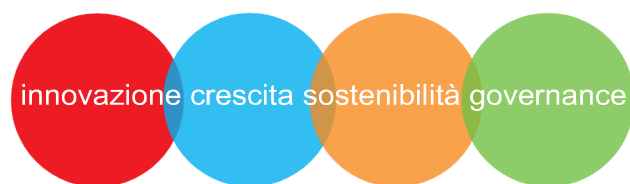


APT

2020

Piano delle attività
dell'Agenzia di Promozione
Territoriale della Basilicata



Direzione generale – Ing. Antonio Nicoletti

Il Piano delle attività dell’Agenzia di Promozione Territoriale della Basilicata per il 2020 in parte opererà in continuità con la programmazione del periodo 2017-2018-2019, ma considerati gli avvenimenti drammatici che stanno investendo l’economia nazionale e internazionale a causa dell’emergenza COVID-2019, **dovrà essere ricalibrato in funzione delle necessità derivanti dalla ridefinizione del settore turistico**. Si basa su tre nuclei strategici principali e 5 linee di azione funzionali nel perseguire concretamente la visione che ispira il lavoro dell’APT, vale a dire **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 2020 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 più frequentate.

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, *stakeholders*, cittadini, verso un comune obiettivo: **l’offerta turistica della nostra regione deve valorizzare il patrimonio culturale, materiale e immateriale di cui dispone**, ponendo al centro la qualità e la sostenibilità dell’offerta turistico-culturale e dei servizi. Un compito che, con “Matera Capitale europea della cultura 2019”, è stato reso ancor più stringente.

Il Piano 2020, d’intesa con le *Linee guida* del Piano Turistico Regionale, muove 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 un imperdibile volano di sviluppo. Nello scenario dei trend a livello globale è aumentato notevolmente l’interesse per “destinazioni nuove”, luoghi da scoprire per viaggi e vacanze sempre più esperienziali; le proposte personalizzate prevalgono su quelle standard e il cliente predilige con favore crescente offerte che orientano l’interesse su esperienze attrattive e coinvolgenti (*entertainment, educational, active, aesthetic, bioenergetic*).

Uno scenario competitivo in cui l’innovazione tecnologica disputa una partita fondamentale: è sul web che la maggioranza dei viaggiatori e vacanzieri decide e organizza il viaggi e vacanze, con percentuali altissime se si guarda agli under quaranta, che costituiscono il target principale del sistema turistico (si stima che nel 2025 essi possano rappresentare la metà di tutti i viaggiatori intorno al globo terracqueo). Sono loro a ritenere il viaggio e la vacanza un elemento indispensabile della vita e a mostrare grande interesse per le peculiarità territoriali (enogastronomia, tradizioni, artigianato, design, ecc).

L’affermazione dell’identità turistica della Basilicata passa anche attraverso azioni strutturali di promozione integrata, con proposte e soluzioni capaci di coinvolgere regioni limitrofe e altre realtà territoriali del nostro Paese in azioni di *governance* partecipata e *linkbuilding* utili per valorizzare nuove destinazioni e tipologie di turismo.



A. Competitività

Il primo nucleo strategico riguarda il consolidamento e il 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 punta verso i desideri e le esigenze del turista, ponendolo al centro di un'offerta dedicata che ne intercetti pienamente tendenze e aspirazioni nella consapevolezza di dover interpretare gusti e inclinazioni in continua evoluzione e con l'idea di porsi idealmente vicino al consumatore con offerte dirette. 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 attiene alla comunicazione, in particolare agli aspetti legati alla presentazione e alla narrazione della Basilicata, che dovrà prediligere sempre più i canali digitali con proposte di 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.

Con DGR n. 1028 del 30/12/2019 la Regione ha finanziato attività di marketing da realizzare nel corso del 2020 per € 1.000.000,00, con l'approvazione di una linea di azione tra le 5 proposte, e precisamente **"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.

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 cross mediale, 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 2020 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 2020, 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", la cui realizzazione con mostre, workshop, laboratori e spettacoli organizzati in accordo con la rete degli enti e delle istituzioni coinvolte nel comitato tecnico-scientifico, è prevista originariamente a Matera, presso l'ex Ospedale di San Rocco, dal 21 al 28 luglio. Tuttavia, essa potrà essere suscettibile di riprogrammazione in raccordo con le esigenze di un mercato in trasformazione anche a seguito dell'emergenza COVID-19, ferma restando l'opportunità di ospitare altre realtà del nostro Paese con la finalità di estendere la comunicazione turistica della Basilicata nei rispettivi territori (p. es. 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" partendo da Matera 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 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 2020, riservandosi di integrare successivamente altre manifestazioni di interesse strategico. Tali scelte hanno subito e subiranno necessariamente degli adattamenti, a seguito della crisi internazionale che ha colpito il settore del turismo in genere e delle fiere in particolare. Gli appuntamenti originariamente individuati erano:</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 • Motodays- Roma • TTG Rimini • WTM Londra <p>Non tutti questi, purtroppo, hanno avuto luogo nel corso del primo trimestre dell'anno. Tuttavia, altre fiere e/o eventi di settore in Italia e all'estero potranno essere oggetto di attenzione alla ripresa del settore.</p> <p>In tutti 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 esperienziale, 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 di SINTESI MARKETING 2020	
Promozione e fruizione del patrimonio naturale e culturale	
<i>Fucina Madre: artigianato e design della Basilicata. Progetto di valorizzazione turistica per la fruizione integrata delle risorse culturali</i>	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 2020	€ 1.000.000,00

(*) Nota

La somma di € 1.000.000,00 è stata assegnata con la DGR n. 1028 del 30/12/2019. Nel Bilancio di Previsione 2020 APT è stato inserito il finanziamento solo per € **700.000,00**, dei fondi FESR, già preimpegnati dalla Regione sul 2020.

<i>Prov. Reg.</i>	<i>Cap. Reg</i>	<i>Preimp</i>	<i>Importo €</i>	<i>Fonte Finanziaria</i>	<i>Titolo</i>
DGR 1028 del 30.12.2019	26075	2020/473	470.000,00	Azione 6C.6.7.2 POR FERS 2014-2020	Fucina Madre € 150.000 -
DGR 1028 del 30.12.2019	26073	2020/474	80.000,00	Azione 6C.6.7.2 POR FERS 2014-2020	Attività editoriali di media plannig e di comunicazione € 400.000
DGR 1028 del 30.12.2019	26073	2020/475	150.000,00	Azione 6C.6.8.3 POR FERS 2014-2020	Cartellonistica turistica integrata

Totale 700.000,00

Nella stessa DGR n. 1028 del 30/12/2019 sono stati previsti, inoltre altri € **300.000,00** per **eventi di promozione dell'offerta turistica regionale in Italia e all'estero**, finanziati da fondi FSC (preimpegno n. 2019/11603 su capitolo regionale U22134), che l'APT si riserva di adeguare lo stanziamento dei capitoli E00066 e U00366 del bilancio APT 2020 solo dopo l'assegnazione delle risorse da parte della Regione sull'esercizio 2020.