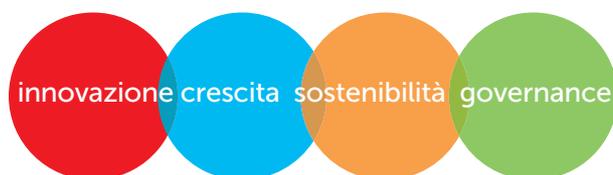


APT / 2019 I° SEMESTRE 2020

Piano delle attività
dell'Agenzia di Promozione
Territoriale della Basilicata



Il Piano delle attività dell’Agenzia di Promozione Territoriale della Basilicata per il 2019 e il I° semestre del 2020, in continuità con la programmazione del biennio 2017-2018, muove su tre nuclei strategici fondamentali e 5 linee di azione funzionali a perseguire concretamente la visione che anima il lavoro dell’APT, ovvero quella di **fare della Basilicata un punto di riferimento per i viaggiatori italiani e stranieri che cercano bellezza e che desiderano vivere un’esperienza turistica di qualità e sostenibile**.

Il Piano 2019-20 vede lo sviluppo turistico come *driver* fondamentale per il benessere economico e sociale della Basilicata, un motore capace di generare coesione sociale e allo stesso tempo di contribuire ad affermare l’identità culturale delle nostre città, dei paesi e dei territori, tutti insieme, anche quelli apparentemente secondari rispetto a destinazioni turistiche accorsate.

In questa prospettiva di sviluppo, il Piano individua azioni in grado di sostenere, insieme all’alto livello delle proposte turistiche, anche la qualità e il dinamismo dell’intera filiera delle attività e dei servizi a queste connessi, nella consapevolezza che le sfide che attendono la Basilicata per un posizionamento di rilievo nel panorama dell’offerta turistica nazionale possano essere affrontate e vinte solo con un grande lavoro collettivo, trasversale e intersettoriale, che veda tutti impegnati, istituzioni, operatori, *stakeholder*, cittadini, verso un comune obiettivo: **l’offerta turistica della nostra regione deve valorizzare l’immenso patrimonio culturale, materiale e immateriale, di cui dispone**, ponendo al centro la qualità e la sostenibilità dell’offerta turistico-culturale e dei servizi. Una sfida che il 2019 rende ancor più stringente, visto il ruolo che la Basilicata con Matera Capitale europea della cultura è chiamata a svolgere.

Il Piano 2019-20, in accordo con le *Linee guida* del Piano turistico regionale, va con decisione in questa direzione nella consapevolezza che i comparti dell’esperienza turistica e culturale siano i principali fattori di attrattività e riconoscibilità per il nostro Paese e quindi possono rappresentare per la Basilicata, con Matera Capitale europea della cultura per il 2019, un volano straordinario: nello scenario dei trend a livello globale aumenta considerevolmente l’interesse per “destinazioni nuove”, luoghi da scoprire per viaggi e vacanze sempre più esperienziali; prodotti personalizzati prevalgono su quelli standard e il cliente si orienta con favore crescente su proposte che vedono al centro esperienze coinvolgenti e memorabili (*entertainment, educational, active, aesthetic, bioenergetic*).

Uno scenario competitivo in cui l’innovazione tecnologica gioca un ruolo fondamentale: è sul web che la maggioranza dei consumatori decide e organizza il viaggio e la vacanza, con percentuali altissime se si guarda ai cosiddetti “Millennial”, persone nate tra il 1980 e il 2000, che costituiscono il target prioritario del sistema turistico (nel 2025 rappresenteranno la metà di tutti i viaggiatori a livello mondiale). Sono loro a ritenere il viaggio e la vacanza un ingrediente indispensabile della vita e a mostrare grande interesse per le specificità dei territori (enogastronomia, tradizioni, artigianato, design, ecc...).

L’affermazione dell’identità turistica della Basilicata passa anche attraverso azioni strutturali di promozione integrata, con tematismi e itinerari capaci di coinvolgere regioni limitrofe e altre realtà territoriali del nostro Paese in azioni di *governance* partecipata e “linkbuilding” utili a valorizzare nuove destinazioni e turismi.



A. Competitività

Il primo nucleo strategico attiene al consolidamento e al rafforzamento delle relazioni esterne con gli operatori della domanda turistica organizzata (tour operator, agenzie incoming, associazioni, ecc.) attraverso la partecipazione a fiere di settore, workshop BtoB, missioni di contatto, organizzazione di educational tour, anche in co-partnership con le strutture dipartimentali regionali.

B. Turista al centro

Il secondo nucleo strategico è focalizzato sui desideri e le necessità del turista del nuovo millennio, ponendolo al centro di un'offerta dedicata che ne intercetti pienamente desideri ed esigenze nella consapevolezza di dover interpretare gusti e tendenza in costante cambiamento, con l'idea di avvicinarsi idealmente al consumatore con offerte dirette, "uno a uno". A tale scopo l'APT intende adottare sia mezzi di comunicazione e reti di relazione consolidate, come l'organizzazione di eventi destinati al pubblico (anche in co-partnership con altri organismi e stakeholder quali la Lucana Film Commission, GAL, Fondazione Matera- Basilicata 2019, Uffici regionali, ecc), sia piattaforme e nuovi mezzi digitali (attività sui canali social, applicazioni dedicate, azioni di web-marketing, ecc).

C. Basilicata smart

Il terzo nucleo strategico riguarda la comunicazione, in particolare gli aspetti legati alla presentazione e narrazione della Basilicata che dovrà prediligere sempre più i canali digitali proponendo prodotti di qualità. Lo scenario attuale, infatti, in linea con l'evoluzione digitale e le trasformazioni del mercato, implica radicali innovazioni capaci di traghettare rapidamente la Basilicata verso un sistema turistico strutturato, accessibile, accogliente e organizzato.



1. Innovazione e integrazione dell'offerta turistica

Promuovere la valorizzazione integrata delle aree strategiche, dei prodotti e delle destinazioni turistiche emergenti.

Ampliare, innovare e diversificare l'offerta turistica.

2. Crescita della competitività del sistema turistico

Digitalizzazione dell'offerta turistico-culturale e proposte di comunicazione integrata.

Crescita della cultura dell'ospitalità, sviluppo e qualificazione delle imprese del settore.

3. Sviluppo marketing per aumentare l'attrattività

Azioni di marketing per accrescere l'attrattività del brand Basilicata diversificando e ampliando i mercati di riferimento.

Rafforzamento della digitalizzazione dei servizi di informazione e promozione.

4. Governance efficiente e partecipata

Favorire la gestione integrata e partecipata dell'offerta turistica.

Orientare le scelte degli operatori verso sostenibilità e innovazione.

Accrescere l'informazione, l'aggiornamento e la disponibilità dei dati turistici.

5. Promozione e fruizione del patrimonio naturale e culturale

Promuovere la diffusione della conoscenza e della fruizione del patrimonio naturale e culturale al fine di incrementare l'attrattività del patrimonio esistente sostenendo la fruizione integrata delle risorse e la promozione di nuove destinazioni turistiche. Favorire la destagionalizzazione dei flussi e l'inserimento delle destinazioni turistiche nei circuiti di offerta nazionali ed internazionali.

Promuovere la valorizzazione integrata delle aree strategiche, dei prodotti e delle destinazioni turistiche emergenti. Ampliare, innovare e diversificare l'offerta turistica.



