì	sabato	domenica	lunedì	martedì	mercoledì
<b>MARZO</b>		14	15	16			
		21	22	23	24		
		28	29	30			
<b>APRILE</b>		4	5	6			
		11	12	13			
		18	19	20			
	24	25	26	27			30
<b>MAGGIO</b>	1	2	3	4			
		9	10	11			
		16	17	18			
		23	24	25			
		30	31				
<b>GIUGNO</b>				1	2		
		6	7	8			
		13	14	15			
		20	21	22			
		27	28	29			
<b>LUGLIO</b>		4	5	6			
		11	12	13			
		18	19	20			
		25	26	27			

## PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO

L'iniziativa partirà dal 3° week-end di Marzo fino alla fine di Luglio 2008.

L'area di interesse del prodotto è la città di Napoli e la zona dei Campi Flegrei.

## I DESTINATARI

I destinatari del progetto Easy Napoli sono esclusivamente gli operatori del settore turistico campano: agenzie di viaggio, tour operator, strutture ricettive ed anche fornitori di servizi al turismo.

Il beneficiario del prodotto, vale dire il consumatore finale, è il turista individuale, italiano e straniero.

<b>TARGET DI RIFERIMENTO</b>	<b>PRIORITA'</b>	<b>CONSUMER/TRADE</b>	<b>SEGMENTO</b>
	<b>1</b>	<b>TRADE CAMPANIA</b>	<b>AGENZIE DI VIAGGIO</b>
	<b>2</b>	<b>TRADE CAMPANIA</b>	<b>TOUR OPERATOR</b>
	<b>3</b>	<b>TRADE CAMPANIA</b>	<b>STRUTTURE RICETTIVE</b>

Il progetto nasce, infatti, per supportare l'azione di commercializzazione dell'offerta turistica cittadina svolta dagli operatori del comparto turistico campano. Essendo il turismo una risorsa di fondamentale importanza per il nostro territorio sia dal punto di vista economico, sociale che culturale è nata, in questa emergenza, l'esigenza di supportare gli operatori del settore con azioni di promozione da parte dell'EPT Napoli al fine di contribuire ad un miglioramento (sia in termini economici per l'operatore che, di conseguenza, per il turista) dell'offerta turistica.

## STRATEGIA DI MARKETING

La strategia di marketing per la promozione e la commercializzazione del prodotto Easy Napoli prevede un piano di comunicazione articolato ed efficace che perseguirà i seguenti obiettivi:

- Informare i target di riferimento;
- Costruire un'immagine identificativa del prodotto che faciliti il lancio sul mercato di riferimento;
- Promuovere e valorizzare il sistema turistico locale;
- Supportare le azioni di comunicazione di "emergenza" intraprese dalla Regione Campania anche attraverso la creazione di un nuovo strumento che contribuisca alla creazione di valore aggiunto

### Il marchio

E' stato realizzato un marchio/logotipo "Easy Napoli" per l'identificabilità del prodotto e la conseguente veicolazione dello stesso, in modo diretto ed efficace, sui principali mercati obiettivo, rispondendo anche ad un criterio di garanzia e affidabilità del prodotto.



Tale marchio risponde ai criteri di riconoscibilità, *appealing* e identificabilità.

## L'attività di comunicazione e gli strumenti adoperati

Per l'attività di comunicazione si prevede l'utilizzo, in modo combinato ed integrato, di tutte le leve del "communication mix". Le azioni, ed i relativi strumenti, saranno programmate considerando i destinatari finali:

