

Relazione a fini statistici, sulla attività di Fierashow nell'ambito della organizzazione della Manifestazione CACCIA VILLAGE



Al termine della manifestazione Caccia Village 2019, AC Company, società tutta nuova di gestione dell'evento, ha inteso proseguire la tradizione di proporre una relazione contenente dati, informazioni e considerazioni dell'evento fieristico. La nostra volontà è quella di relazionare su aspetti non direttamente conosciuti dalle aziende, utili, unitamente alle sensazioni dirette ottenute, a verificare la bontà del lavoro da noi svolta, prima e durante l'evento.

Ulteriori approfondimenti di dati, se disponibili, possono essere richiesti alla segreteria AC Company, attraverso l'email castellani.fiere@gmail.com.

LA CONTINUITA'

La nuova società di gestione dell'evento Caccia Village, è a tutti gli effetti, la continuazione di un'attività realizzata per molti anni, nei quali si sono accumulate un grande bagaglio di esperienze, fatte valutazioni, risolte criticità e migliorati tutta una serie di aspetti, a favore del pubblico, delle aziende e dello spettacolo. Continuità garantita anche la logo innovato per una maggior freschezza d'immagine negli anni precedenti e consolidato nell'edizione 2019.

Le valutazioni strutturazione positiva del 2018 hanno portato in questa edizione a migliorare la situazione espositiva generale con particolare riferimento ad una organizzazione ancor migliore dell'area vendite, che ha portato alla realizzazione di una imponente tensostruttura, all'interno della quale sono stati ospitati tutti gli stand delle vendite, lasciando una superiore capacità di movimento e fruibilità agli altri padiglioni prettamente espositivi. Le esperienze maturate in precedenza hanno permesso di valutare l'importanza della libera circolazione degli spettatori all'interno della fiera lasciando per questa opportunità alla libera circolazione tutta l'area antistaste ai padiglioni 7, 8 e 9; sulla stessa area e quindi in posizione centrale nel quartiere fieristico si è gestita la ristorazione con grande capacità di erogazione pasti.

I padiglioni 7, 8 e 9 sono stati abilitati alla medesima potenzialità di accoglimento delle armi in esposizione, osservando per tutti, i disposti delle Autorità di sorveglianza armata e videosorveglianza di sicurezza. Ciò ha permesso una migliore distribuzione degli espositori con beneficio sullo spostamento del pubblico e la fruizione dei propri specifici interessi.

A seguito degli apprezzamenti degli anni precedenti, Caccia Village ha dato anche continuità al lato culturale e tecnico formativo, organizzando eventi, di presentazione libri e consolidando percorsi di formazione, sia sulle tecniche di caccia e sulla sicurezza che sulla tecnica armiera, nei quali sono intervenuti esperti e consulenti tra i più apprezzati nel panorama internazionale. Il successo di questi percorsi formativi è stato decisamente elevato e questo consentirà di ampliare tale tipo di offerta negli anni a venire.

ATTIVITA' PRE - EVENTO

Le attività pre-evento, come sempre sono iniziate con largo anticipo, rispetto alle date della manifestazione, in particolare per tutti gli aspetti comunicativi ed autorizzativi e tutte le attività si sono svolte al meglio sino a giungere a ridosso della manifestazione.

Campi di tiro a volo temporanei

L'edizione del 2019 ha visto una nuova location per i campi da tiro, posti altra area agricola, a pochissima distanza dalla fiera, facilmente raggiungibile sia con le navette che a piedi. Le aziende che da anni usufruiscono delle linee di tiro per far provare sul campo direttamente le armi hanno continuato nella loro adesione che anzi si è rafforzata con Browning che ha dedicato una sua linea specificatamente alla prova del suo calibro 16.