Denominazione	Basilicata nella storia e nel mito
<p>Con il progetto “Basilicata nella storia e nel mito” l’APT intende dare impulso ad uno degli <i>asset</i> più importanti in termini di potenzialità attrattive della Basilicata, quello dell’archeologia. Sebbene musei e aree archeologiche connotino l’intera regione, permane l’esigenza di un piano di valorizzazione complessivo che accenda i riflettori del turismo internazionale sulla storia antica della nostra regione, connettendosi anche alle regioni vicine, sia da un punto di vista geografico che sul terreno dei contenuti (Campania, Puglia, Calabria e Sicilia); un piano che può portare allo sviluppo di nuove polarizzazioni attrattive che coinvolgano anche i territori interni.</p> <p>Con la creazione di un’offerta turistica dedicata, la realizzazione di prodotti editoriali specifici, con applicazioni interattive, elementi di informazione coordinata, mostre ed eventi di respiro internazionale, l’APT intende avviare un’azione strutturata di valorizzazione del patrimonio archeologico della Basilicata.</p>	
Risorse	€ 200.000,00



Creative Contest

Denominazione	IULM – Creative Contest
<p>Il progetto è distribuito su due annualità 2018 e 2019 e si basa su una prima fase di attività svolta in collaborazione con IULM – Università di Lingue e Comunicazione di Milano. Questo primo step, conclusosi nel mese di ottobre 2018, ha visto la realizzazione di un <i>contest</i> interno al master di Social Media Marketing e Digital Communication di cui APT Basilicata è partner. Dal lavoro dei partecipanti al Master, orientato all’ascolto della rete sulla Basilicata turistica, scaturirà una piattaforma analitica che costituirà le linee guida di posizionamento per una <i>call</i> agli operatori della comunicazione presenti nell’albo fornitori APT, al fine di produrre idee creative per la comunicazione integrata nel 2019-20.</p> <p>La fase successiva prevede la composizione del gruppo di lavoro di esperti (tra cui docenti IULM), la relativa redazione delle linee guida operative e la conseguente emissione della <i>call</i>.</p>	
Risorse	€ 35.000,00



Denominazione	Basilicata con gusto
<p>Il progetto di valorizzazione degli itinerari paesaggistici ed enogastronomici della regione sarà ideato e realizzato in collaborazione con il Dipartimento Politiche Agricole e Forestali della Regione Basilicata, Alsia e associazioni di settore. La proposta mira a creare un’offerta strutturata che valorizzi appieno il turismo rurale proponendo itinerari tematici organizzati per offrire ospitalità, percorsi di degustazione o altre iniziative di interesse turistico.</p> <p>AZIONI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prosecuzione e rafforzamento dell’attività di collaborazione con le organizzazioni territoriali e di categoria per azioni di co-marketing e comunicazione su eventi del gusto, sia in Basilicata che sul territorio nazionale e internazionale. 	
Risorse	€ 90.000,00

**Digitalizzazione dell'offerta turistico-culturale e proposte di comunicazione integrata.
Crescita della cultura dell'ospitalità, sviluppo e qualificazione delle imprese del settore.**

Il Piano pone particolare attenzione alle attività rivolte ad accompagnare processi di segmentazione e qualificazione dell'offerta territoriale e alla loro comunicazione e promozione volta a declinare, a partire da Matera, le destinazioni e le risorse attrattive della Basilicata turistica. Nel le annualità 2019-20 si opererà in continuità rispetto agli anni precedenti valorizzando le migliori esperienze con l'obiettivo di consolidare i risultati conseguiti nel 2018 e accrescere la competitività del territorio della Basilicata sotto il profilo turistico. Lo scopo è quello di favorire lo sviluppo dell'identità turistica della Basilicata nella consapevolezza di dover operare partendo da Matera, Capitale Europea per la Cultura 2019, attrattore per eccellenza dell'intero territorio regionale.

In quest'ottica, partendo dalla Città dei Sassi, si punterà alla promozione di tutta la Basilicata (Maratea, Pollino, Metapontino, Potenza e Dolomiti Lucane, Vulture Melfese, Val d'Agri) rafforzando e valorizzando le tante proposte turistiche che la regione può offrire, declinandole tematicamente e creando utili interconnessioni.

Lo scopo è quello di mettere a valore ogni singola realtà in un'ottica di "rete", creando molteplici occasioni di viaggio in Basilicata che vedano coinvolte anche le aree interne e le destinazioni al momento meno accorsate ma dove insistono grandi attrattori, eventi culturali, enogastronomici e sportivi, tradizioni, aree verdi e località balneari, feste religiose, un patrimonio da interconnettere. Si punterà così alla costruzione di prodotti che accorpino i temi di interesse già individuati, con proposte tematiche specifiche che riguardino le voci *Family, Outdoor, Glamour, B&B Quality, Saperi, Cicloturismo, Walking, Turismo scolastico, Accessibilità*.

Il risultato finale sarà la declinazione del prodotto Basilicata in una serie di itinerari che partono da Matera per proseguire verso le altre mete turistiche della regione. Tali prodotti saranno promossi e resi vendibili attraverso i canali web grazie all'apporto dell'offerta privata degli operatori turistici della regione.



Denominazione	BTWIC 2019
<p>BTWIC è un progetto di formazione e sensibilizzazione sulle evoluzioni culturali e tecnologiche della rete nel settore turistico che, dal 2012, si rivolge a operatori, scuole, istituzioni e mondo della comunicazione. Il lavoro svolto in questi anni è stato essenzialmente orientato a stimolare la creazione di una <i>smart-community</i> Basilicata che avesse come obiettivo principale il miglioramento della <i>web reputation</i>.</p> <p>L'evento si articola in un appuntamento annuale – che nel 2019 giungerebbe alla sua 8^a edizione – e vari altri appuntamenti sul territorio che, in molte occasioni, vengono richiesti da Comuni, organizzazioni locali, scuole ecc...</p>	
Denominazione	BTO 2019 e altri eventi
<p>A completamento dei percorsi di formazione in Basilicata vi è l'attività di partecipazione ad eventi nazionali e internazionali a cui l'APT partecipa coordinando la delegazione della Basilicata che, negli ultimi anni, ha visto protagonisti operatori turistici, scuole e istituzioni. BTO – Buy Tourism Online a Firenze è uno dei principali appuntamenti di settore, con cui APT ha collaborato negli anni attivando la crescita sia delle iniziative in loco (es. Btwic) che della consapevolezza e della conoscenza delle evoluzioni del web in campo turistico.</p> <p>A tali eventi la Basilicata partecipa per promuoversi come destinazione ma anche per acquisire contemporaneamente nuove competenze derivanti dalla frequentazione di seminari ed appuntamenti su temi specifici.</p>	
Risorse	€ 30.000,00



Denominazione	Basilicata per tutti
<p>Il progetto, incentrato sul turismo accessibile, mira a trasformare la cultura dell'accessibilità e sostenibilità in un punto di forza, un elemento di eccellenza del sistema turistico della nostra regione, adottando in pieno la Convenzione ONU sui diritti delle persone con disabilità ratificata dall'Italia nel 2009. In questo senso, l'Agenzia intende adoperarsi per elaborare azioni ed interventi finalizzati a diffondere la cultura dell'accessibilità, verso comunità locali ed operatori, e allo stesso tempo diffondere la conoscenza di itinerari e percorsi accessibili della Basilicata, mediante un'azione comunicativa dedicata.</p> <p>Azioni: incontri formativi e di approfondimento su normative e buone pratiche; realizzazione prodotti di comunicazione dedicati (pagine web, guide, video) e partecipazione ad eventi di settore.</p>	
Risorse	€ 50.000,00

**Azioni di marketing per accrescere l'attrattività del brand Basilicata diversificando e ampliando i mercati di riferimento.
Rafforzamento della digitalizzazione dei servizi di informazione e promozione.**

Le attività di promozione hanno l'obiettivo generale di migliorare le performance turistiche e raggiungere quote di mercato più consistenti mediante azioni specifiche nei mercati che mostrano maggiore potenzialità e sensibilità verso le tipologie di offerta turistica della Basilicata. L'ufficio marketing promuove le destinazioni turistiche sul mercato italiano e sui mercati esteri anche attraverso la partecipazione a fiere di settore, insieme agli operatori del turismo lucano, al fine di ampliare e consolidare l'offerta turistica.