### TRADE

- ↔ Pubblicità sulle riviste di settore (TTG Italia, Travel trade, etc) - Stampa;
- ↔ Attività di *direct marketing* attraverso l'invio della Newsletter contenente dettaglio offerta Easy Napoli utilizzando la Mailing del data base Regione Campania e dell'EPT Napoli; attività di PR
- ↔ Invio dettaglio offerta Easy Napoli alle Associazioni di Categoria (FIAVET, ASSOTRAVEL, etc) affinché diramino le informazioni ai loro associati;
- ↔ Creazione di Folder che saranno inviati agli operati del settore che commercializzeranno Easy Napoli;
- ↔ Accordi con le sedi ENIT estere affinché "dedichino" una parte del loro spazio espositivo a Easy Napoli;
- ↔ Presenza e distribuzione materiali promozionali nelle fiere di settore: BIT di Milano, ITB di Berlino, BMT di Napoli;
- ↔ Attività di PR;
- ↔ La Conferenza Stampa in cui si presenterà il progetto Easy Napoli e la creazione di press kit con il dettaglio del progetto.
- ↔ Materiale pubblicitario: creazione di *leaflet*, opuscoli informativi, locandine e altro materiale pubblicitario per l'attività di informazione.

### CONSUMER

Il web ha, data la sua valenza commerciale nel settore turistico, un ruolo strategico per la promozione del prodotto Easy Napoli attraverso

- ↔ la creazione di un sito ad hoc, in italiano ed inglese. Il sito prevede una home page contenente l'illustrazione dettagliata delle offerte Easy ed i link che consentiranno il collegamento ai siti delle aziende erogatrici dei singoli servizi/prodotti contenuti nelle offerte Easy;
- ↔ *Web advertsing* attraverso la pubblicità con banner sui principali siti di consultazione di posta elettronica (Virgilio, Katamail, Msn, Libero, etc);
- ↔ Pubblicità sui redazionali on line (Repubblica e Corriere);
- ↔ Pubblicità sulle riviste di settore (Viaggi di Repubblica, Dove, Traveller, etc) - Stampa;
- ↔ Attività di PR
- ↔ Materiale pubblicitario: creazione di *leaflet*, opuscoli informativi, locandine e altro materiale pubblicitario per l'attività di informazione.

## RISULTATI ATTESI

I benefici attesi dall'implementazione del progetto Easy Napoli sono riconducibili innanzitutto al rafforzamento dell'attrattività della città di Napoli nel suo complesso, sul mercato turistico italiano ed estero, attraverso la valorizzazione delle peculiarità e degli elementi di attrattiva presenti sul territorio cittadino.

L'incentivazione di forme di cooperazione ed aggregazione tra gli *stakeholder* impegnati nella realizzazione dell'iniziativa condurrà, inoltre, ad un significativo miglioramento della qualità e della modernizzazione dell'offerta turistica locale.

Le azioni previste dal presente progetto consentiranno il miglioramento della posizione competitiva del territorio partenopeo e contribuiranno allo sviluppo complessivo del territorio cittadino.

In relazione al mercato estero il progetto si propone di arrestare la caduta vertiginosa che si è manifestata nell'anno 2007. Si punta, inoltre, ad aumentare le presenze nella città di Napoli, durante l'anno 2008, di circa 20.000 turisti.

## MONITORAGGIO

Durante il periodo di realizzazione del progetto l'EPT Napoli valuterà l'efficacia dell'iniziativa, monitorando tutti gli aspetti legati al numero di iniziative avviate, etc. Tali dati saranno importanti sia per l'organizzazione di eventuali progetti promozionali successivi sia per la programmazione regionale in materia.

Al termine delle iniziative sarà svolta un'attività di *follow up* allo scopo di valutare i risultati conseguiti. Il progetto Easy Napoli dovrà apportare valore aggiunto al "prodotto turistico Napoli" attraverso obiettivi commerciali, contatti intrapresi, pubblicità ed immagine della *destination* Napoli.

L'attività di *follow up* di "Easy Napoli" consentirà di valutare sia l'efficacia dello strumento promozionale ideato e realizzato dall'Ente provinciale del Turismo di Napoli sia di rilevare il grado di soddisfazione dei turisti, che, giunti a Napoli nel periodo marzo – luglio 2008, usufruiranno del prodotto turistico Easy.