Comunicazione dell'evento

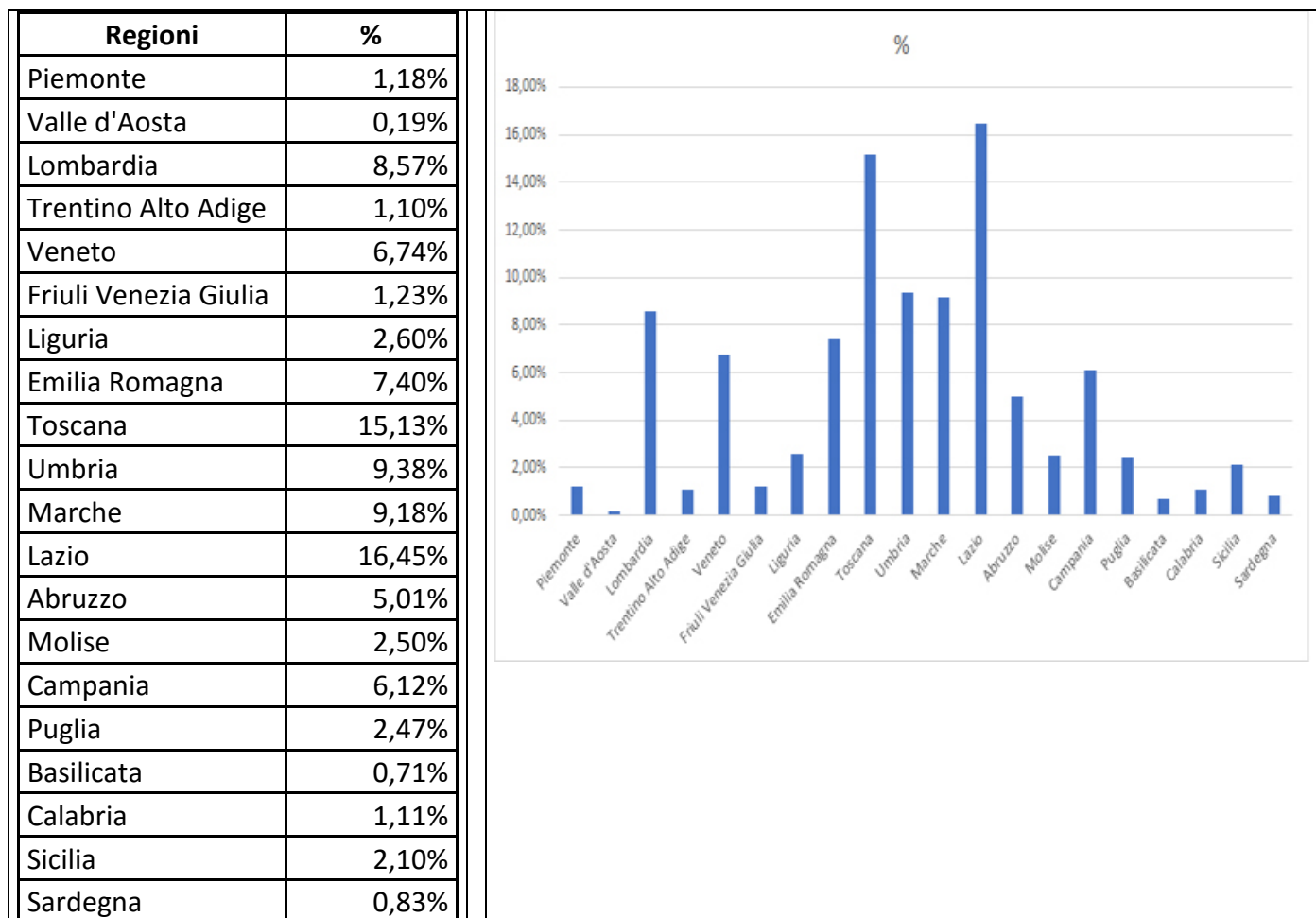
Anche quest'anno Caccia Village si è attivata con tutti i canali già utilizzati negli anni precedenti e che avevano fornito riscontro positivo nel contatto e nell'informazione degli appassionati.

TV – sono stati attivati numerosi passaggi pubblicitari nella principale TV che si occupa di caccia, il canale 235 della piattaforma satellitare SKY "Caccia & Pesca". I passaggi pubblicitari sono stati ripetuti per più volte al giorno a partire da un mese prima dell'evento. Ulteriori attività di informazione Tv sono state attivate su televisioni locali e interregionali.

Rete Internet – la rete internet raccoglie sempre più successo per acquisire informazioni da parte del pubblico di Caccia Village. Proprio per questo il sito ufficiale della manifestazione è stato potenziato sia nella erogazione di tutte le informazioni di servizio, che nella disponibilità in apposita sezione, di dare voce alle aziende, con tutte le loro notizie sulle attività svolte durante la manifestazione e le novità presentate. Grazie alle funzionalità del sito si sono potute acquisire tutte le prenotazioni per i corsi di formazione predisposti durante la manifestazione. Il sito internet ha consentito anche lo scaricamento delle riduzioni, utili allo snellimento delle file in prossimità delle casse.