La programmazione degli eventi e delle attività di marketing pone al centro Matera Capitale Europea della Cultura 2019 e individua azioni volte ad accrescere la promozione dell'immagine di Matera e della Basilicata anche attraverso la promozione e la divulgazione degli eventi in programma nel 2019 al fine di contribuire al consolidamento e al posizionamento strategico di Matera e dell'offerta turistica della Basilicata.

Le iniziative e le manifestazioni per la promozione turistica e l'attrattività del territorio lucano saranno realizzate con il coinvolgimento della Fondazione Matera-Basilicata 2019 e attraverso l'ufficio internazionalizzazione della regione Basilicata.

Si confermano "paesi obiettivo" per il 2019-20 la Francia, l'Inghilterra, la Germania e gli Stati Uniti, cui si aggiungono i paesi Scandinavi, l'Austria e la Spagna. Per quel che riguarda l'Italia, l'obiettivo è di non perdere quote di mercato sia sui mercati di prossimità (con campagne mirate in Puglia e Campania) sia nei contesti dove va crescendo l'interesse per la Basilicata a partire da Roma e dal Lazio, da Milano e dalla Lombardia, dove si consoliderà la presenza di APT con iniziative specifiche.



Partecipazione alle principali borse e fiere turistiche nel 2019

Sono state individuate le manifestazioni turistiche, gli eventi nazionali e internazionali, le fiere di settore, nazionali e internazionali, i workshop ai quali partecipare nel 2019, riservandosi di integrare successivamente altre manifestazioni di interesse strategico.

- BIT- Borsa Internazionale del Turismo - Milano
- BMT – Borsa Mediterranea del Turismo - Napoli
- TTG- Rimini
- ITB – Internationale Tourismus Borse – Berlino
- WTM – World Travel Market - Londra
- BUY Puglia
- BMTA
- CMT
- Ferienmesse
- Turismo e outdoor festival
- Altre Fiere di settore definite al termine di consultazioni con gli operatori turistici nonché con altre istituzioni pubbliche come, ad esempio, il Dipartimento alle Politiche Agricole e Forestali.

Risorse

€ 500.000,00

Organizzazione di Educational Tour e Press Tour

Asse strategico dell'attività di promozione e comunicazione per APT Basilicata è quello relativo ai *fam trip* che l'ufficio marketing supporta e organizza in maniera costante durante tutto l'anno. Si tratta di una attività che coinvolge a vario titolo diversi uffici dell'Agenzia in collaborazione tra loro, orientati all'organizzazione logistica, alle pubbliche relazioni, ai rapporti con istituzioni nazionali (sedi ENIT italiana ed estere), con *tour operator* locali, nazionali e internazionali, redazioni giornalistiche e programmi televisivi ecc... Attività che, nel rapporto costi/benefici, si attesta come una delle migliori azioni di promozione dell'APT.

Ciò premesso, in vista del 2019 si prospetta un'auspicabile crescita della richiesta di TO, *influencer* e *stakeholder*, ed appare dunque utile strutturare le azioni di tale settore anche avvalendosi di professionalità esterne a supporto dell'ufficio interno addetto al servizio, con buone conoscenze di marketing territoriale e comunicazione integrata, oltre che di particolare esperienza dei sistemi di relazione nel mondo del *travel* italiano ed estero, in particolare nel BtoB oltre che nel BtoC.

Azioni

Organizzazione di Educational Tour destinati ad operatori turistici italiani e stranieri;

- Organizzazione di Press Tour destinati a giornalisti, *opinion leaders* italiani e stranieri (carta stampata, web, radio e tv) sia generalisti che di settore specializzati quali enogastronomia, outdoor, sport & benessere, luxury.

Risorse

€ 75.000,00

Azioni di internazionalizzazione

- Organizzazione di missioni di contatto e workshop nei paesi obiettivo in accordo con gli operatori turistici e reti di privati;
- Organizzazioni di eventi promozionali (anche in collaborazione con Enit, Istituti Italiani di cultura all'estero e Ambasciate; Ufficio Internazionalizzazione Basilicata e Commissione regionale dei Lucani nel Mondo).



Risorse	€ 200.000,00
---------	--------------

Organizzazione di eventi in Italia

- *Incrementare la partecipazione e la collaborazione fra APT Basilicata nell'ambito di eventi di rilievo nazionale (Milanesiana, Festival della Filosofia, ecc.)*
L'idea, che ha riscontrato molto successo nel 2018, è quella di portare la Basilicata al centro di eventi di risonanza nazionale per veicolare l'immagine attraverso la voce di artisti e di scrittori contemporanei e renderla una finestra aperta nel mondo della letteratura, della musica, del cinema, della filosofia, del teatro, dell'arte figurativa, della scienza, dell'economia.
- *Rafforzare partnership e accordi con città italiane*
In virtù della partnership creata tra la città di Palermo e la Città di Milano, Firenze e Roma l'APT intende rafforzare la collaborazione con altre città sia nei mercati di prossimità (con campagne mirate in Puglia e Campania) sia nei contesti dove va crescendo l'interesse per la Basilicata.
- *Eventi Natale Lucano*
L'APT intende rinnovare il suo impegno di promozione del territorio attraverso il Presepe monumentale del Maestro Francesco Artese. Dopo Assisi nel 2009, l'omaggio a Benedetto XVI del Natale 2012, Turku (Finlandia) nel 2013, New York nel 2015, Milano 2016 e Firenze nel 2017, Roma nel 2018, l'APT intende presentare l'esposizione dell'opera in una città italiana e/o straniera turisticamente rilevante e, allo stesso tempo, collegare al Presepe una serie di eventi e spettacoli che promuovano il viaggio in Basilicata.

Risorse	€ 200.000,00
---------	--------------



Attività editoriali

Le attività editoriali dell'APT nel 2019 sono orientate all'aggiornamento dei contenuti delle pubblicazioni a carattere periodico e alla realizzazione di nuovi prodotti editoriali, oltre a prevedere la realizzazione di audiovisivi a supporto delle campagne di promozione dei turismi di Basilicata e ad incrementare l'archivio fotografico dell'Agenzia.