Al fine di potenziare la diffusione dell'informazione e la visibilità del sito di Caccia Village sono stati raggiunti accordi con i principali portali internet a tema venatorio e tiravolistico che hanno ospitato banner con link diretto su www.cacciavillage.it. Gli accessi registrati nel sito internet nel periodo febbraio – maggio sono stati decisamente interessanti con un numero di click pari ad 83.754 (entro il 12 maggio) di cui circa il 40% giunti da banner e i restanti da motori di ricerca,

segnale molto positivo che ci dà la misura del livello di conoscenza che Caccia Village ha raggiunto in questi anni.



Dopo le esperienze positive degli anni precedenti, si è ripetuta l'azione promozionale anche sui social network con campagne promozionali specifiche che informavano sulle principali attività del contenitore fieristico. A seguito di specifica valutazione Marketing sono stati interessati massicciamente facebook ed in maniera minore istagram.

Stampa/Riviste – proseguita sulla scia dell'anno precedente la collaborazione con le principali riviste di settore e quelle istituzionali delle associazioni venatorie e del tiro con la presenza di pagine pubblicitarie. Alle riviste e quotidiani locali sono stati forniti comunicati stampa in avvicinamento all'evento.

Diffusione di biglietti riduzione – Sono stati distribuiti con raggio dalla sede della manifestazione di 150/200 chilometri alcune decine di migliaia di biglietti riduzione in tutti i luoghi di interesse (es.

armerie o tiri a volo e a segno) o luoghi di aggregazione ove la presenza degli appassionati è conclamata. Politiche di diffusione dei biglietti riduzione sono state realizzate anche grazie alla fattiva collaborazione delle associazioni venatorie e del tiro che hanno avuto di farlo capillarmente ai verso i propri iscritti, anche di sedi lontane. Attività analoga è stata svolta anche dai membri del Club Calibro 16 con le loro delegazioni regionali.

Manifesti – Caccia Village è stata attiva con la diffusione su varie città del Centro Italia manifesti di dimensioni varie e locandine in formato A4 poste in punti di aggregazione ed interesse.

ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE DURANTE L'EVENTO

Nel corso dei tre giorni della manifestazione l'Ufficio Stampa si è occupato di produrre comunicati stampa per i quotidiani locali e per tutti network precedentemente contattati. Presenti numerose televisioni, partire dalla massiccia presenza di Caccia & Pesca TV, che hanno documentato in tutti i giorni la moltitudine di eventi sottoponendoli agli.

DATI DELLA MANIFESTAZIONE

Area Padiglioni e area di pertinenza

1. Espositori presenti: **330** Distribuiti nei padiglioni 7,8,9, nella tensostruttura adibita alle vendite ed all'interno del Centro Congressi.
2. Persone che hanno realizzato la loro presenza nei tre giorni presso il centro fieristico
 - a. Personale professionale impiegato (organizzatore, sicurezza, vigilanza armata, personale di cortesia, allestimento, personale di proprietà dell'immobile fieristico): **74**
 - b. Persone accedute alla manifestazione su invito degli espositori: **215**
 - c. Persone accedute alla manifestazione su invito dell'organizzatore o come forza dell'ordine non comandata in servizio ma presente per ragioni di interesse personale (Enti vari, Istituzioni, Mostre cinofile, agility, tiro con l'arco): **311**
 - d. Visitatori acceduti alla manifestazione con vario titolo (biglietto pieno, biglietto riduzione, sconto gruppi, sconto bambini, sconto Club Calibro 16): **34.215**
 - e. Giornalisti, fotoreporter, operatori TV e Web TV accreditati: **91**

- f. Invitati speciali per attività seminariali e premiazioni: **115**
 - g. Altri: **11**
3. Attività seminariali e/o dimostrative realizzate:
- a. Cinofilia: **4**
 - b. Seminari scientifici e faunistici: **5**
 - c. Seminari tecnici: **13**
 - d. Seminari con presentazioni aziendali di prodotto: **4**
 - e. Presentazione Libri: **1**
 - f.
4. Opera Venandi assegnate: **5**

Alla manifestazione sono intervenuti numerosi politici ed ha portato il suo saluto il Presidente della Commissione Europea Tajani, che ha rilasciato interviste proposte sui TG nazionali.