I prodotti editoriali:

ALTA GAMMA

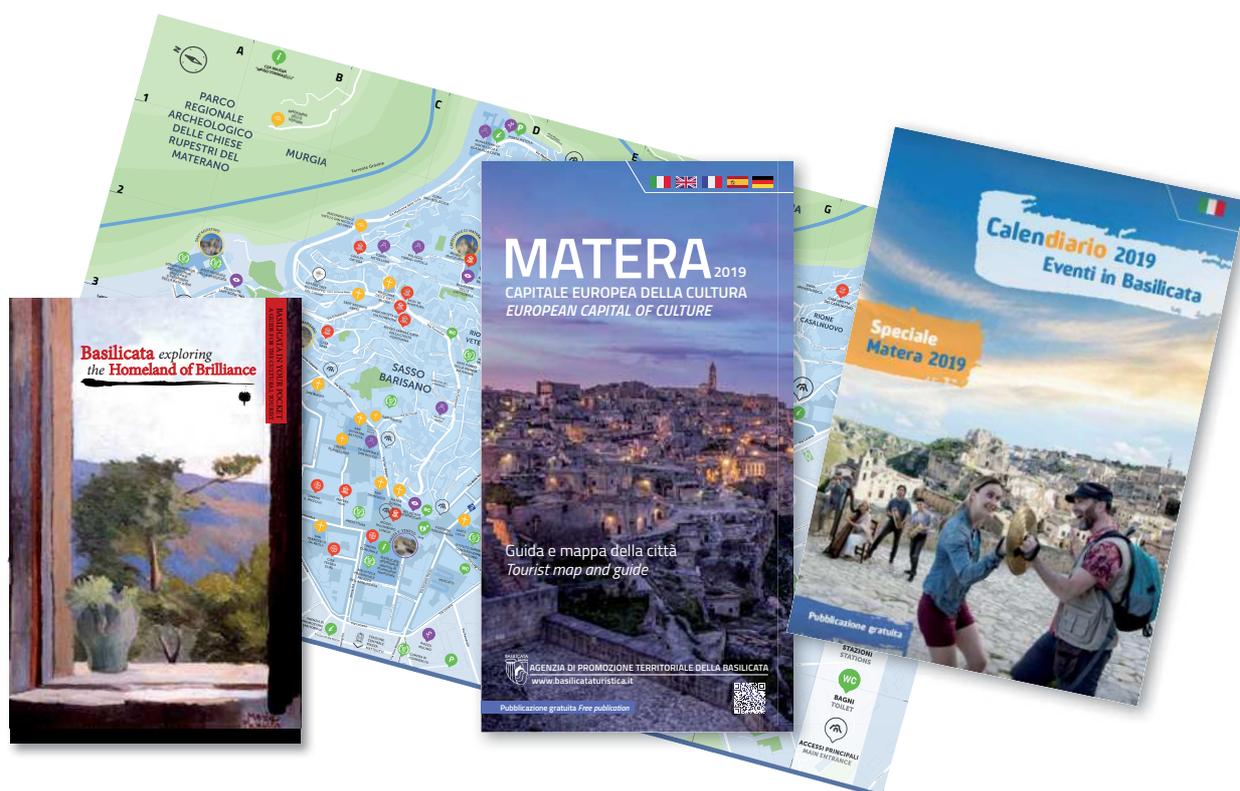
- Realizzazione/ristampa di un volume di pregio da utilizzare quale *cadeau* istituzionale di rappresentanza;

GUIDE CULTURALI

Collana "Basilicata in tasca"

- Aggiornamento e/o ristampa delle guide della gamma, sulla base delle scorte di magazzino ed esigenze di distribuzione, disponibili in 11 titoli:

1. *Ciak si viaggia*, ita/ing
2. *I segni dei cavalieri in Basilicata*, ita/ing/de
3. *Archeonauta*, ita/ing
4. *Miti e Riti di Basilicata*, ita
5. *L'eredità di Federico II in Basilicata*, ita
6. *Basilicata sacra*, ita
7. *Arte dal Medioevo all'800 in Basilicata*, ita
8. *Arte contemporanea in Basilicata*, ita
9. *Basilicata a tavola*, ita
10. *Basilicata paesaggi d'autore* ita/ing
11. *Percorsi di libertà* (Brigantaggio –Risorgimento in Basilicata), ita



GUIDE SPORTIVE

Collana Basilicata Sport&Natura

- Nuova edizione, rinnovata nei contenuti e nell'editing, della guida "Cicloturismo e MTB in Basilicata";
- Nuova edizione, rinnovata nei contenuti e nell'editing, della guida "Trekking in Basilicata";
- Aggiornamento e ristampa delle guide della gamma, sulla base delle scorte di magazzino ed esigenze di distribuzione:
1 Neve | 2. Mototurismo | 3. Equiturismo
- Partenariati con riviste di settore per pubblicazione inserti.

PROMOZIONE ESTERO

- Divulgazione e ristampa (sulla base dei numeri della distribuzione e delle scorte di magazzino) delle guide e opuscoli plurilingua sulla Basilicata per fiere e manifestazioni in Italia e all'estero e accoglienza giornalisti stranieri.

MATERIALE DI PROMOZIONE E ACCOGLIENZA

- Realizzazione contenuti, grafica e stampa in alta tiratura di un opuscolo in 5 lingue, completo di mappa turistica, dedicato interamente a Matera in occasione dell'anno 2019 in cui la città dei Sassi sarà Capitale europea della cultura
- Aggiornamento e layout grafico del Calendario 2019 Eventi, nelle lingue italiano e inglese, con aggiunta della sezione specifica dedicata agli eventi di Matera 2019 e stampa ad alta tiratura;
- Realizzazione dell'opuscolo "Basilicata Luoghi e suggestioni" con nuovi contenuti ed editing rinnovato, nelle lingue italiano e inglese, e stampa ad alta tiratura;
- Ristampa e aggiornamento estratti guida *Basilicata viaggio d'autore* in italiano e inglese: Matera, Potenza, Costa Ionica, Maratea, Pollino, Potenza e dintorni, Vulture, Val d'Agri, Calanchi;
- Ristampa e aggiornamento delle carte turistiche di Matera, di Potenza, della Basilicata, di Maratea e della Costa Ionica

TURISMO SCOLASTICO

- Stampa e divulgazione del *Catalogo dei viaggi di istruzione in Basilicata* diretto alle scuole della Basilicata e delle altre regioni italiane

AUDIOVISIVI / VIDEONARRAZIONI

- Produzione di audiovisivi a supporto delle campagne di promozione dei turismi di Basilicata

AGGIORNAMENTO ARCHIVIO FOTOGRAFICO

- Acquisizione nuovi scatti fotografici sulla Basilicata per nuovi prodotti e a supporto di campagne di promozione a stampa e sul web

GRAFICA E STAMPA MATERIALE STAND E SUPPORTO EVENTI

- Borse e Fiere
- Eventi e nuovi format Italia ed Estero

CO-MARKETING ALLA STAMPA

- A supporto di Enti locali, Associazioni



Risorse

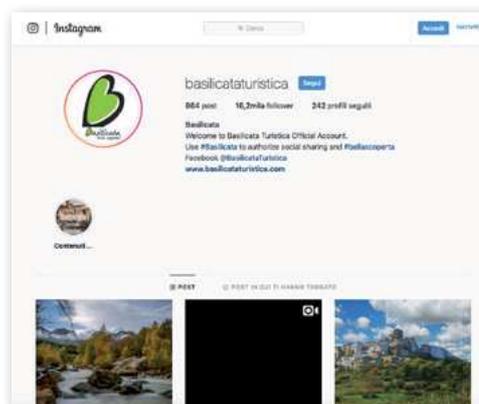
€ 300.000,00



Denominazione	PIATTAFORMA ANALITICA DASHBOARD
<p>Dal 2016 la Basilicata si classifica ai primissimi posti come reputazione web tra le regioni italiane: 1° posto nel 2016, 2° posto nel 2017, 1° posto nel 2018.</p> <p>Abbonamento bi-trimestrale alla <i>dashboard</i> che contiene tutti i dati relativi alla percezione dei turisti del nostro sistema di accoglienza, dei servizi, della comunicazione. Uno strumento che analizza tutte le destinazioni e dunque redatto non su commissione di una singola destinazione, che confronta le regioni tra loro e da anni premia quelle con più amate, cioè quelle che registrano la migliore soddisfazione dei turisti sul web. Dunque si tratta di uno strumento essenziale a valutare le strategie di posizionamento del brand Basilicata e a creare il giusto rapporto tra l'aspettativa che la nostra comunicazione induce nel potenziale visitatore e la reale esperienza che questi farà in Basilicata.</p> <p>L'utilizzo della <i>dashboard</i> e dei report può configurarsi come un esperimento in progress con l'obiettivo di strutturare un rapporto più solido finalizzato a coinvolgere anche più soggetti e istituzioni turistiche lucane allo scopo di cooperare per un rapporto continuo con tali strumenti di rilevazione dei dati a supporto del sistema turistico per dare avvio a piattaforme analitiche funzionali agli obiettivi dell'Osservatorio Regionale sul Turismo, istituito con legge regionale nel 2008.</p>	
Denominazione	ATTIVITÀ WEB ADV
<p>Impegno per adv sui <i>social network</i>, Google, <i>database mailchimp/newsletter</i>. Si tratta di una dotazione finanziaria utile a realizzare campagne di sponsorizzazione social relativamente al brand "Basilicata" sul web.</p>	
Denominazione	SUPPORTO PIATTAFORMA COMUNI.BASILICATATURISTICA.IT
<p>Il 2018 è stato l'anno in cui l'APT ha realizzato la piattaforma comuni.basilicaturistica.it, un portale <i>multisite</i> del <i>network</i> Basilicaturistica.com dedicato esclusivamente ai Comuni, con l'obiettivo di supportare la loro azione di promozione attraverso canali organici e di sistema. Una buona partenza che ha fatto registrare circa 50 protocolli siglati con i Comuni lucani e di conseguenza già oltre 20 siti-blog attivi e alimentati.</p> <p>È dunque ipotizzabile che vi sia una crescita quantitativa che potrebbe generare la necessità di supporto all'utenza con risorse professionali capaci di utilizzare tecnicamente, ma con un approccio culturale adeguato, la piattaforma digitale.</p>	



Denominazione	MANUTENZIONE E GESTIONE SITI WEB - NETWORK BASILICATATURISTICA
<p>Contratto di fornitura con <i>web agency</i> per le attività di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - manutenzione ordinaria del sistema. Controllo del regolare funzionamento delle infrastrutture e relazione con i soggetti gestori dei server; - interventi straordinari in caso di errori, bug, malfunzionamenti, emergenze o modifiche da apportare; - manutenzione evolutiva su eventuali esigenze integrative di Apt relative ad implementazione di nuove funzionalità, anche in relazione ai linguaggio di programmazione del sistema; - gestione delle statistiche e assistenza in fase di registrazione account, collegamenti e relazioni tra account (adwords, social ecc...); - verifica, aggiornamento e rinnovo domini di proprietà APT (con rimborso oltre il compenso); - miglioramento elementi di web design; - assistenza SEO e <i>adwords</i>; - gestione e manutenzione evolutiva versione mobile del portale; - supporto e assistenza su funzionalità e servizi speciali (es. sistema <i>metasearch</i>, <i>open data</i>, ecc); - analisi e razionalizzazione tecnologica dei siti all'interno del portale basilicataturistica.com (domini di terzo livello, <i>porting</i> di siti esterni ecc...); <p>Gestione e manutenzione ordinaria, straordinaria ed evolutiva della piattaforma e cms del portale comuni.basilicataturistica.it.</p>	
Denominazione	GESTIONE EVENTI
<p>La gestione degli eventi sui canali web di Apt è diventata negli ultimi anni un “fiore all’occhiello” che ha consentito di garantire sufficiente interesse di utenti sul portale Basilicataturistica.it. L’attività è stata svolta da fornitori esterni con particolare cura alla ricerca degli eventi, la loro pubblicazione e l’ottimizzazione SEO sui canali web, oltre alla cura e realizzazione del <i>calendar</i> di Google, usato come strumento in <i>realtime</i> per l’informazione sugli eventi in Basilicata, in particolare durante la stagione stiva. Un servizio che, per i risultati raggiunti, si intende strutturare e consolidare, in particolare nel 2019, anno caratterizzato dal forte impatto degli eventi riconducibili direttamente e indirettamente al ruolo di Matera Capitale Europea della Cultura.</p>	
Denominazione	GESTIONE CANALI DI COMUNICAZIONE NETWORK APT
<p>La gestione dei canali di comunicazione del network APT, web in particolare, impone la costante produzione di contenuti originali e interessanti per un pubblico in continua crescita e comunque sollecitato da diverse tipologie di contenuti.</p>	
Risorse	€ 100.000,00

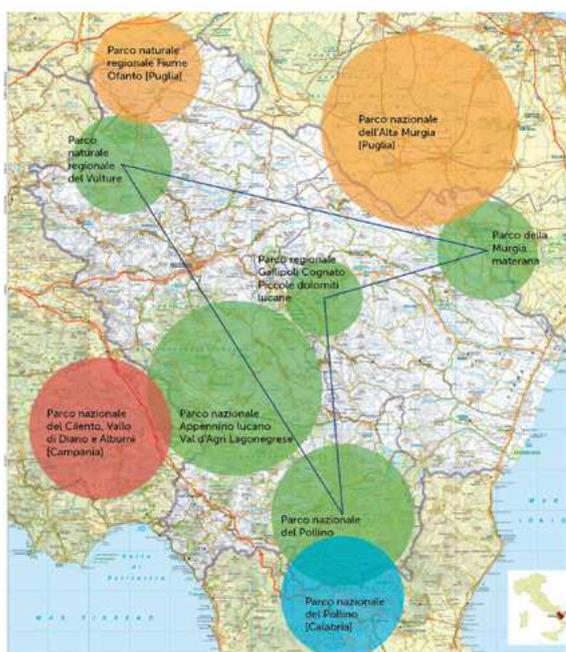


Denominazione	Basilicata Destinazione 2019	
<p>Le attività promo-pubblicitarie che saranno realizzate dall'Apt Basilicata nel 2019-20, in linea con gli obiettivi strategici di marketing dell'Ente, punteranno a collegare la destinazione Basilicata ai trend di vacanza e viaggio più popolari attraverso meccanismi narrativi che personificano brand e prodotti all'interno dei palinsesti esistenziali dei viaggiatori che concentrano, a loro volta, la propria attenzione su contenuti veicolati in contemporanea su diversi media contribuendo a far circolare un messaggio pubblicitario facendolo diventare un oggetto di conversazione.</p> <p>Le campagne di comunicazione e pubblicità in una prospettiva crossmediale e in relazione alla disponibilità delle risorse finanziarie, saranno orientate a mettere a valore itinerari turistici strutturati per tematismi e per aree territoriali a vocazione turistica così da potenziare la promo-commercializzazione nell'ottica di ampliare la stagionalità e rafforzare relazioni con strutture dipartimentali regionali e partneriati. Saranno previste azioni a sostegno di fiere e borse turistiche italiane e internazionali e di eventi nei mercati obiettivo; campagne strutturate e già consolidate che seguono lo svolgersi degli eventi lucani più rilevanti e ad alto livello di partecipazione durante tutto il corso dell'anno; iniziative promo-pubblicitarie per valorizzare i principali turismi lucani (tra cui il turismo sportivo, naturalistico, esperienziale; culturale, religioso e rurale (il 2019 è stato dichiarato l'anno del turismo lento); enogastronomico turismo <i>bleisure</i> (<i>bussiness e leisure</i>); scolastico e nuovi segmenti come quello legato al wedding e al sociale.</p> <p>L'esigenza di raggiungere un elevato numero di contatti nazionali e internazionali "profilati" relativamente all'interesse per i temi del turismo e del viaggio in Basilicata, in un anno così significativo per la politica di promozione dell'immagine turistica della destinazione Basilicata, rende utile ed opportuna l'individuazione di un'agenzia altamente specializzata, tra i principali player nella comunicazione istituzionale, che possa supportare le iniziative di comunicazione trasversale ai canali on e off line così da far convergere in modo efficace le molteplici attività di promozione che l'Apt conduce su più fronti.</p>		
Risorse	€ 300.000,00	