AREA CAMPI DI TIRO A VOLO TEMPORANEI

1. Personale di servizio impiegato (TAV Piancardato, organizzazione, sicurezza, servizio medico, personale delle aziende: **63**)
2. Linee di tiro attive: **12** di cui una doppia per esibizione di testimonial Benelli e Browning
3. Aziende titolari delle linee di tiro - **Benelli - Beretta - Franchi - Fausti – Rizzini – Winchester – Browning - TAV Piancardato (Armi Iron, Benelli, Franchi)**
4. Armi in azione presso i campi di tiro: **41**
5. Munizioni sparate durante la manifestazione: **47.000 circa**
6. Appassionati acceduti al tiro durante la manifestazione: **4.500 circa** (durante gli orari di punta corrisposti anche con la esibizione di Davide De Carolis e Raniero Testa, un buon numero di appassionati non è riuscito ad accedere all'esercizio del tiro ma sono stati solo in grado di guardare coloro che lo stavano esercitando).

STRUTTURAZIONE DEI DATI DI ACCESSO ALLA MANIFESTAZIONE

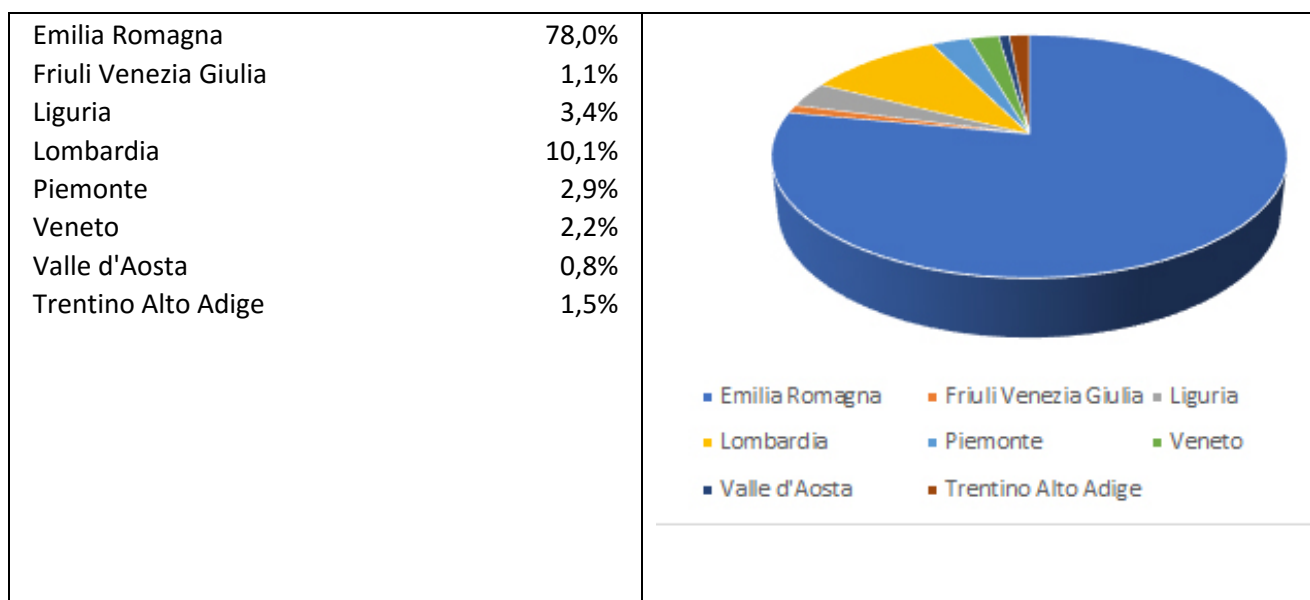
Regionalizzazione

Regioni di provenienza delle presenze in fiera: **20**

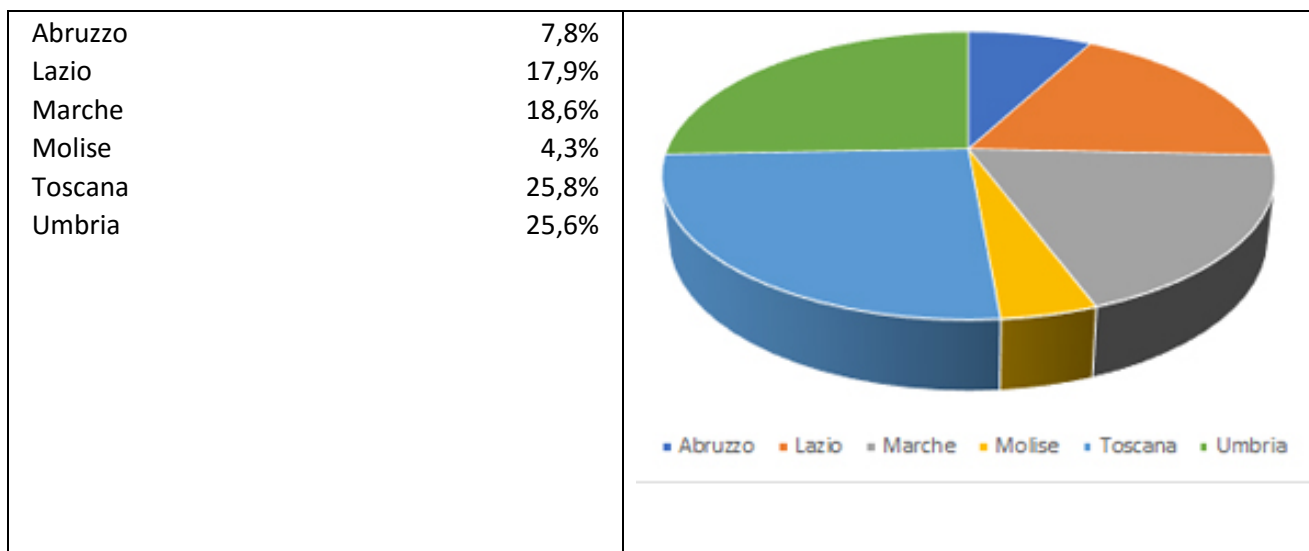
Macroaree di provenienza:

- Nord Italia: **7,9%**
- Centro Italia: **77,9%**
- Sud Italia: **14,2%**

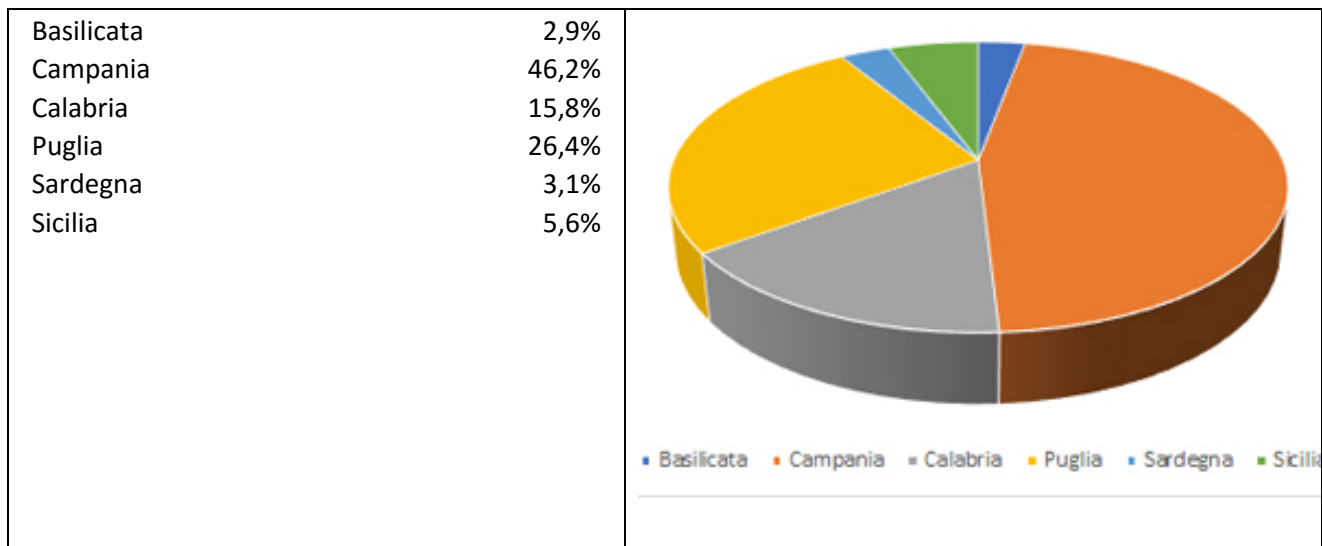
Nord Italia: 7,9% del totale



Centro Italia: 77,9% del totale



Sud Italia ed Isole: 14,2% del totale



DISTRIBUZIONE VISITATORI PER GIORNI

Venerdì:

Presenze: **5.108**

Sesso dei visitatori (*): **86,7% Maschi – 13,3% Femmine**

Sabato:

Presenze: **16.508**

Sesso dei visitatori (*): **87,5% Maschi – 12,5% Femmine**

Domenica:

Presenze: **13.907**

Sesso dei visitatori (*): **81,7% Maschi – 18,3% Femmine**

(*) - stima comparata su fotogrammi rilevati dall'alto della biglietteria ogni 15 minuti.