**Promuovere la gestione integrata e partecipata dell'offerta turistica.
Orientare le scelte degli operatori verso sostenibilità e innovazione.
Accrescere l'informazione, l'aggiornamento e la disponibilità dei dati turistici.**

Denominazione	Basilicata HUB
	<p>L'azione integrata mira a creare <i>hub</i> informativi nei Parchi della regione, punti strategici della Basilicata chiamati a svolgere attività turistico-culturali specifiche nei macro-territori, per dare impulso alla costituzione di reti di interesse tematico (<i>linkbuilding</i>) dentro e fuori i confini geografici "burocratici".</p> <p>Una proposta operativa che mira a ripensare il sistema turistico puntando ad una progettualità comune e ad attività di comunicazione condivise tra APT e Parchi, lucani e delle regioni contigue, Enti di Promozione di territori contermini, con l'obiettivo prioritario di far scoprire le aree interne, di connetterle mediante proposte turistiche innovative, sostenibili e rispettose delle identità dei luoghi. Allo scopo sarà incentivata la creazione di "infrastrutture turistiche" strategiche, intese come porte di accesso ai macro-territori e luoghi per lo svolgimento di tutte le attività previste (proposte itinerari tematici, informazione, formazione, laboratori, produzione di innovativi supporti per la comunicazione e la promozione turistica, eventi, ecc...), in accordo e sinergia con APT Basilicata e in connessione con "Basilicata Openspace", l'innovativo spazio multifunzionale di APT in corso di realizzazione a Matera.</p>
Risorse	€ 100.000,00



Denominazione	Accordi di valorizzazione territoriale
<p>Tra le azioni di <i>governance</i> condivise e partecipate, l'APT ha avviato, in particolare, accordi di collaborazione con i Comuni di Brienza, Laurenzana e San Fele per la progettazione e la realizzazione di attività di valorizzazione dei territori. Nello specifico, gli accordi sottoscritti nel 2016, avviati nel 2017, riguardano il Parco monumentale e culturale di Brienza antica, "la foresta incantata" dell'Abetina di Laurenzana e le "Cascate" di San Fele. L'accordo mira a creare azioni dedicate di promozione dei siti e dei percorsi di visita per affermare la vocazione turistica specifica delle aree interne e favorirne la crescita e l'attrattività.</p>	
Risorse	€ 30.000,00

Denominazione	Elaborazione e analisi sull'andamento del turismo
<p>1. Report consuntivo 2018 e 2019 Sulla base dei dati disponibili raccolti dalla Regione, da APT e da eventuali altri soggetti dovrà essere realizzato un documento di analisi dei risultati articolato per area geografica, tipologia di prodotto turistico, tipologia di struttura ricettiva. Il report dovrà contenere una lettura approfondita dei dati, basata sui risultati, inquadrati in un contesto di confronto più ampio (internazionale e nazionale). Inoltre dovrà essere prodotto un documento più snello anche sotto forma di infografica per la comunicazione.</p> <p>2. Report trimestrali restituzione dati Redazione di una <i>newsletter</i> trimestrale, contenente i dati provvisori e a consuntivo derivanti dalla rilevazione presso le strutture ricettive. La <i>newsletter</i> dovrà contenere l'analisi e gli articoli che verranno raccolti e redatti dagli stakeholder e dall'APT.</p> <p>3. Assistenza tecnica per la definizione delle attività dell'Osservatorio turistico della Basilicata da avviare a regime per il 2020 L'attività dovrà consistere nell'assistenza tecnica (in loco e a distanza) per la strutturazione dell'Osservatorio, nella pianificazione e progettazione di indagini (anche da appaltare all'esterno), nella pianificazione di attività di comunicazione, ecc. I professionisti da coinvolgere dovranno supportare l'APT anche in relazioni con altre regioni. In occasione di eventi speciali (es. Bit Milano, TTG) o sulla base delle richieste di APT dovrà essere prevista una attività legata alla redazione di comunicati stampa, presentazioni, partecipazione convegni, ecc.</p> <p>4. Road show per l'implementazione della base dati Si prevede un'attività di informazione, animazione e coinvolgimento degli operatori sia attraverso i tradizionali strumenti di comunicazione (comunicati stampa, social network, ecc.), che la presenza sul territorio. Si prevedono 5 appuntamenti locali, rivolti agli operatori turistici della ricettività, in cui verranno presentate le finalità della raccolta dati, gli strumenti messi a loro disposizione, i vantaggi derivanti dalla conoscenza del dato turistico per la loro attività, ecc.</p> <p>5. Matera 2019: supporto alla progettazione di azioni di verifica dei risultati In previsione dell'evento Matera 2019 dovrà essere effettuata un'assistenza tecnica all'APT per la predisposizione di eventuali attività legate alla verifica dei risultati e degli impatti in termini di comunicazione e ricadute economiche, sia per l'evento in generale che per eventuali azioni specifiche, a supporto della Regione e degli altri soggetti coinvolti (Fondazione, Comune di Matera, ecc.) Gli <i>stakeholder</i> da coinvolgere dovranno mettere a disposizione del progetto la loro esperienza nella pianificazione di attività di verifica e sullo studio degli impatti economici degli eventi, in particolare nella progettazione di indagini, campionamenti, redazione questionari, ecc.</p>	
Risorse	€ 70.000,00

Progetti integrati a supporto della crescita di qualità, competitività, innovazione e sostenibilità del sistema turistico regionale, con proposte di nuove destinazioni, il consolidamento dell'immagine turistica e del brand Basilicata

Denominazione	Punto informativo aeroporto di Bari
<p>Con un'azione programmata nel Piano delle attività 2017/2018, l'APT ha realizzato, in collaborazione con la Fondazione Matera-Basilicata 2019, il punto informativo nell'aeroporto di Bari. Una infrastruttura strategica per offrire supporto informativo ai viaggiatori in arrivo e in partenza dall'hub di collegamento più utilizzato per raggiungere Matera, dall'Italia e dal mondo. L'attività avviata nel corso del 2018, con l'allestimento del punto informativo e l'erogazione dei servizi connessi, avrà necessità di un potenziamento complessivo in vista dei flussi crescenti del 2019-20, per migliorare la segnaletica interna e moltiplicare le attività di richiamo verso lo spazio Basilicata, nell'aeroporto stesso.</p>	
Risorse	€ 100.000,00



**BASILICATA TURISTICA
MATERA**
EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE 2019 *infopoint*

INFORMAZIONI TURISTICHE
TOURIST INFORMATION

AREA RELAX
RELAX ZONE

SPAZIO EVENTI
EVENT SPACE

ORARI DI APERTURA
9.00/18.00
OPENING HOURS
9 a.m. / 6 p.m.

www.matera-basilicata2019.it
www.basilicataturistica.it

BASILICATA
www.basilicataturistica.it

REGIONE BASILICATA | APT BASILICATA | *Basilicata*
Agenzia di Promozione Territoriale Basilicata

Denominazione	Basilicata OpenSpace
Descrizione	<p>L'infrastruttura turistica di APT Basilicata in corso di realizzazione nel Palazzo dell'Annunziata di Matera, è stata progettata per integrare l'informazione turistica con altre attività di tipo più interattivo e conoscitivo, al servizio della comunità, dei turisti e dei visitatori della città. A tale scopo, l'intera piattaforma di contenuti è stata concepita per essere costantemente aggiornata; mentre gli spazi dedicati agli eventi sono stati programmati per ospitare attività formative, laboratori, expo e altre attività inerenti in accordo con le istituzioni interessate, i Comuni, gli operatori di settore e i diversi portatori di interesse.</p> <p>Le azioni programmate per l'OpenSpace nel 2019-20 riguardano gli aggiornamenti dei contenuti, con uno sguardo attento alle tecnologie immersive e alla <i>gamification</i>, e l'organizzazione di eventi e attività formative nello spazio multifunzionale "Basilicata Incontra".</p>
Risorse	€ 100.000,00



Promuovere la diffusione della conoscenza e della fruizione del patrimonio naturale e culturale al fine di incrementare l'attrattività del patrimonio esistente sostenendo la fruizione integrata delle risorse e la promozione di nuove destinazioni turistiche. Favorire la destagionalizzazione dei flussi e l'inserimento delle destinazioni turistiche nei circuiti di offerta nazionali ed internazionali.

Denominazione

Fucina Madre: *artigianato e design della Basilicata**Progetto di valorizzazione turistica per la fruizione integrata delle risorse culturali*

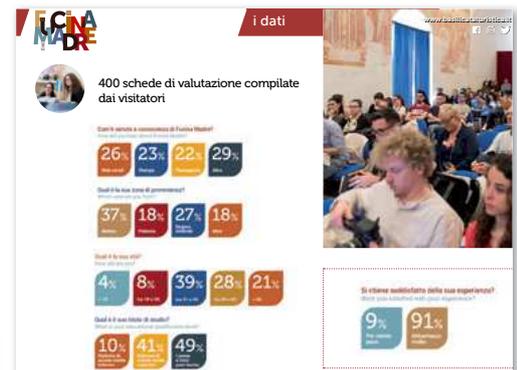
Il progetto di valorizzazione dell'artigianato e del design come motivazione turistica, ideato da APT nel 2017, ha già prodotto grandi risultati in termini di gradimento e *appeal* contribuendo ad accrescere la qualità dell'offerta turistica e le performance attrattive della Basilicata.

Questa nuova proposta turistica si integra perfettamente nel contesto dell'offerta complessiva di fruizione del patrimonio culturale e naturale lucano rafforzandone la visibilità e contribuendo a diversificarne le occasioni e le motivazioni di fruizione. Tanto sia per l'ampia diffusione di realtà artigiane e creative sull'intero territorio regionale sia per la funzione evocativa che il patrimonio stesso ha esercitato ispirando la creatività di artigiani e designer. Recarsi in questi luoghi significa conoscere esperienze umane irripetibili in sintonia con il *genius loci*. Grazie al "Viaggio in Basilicata con Fucina Madre" l'artigiano diventa messaggero del luogo che vive e abita facendosi portatore dei valori identitari della cultura e della storia.

Quello che si propone, quindi, è un inedito viaggio in Basilicata attraverso gli occhi e le mani di artigiani, creativi, designer che oggi reinterpretano e reinventano le forme dei luoghi che abitano, come, per esempio, il caso degli artieri lucani, ebanisti raffinati, abilissimi nell'utilizzare materiali poveri per alludere a prodotti di maggior pregio, come testimoniato nella collezione del Museo di arte medievale e moderna di Matera in Palazzo Lanfranchi.

Un percorso che Fucina Madre fa rivivere attraverso mostre, laboratori e seminari (che si tengono in Basilicata e anche nei territori partner di volta in volta individuati) e mediante la piattaforma web dedicata alla valorizzazione di questo ampio segmento del patrimonio culturale della Basilicata, materiale e immateriale.

Un'azione di diffusione della conoscenza dal carattere crossmediale, che si concretizza sul portale web www.basilicataturistica.it, nelle pagine dedicate a Fucina Madre (i cui contenuti si riverberano sui principali canali social), e sui materiali illustrativi digitali e a stampa (newsletter, spot, video, brochure, dépliant, catalogo).





Sulla base del lavoro sperimentato nel 2018, attraverso il format di Fucina Madre nel 2019 ci sarà un'evoluzione ed una crescita complessiva delle attività di promozione e valorizzazione del patrimonio culturale e naturale, materiale e immateriale. Una parte delle attività riguarderà, in particolare, i siti UNESCO; saranno infatti coinvolti nelle diverse attività previste Matera e il Parco delle chiese rupestri, il Parco nazionale del Pollino (Geoparco UNESCO) e la Valle Camonica (primo sito UNESCO italiano), con cui l'APT ha sottoscritto uno specifico protocollo di intesa (siglato con la Comunità Montana di Valle Camonica) finalizzato alla promozione condivisa dei due siti, sul tema comune della dell'arte rupestre, per accrescere la capacità attrattiva in termini di fruizione turistica.

Nel corso del 2019, pertanto, saranno realizzate nuove attività, ovvero:

- la ricerca e la catalogazione preliminare di nuove realtà artigianali suscettibili di valorizzazione ricorrendo al format "Fucina Madre";
- attività preparatorie funzionali alla strutturazione dei contenuti dell'operazione;
- lo sviluppo della piattaforma web dedicata a Fucina Madre sul portale www.basilicataturistica.it con l'integrazione di nuovi contenuti dedicati;
- l'esposizione "Fucina Madre" che si terrà a Matera dal 21 al 28 luglio presso l'ex Ospedale di San Rocco, con mostre, workshop, laboratori e spettacoli organizzati in accordo con la rete degli enti e delle istituzioni coinvolte nel comitato tecnico-scientifico, ospitando le altre realtà del nostro Paese con la finalità di estendere la comunicazione turistica della Basilicata nei rispettivi territori (Venezia, Milano, Varese, Firenze, Udine, Palermo, ecc...);
- la progettazione e realizzazione di eventi tematici mirati alla diffusione della conoscenza del patrimonio naturale e culturale della Basilicata mediante il format "Fucina Madre", nelle città e nei territori partner di cui al precedente punto alinea;
- l'ampliamento della rete di informazione con la progettazione e produzione di attività di promozione e comunicazione a livello sia nazionale che internazionale, con particolare attenzione ai territori obiettivo;
- la progettazione e realizzazione di nuovi supporti di comunicazione a stampa e digitali (catalogo, brochure, dépliant, video, spot, ecc...).