INDAGINI CAMPIONE SULL'INTERESSE DEI VISITATORI

(Campione di indagine 800 persone)

Caccia Village come lo scorso anno ha attivato un sistema App su SmartPhone con scaricamento dati in tempo reale, utilizzato da addette del personale di cortesia, che durante i tre giorni della manifestazione hanno intervistato con alcune semplici domande per pure finalità di Marketing. Questi i quesiti posti erano i seguenti:

- 1) Motivo principale di accesso alla fiera - dichiarazione di interesse univoco
- 2) Fascia di età
- 3) Durata della permanenza in fiera
- 4) Perché hai scelto il venerdì
- 5) Perché hai scelto il sabato
- 6) Perché hai scelto la domenica

1° Domanda

Motivo principale di accesso alla fiera - dichiarazione di interesse univoco

Solo caccia: **72,4%**
Solo tiro: **15,2%**
Solo arma corta: **9,1%**
Solo pesca: **2,1%**
Solo outdoor: **0,7%**
Solo softair: **0,5%**

2° Domanda

Fascia di età

Anni 18-30: **20,5%**
Anni 31-40: **17,1%**
Anni 41-50: **23,1%**
Anni 51-60: **20,2%**
Anni 61-70: **13,7%**
Anni oltre 70: **5,4%**

3° Domanda

Durata della permanenza in fiera

(la domanda è stata posta solo nelle giornate di sabato e domenica nelle quali l'apertura è avvenuta dal mattino al pomeriggio)

Solo mattina: **18,4%**
Solo pomeriggio: **20,4%**
Giornata intera: **61,2%**

4° Domanda

Perché hai scelto il venerdì

Esclusivamente per mia disponibilità: **14,5%**
Per visionare al meglio i prodotti: **54,7%**
Per godermi la fiera con gli amici: **13,9%**
Per poter venire con la famiglia: **16,9%**

5° Domanda

Perché hai scelto il sabato

Esclusivamente per mia disponibilità: **6,5%**

Per visionare al meglio i prodotti: **9,6%**

Per godermi la fiera con gli amici: **69,4%**

Per poter venire con la famiglia: **14,5%**

6° Domanda

Perché hai scelto la domenica

Esclusivamente per mia disponibilità: **12,1%**

Per visionare al meglio i prodotti: **24,2%**

Per godermi la fiera con gli amici: **41,4%**

Per poter venire con la famiglia: **22,3%**

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

L'edizione 2019 di Caccia Village è stata una edizione ove si sono messe a frutto molte delle esperienze maturate nelle precedenti edizioni. In particolare si era rilevata la forte attenzione degli appassionati verso gli approfondimenti tecnici e su questa base l'organizzatore si orientato per portare soddisfazione. Sono stati individuati specifici temi e su di essi individuati esperti in grado di effettuare una divulgazione di elevata efficienza.

L'analisi delle presenze del pubblico ha portato ad evidenziare un elevato livello di fidelizzazione, con una elevata percentuale di persone che soddisfatte dalle edizioni precedenti sono tornate a popolare i padiglioni di Umbria Fiere. Una tendenza rilevata che è decisamente da evidenziare è l'aumento degli appassionati che sono arrivati dalle regioni del nord Italia, in numero decisamente maggiore rispetto alle precedenti edizioni.

La consueta organizzazione delle associazioni venatorie ad organizzare pullman, comporta una massiccia presenza del pubblico nella giornata del sabato, pubblico questo molto ricco di appassionati e meno con famiglie al seguito, mentre la domenica tale tendenza si attenua in favore delle famiglie.

Dati alla mano è divenuta sempre più interessante la giornata del venerdì scelta da coloro che abitano ad un massimo di 100 km dal quartiere fieristico. La facile raggiungibilità della manifestazione ed il ridotto tempo per raggiungerla inducono molti appassionati a frequentare Caccia Village il venerdì pomeriggio, giorno nel quale è più semplice approfondire le tematiche con gli espositori dei prodotti.

Il Presidente
Dott. Andrea Castellani