Risorse

€ 150.000,00

Denominazione	Eventi di promozione dell'offerta turistica regionale in Italia e all'estero
<p>Gli interventi mirati di promozione dell'offerta turistica regionale hanno l'obiettivo prioritario di migliorare le performance turistiche e raggiungere quote di mercato più consistenti mediante azioni specifiche rivolte ai contesti che mostrano maggiore potenzialità e sensibilità verso l'offerta turistica della Basilicata.</p> <p>L'esigenza è quella di promuovere le diverse destinazioni turistiche della regione, offerta rafforzata dagli investimenti ultimativi riguardanti le risorse culturali e naturali finanziati in forma convergente dai vari programmi regionali di sviluppo territoriale.</p> <p>Questo obiettivo sarà perseguito attraverso il sostegno alla fruizione integrata del patrimonio naturale e culturale (materiale e immateriale), sia sul mercato italiano che su quello estero, attraverso la partecipazione e l'organizzazione di eventi ed attività promozionali capaci di ampliare e consolidare costantemente l'offerta turistica e di raggiungere nuovi target su segmenti di crescente interesse per il contesto lucano.</p> <p>La programmazione degli eventi pone al centro la destinazione "Basilicata" con particolare riferimento a "Matera Capitale Europea della Cultura" a cui si collegano le valenze turistiche ricadenti sulle Coste di Maratea e Metaponto e le aree interne, per favorire un approccio integrato allo sviluppo territoriale, con azioni volte ad accrescere le performance competitive sui mercati nazionali ed esteri, anche attraverso la promozione e la divulgazione degli eventi in programma nel primo semestre del 2020.</p> <p>Pertanto, sono state individuate le manifestazioni turistiche, gli eventi nazionali e internazionali, le fiere di settore, nazionali e internazionali, i workshop ai quali partecipare nel primo semestre del 2020, riservandosi di integrare successivamente altre manifestazioni di interesse strategico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BIT – Borsa Internazionale del Turismo - Milano • BMT – Borsa Mediterranea del Turismo - Napoli • ITB – Internationale Tourismus Borse - Berlino • CMT – Stoccarda • Ferien-Messe - Vienna • Turismo e outdoor festival - Parma • Altre fiere ed eventi di settore in Italia e all'estero <p>In questi eventi l'APT utilizzerà sistemi innovativi di comunicazione e tecnologie avanzate di narrazione e fruizione.</p>	
Risorse	€ 300.000,00

Denominazione	Attività editoriali, di media planning e di comunicazione
<p>Interventi mirati alla diffusione della conoscenza del patrimonio naturale e culturale della Basilicata, in Italia e all'estero, mediante strumenti di comunicazione innovativi e l'ausilio di tecnologie avanzate.</p>	
<p>Le azioni di seguito illustrate saranno oggetto di pianificazione per il periodo di competenza del Piano di marketing.</p>	
<p>Attività editoriali</p>	
<p>Saranno realizzate nuove attività editoriali con funzioni di supporto alle iniziative di marketing strategico dell'Agenzia, in Italia e all'estero; in particolare saranno realizzate le seguenti azioni:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • la progettazione e realizzazione di nuovi prodotti editoriali; • l'aggiornamento dei prodotti esistenti a supporto del brand Matera-Basilicata; • l'implementazione di nuovi prodotti dedicati ai "turismi" di Basilicata, e in particolare alla fruizione integrata dell'offerta dei diversi segmenti turistici: sportivo ed esperenziale, culturale, religioso, verde; • la realizzazione di nuovi contenuti e prodotti editoriali in ambito digitale (video, spot, e-book, ecc...). 	
<p>Media planning</p>	
<p>Le nuove attività di media planning sono orientate ad aumentare le performance competitive delle destinazioni turistiche della Basilicata sui mercati turistici nazionali ed esteri; in particolare, riguarderanno:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • le campagne tabellari, pubbliredazionali, "Speciali" su testate di settore (su stampa regionale, interregionale, nazionale, internazionale) con una strategia innovativa incentrata sul <i>branded content</i>; • la realizzazione di produzioni video brandizzate, di spot radio e contenuti web, cartellonistica; • la messa in onda delle produzioni di cui al precedente punto alinea; • il progetto di comunicazione visual con testate di settore; • le campagne di inserzioni sui canali web con particolare attenzione ai maggiori <i>influencers</i>; • l'affissione della cartellonistica. 	
<p>Comunicazione web e social</p>	
<p>La gestione dei canali di comunicazione del network APT, web in particolare, impone la costante produzione di contenuti originali e interessanti per un pubblico in continua crescita e comunque sollecitato da diverse tipologie di informazione.</p>	
<p>Le azioni di comunicazione riguardano principalmente la creazione e l'immissione in rete di nuovi contenuti sulla piattaforma web www.basilicataturistica.it ed eventualmente sui canali social collegati; contenuti relativi ad itinerari naturalistici e culturali divulgati al fine di potenziare l'attrattività delle diverse destinazioni turistiche della Basilicata, in linea con il Piano turistico regionale, e di incrementare il livello di conoscenza e l'accessibilità dei contenuti dell'offerta.</p>	
Risorse	€ 400.000,00

Denominazione	Cartellonistica turistica integrata
<p>Il progetto di cartellonistica turistica integrata è un intervento a sostegno della fruizione delle risorse culturali e naturali a spiccata valenza turistica della Basilicata, che ha l'obiettivo di realizzare un sistema di cartellonistica turistica innovativo ed efficace, capace di "connotare" e valorizzare l'intero territorio regionale con un'immagine coordinata. Un progetto che si rafforza anche in considerazione della funzione di territorio "cerniera" che la Basilicata assume rispetto alle altre regioni confinanti.</p> <p>Nella convinzione che una segnaletica turistica di qualità rappresenti il primo "biglietto da visita" che si porge ai visitatori in transito, strumento comunicativo indispensabile per affermare l'identità dell'offerta turistica della Basilicata, il progetto di cartellonistica è funzionale ad evidenziare le valenze turistiche di pregio e quelle ricadenti nelle aree interne della Basilicata, per sostenerne la fruizione integrata.</p> <p>Il progetto prevede la realizzazione delle seguenti attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> - definizione dei rapporti con i soggetti titolari delle arterie stradali; - individuazione dei siti di installazione della cartellonistica; - progettazione grafica coordinata; - realizzazione degli impianti di cartellonistica; - posa in opera e collaudo degli impianti. 	
Risorse	€ 150.000,00

QUADRO ECONOMICO	
Inovazione e Intergrazione offerta turistica e crescita della competitività del sistema turistico	
Basilicata nella storia e nel mito	200.000,00
<i>Creative contest</i>	35.000,00
Basilicata con Gusto	90.000,00
Attività di formazione e sensibilizzazione dei soggetti del sistema turistico regionale (BTWIC e BTWIC sul territori, BTO Firenze)	30.000,00
Basilicata per tutti	50.000,00
Totale	€ 405.000,00
Sviluppo marketing per l'attrattività del brand Basilicata	
Partecipazioni alle principali Borse e Fiere turistiche	500.000,00
Organizzazione di Educational Tour e Press Tour	75.000,00
Azioni di internazionalizzazione	200.000,00
Organizzazione di eventi in Italia	200.000,00
Attività editoriali	300.000,00
Comunicazione, Ufficio stampa e web marketing	100.000,00
Media planning: Basilicata destinazione 2019	300.000,00
Totale	€ 1.675.000,00
Azioni di governance condivise e partecipate, progetti speciali	
Basilicata HUB	100.000,00
Accordi di valorizzazione territoriale	30.000,00
Elaborazione e analisi sull'andamento del turismo	70.000,00
Punto informativo aeroporto Bari	100.000,00
Basilicata OpenSpace	100.000,00
Totale	€ 400.000,00
Promozione e fruizione del patrimonio naturale e culturale	
<i>Fucina Madre: artigianato e design della Basilicata</i> . Progetto di valorizzazione turistica per la fruizione integrata delle risorse culturali	150.000,00
Eventi di promozione dell'offerta turistica regionale in Italia e all'estero	300.000,00
Attività editoriali, di media planning e di comunicazione	400.000,00
Cartellonistica turistica integrata	150.000,00
Totale	€ 1.000.000,00
TOTALE GENERALE	€ 3.480.000,00