

**Allegato A)**

# **APT 2022**

**ANALISI DELLE  
ATTIVITÀ 2022  
Agenzia di  
Promozione  
Territoriale della  
Basilicata**

## Indice

Introduzione .....	3
Il marketing APT 2022.....	4
I dati sui flussi turistici .....	11
La sezione “progetti speciali”: anno 2022 .....	19
Le Associazioni Pro-Loce .....	29

## Introduzione

L'ambizione che si accompagna al voler comunicare e strutturare l'offerta del turismo lucano, realizzata anche attraverso iniziative sperimentali e innovative, è quella di generare un effetto e un orizzonte di medio e lungo periodo lungo cui generare opportunità di sviluppo per il territorio. In questi anni è in corso un'operazione di posizionamento della Basilicata turistica, con un rinnovato "stile lucano" che riguarda non solo il modo di comunicare e promuovere, ma anche di creare engagement ed empatia da parte di un pubblico sia generalista che di settore. A questo hanno contribuito programmi come "Basilicata Comics and Games", ma anche altre innovazioni contenute nel Piano Strategico del Marketing Turistico, come la definizione e promozione del "turismo delle passioni" o la definizione e lo sviluppo del concetto di "turismo puntiforme", entrambi concepiti dal Piano Strategico e declinati in azioni di marketing da un lato, di sviluppo del prodotto dall'altro.

**Le azioni intraprese da APT nell'ultimo triennio sono indirizzate alla definizione di una nuova Basilicata turistica: una destinazione "verde", accogliente e ricca di risorse che soddisfano pubblici diversi, proiettata, nel rispetto di tradizioni antiche, ad innovare le modalità di comunicazione e di fruizione dell'esperienza di viaggio.**

## L'andamento del turismo in Basilicata nel 2022

Nel 2022 è proseguito il recupero di quote di arrivi e presenze rispetto al periodo prepandemico. L'analisi retrospettiva che mantiene come anno di riferimento il 2019 ha maggior valore se si tiene conto che il 2019 ha rappresentato in assoluto l'anno di picco del turismo di Basilicata, dopo sostanzialmente un decennio di continua crescita sia per consistenza ricettiva che per risultati di gestione (se misurati con i classici parametri degli arrivi e delle presenze). Dopo l'anno di Matera Capitale Europea della Cultura, a inizio 2020 era atteso un sostanziale assestamento delle performance di crescita del sistema turistico regionale, con un rallentamento rispetto agli anni precedenti. La pandemia ha portato al crollo che tutti conosciamo, sebbene, grazie ai meccanismi di tutela e sostegno attuati dalla Regione Basilicata e dal Governo, il sistema economico imprenditoriale ha retto, mantenendo sostanzialmente inalterata la consistenza ricettiva nel corso degli anni. Il risultato statistico del 2022 ci ha restituito un soddisfacente **incremento del 32,24% di arrivi e del 23,6% di presenze rispetto al 2021**, con un valore residuo ancora da recuperare rispetto al 2019 che si aggira intorno al 20%. In valore assoluto, parliamo di 745.349 arrivi totali, di cui 154.925 stranieri, e 2.218.797 presenze totali, di cui 318.475 stranieri. Rispetto alle strategie poste in essere in questi anni, va sottolineato che il valore assoluto degli stranieri è pari a quello del 2019. Se si considera che il "recupero" è avvenuto senza l'effetto trainante degli eventi di Matera Capitale Europea della Cultura, e in un periodo di crisi internazionale

come quello che stiamo vivendo, il dato è molto significativo della visibilità e dell'efficacia delle azioni di promozione realizzate, laddove l'obiettivo "internazionalizzazione" era stato posto come una delle colonne portanti dei piani marketing 2020-2022.

Guardando al dettaglio delle provenienze, le presenze straniere vedono la Francia posizionarsi come primo mercato, con oltre 25 mila arrivi e oltre 45 mila presenze, gli Stati Uniti al secondo posto, con oltre 22 mila arrivi e circa 45 mila presenze, la Germania al terzo con quasi 14 mila arrivi e quasi 33 mila presenze, il Regno Unito in quarta posizione con quasi 12 mila arrivi e 26 mila presenze, e a seguire gli altri, nell'ordine Svizzera, Paesi Bassi, Spagna, Canada, Belgio, Australia ecc.

I principali mercati italiani si confermano quelli di prossimità, in primis la Puglia con quasi 150 mila arrivi e 454 mila presenze, seguita dalla Campania con 107 mila arrivi e 438 mila presenze, e poi Lazio, Lombardia, Basilicata, Emilia Romagna, Calabria, Piemonte, Sicilia, Toscana, ecc.

## **Il marketing APT 2022**

### **Manifestazioni e Fiere in Italia e all'estero**

Nel 2022 le borse e fiere, ad esclusione della ITB di Berlino, sono state finalmente realizzate di nuovo in presenza. L'APT ha partecipato attivamente incentivando il coinvolgimento degli operatori turistici. Particolare attenzione è stata rivolta alle attività di internazionalizzazione, con la partecipazione alle principali Fiere e Borse di settore nei Paesi obiettivo, oltre che con iniziative specifiche realizzate in alcuni mercati di scouting. È il caso della Giappone e dei paesi Arabi. Di seguito l'elenco delle fiere a cui ha preso parte l'APT:

- **BIT - Borsa Internazionale del Turismo - Milano 13/15 febbraio 2022**

Uno dei più importanti e storici appuntamenti fieristici dedicati al turismo, che dal 1980 porta nel capoluogo lombardo operatori turistici e viaggiatori provenienti da tutto il mondo, con n. 1 giornata aperta al pubblico e n. 2 giornate riservate ai professionisti del settore, favorendo così l'incontro tra decision maker, esperti del settore e buyer accuratamente selezionati e profilati. È inoltre un importante momento di formazione, con oltre un centinaio tra convegni e seminari sulle ultime tendenze di settore.

- **BMT – Borsa Mediterranea del Turismo Napoli -18 /20 marzo 2022**

E' tra le principali fiere turistiche nel sud Italia. La manifestazione fieristica si rivolge all'intera rete agenziale italiana registrando la presenza di oltre 22.000 visitatori professionali ed ospita 500 espositori, distribuiti su un'area espositiva di 20.000 mq e divisi in 2 principali aree: outgoing e incoming. Durante la manifestazione si svolgono 4 workshop: Incoming, Terme & Benessere (con il patrocinio dell'ENIT), Incentive e Congressi, Turismo sociale.

- **IFTM (Top Resa), Parigi 20/23 settembre 2022**

Dopo diversi anni di assenza, l'APT ha partecipato alla IFTM FTM Top Resa, la Fiera B2B più importante del turismo in Francia, che rappresenta un appuntamento di riferimento per gli operatori del settore ed un'occasione di scambio per meglio intendere l'evoluzione del settore.

- **Italian Bike Festival – Rimini 9/11 settembre 2022**

Si tratta di uno dei più importanti Festival italiani dedicati al mondo della bicicletta. Costruito dal punto di vista del visitatore, IBF assicura un'esperienza totalizzante per gli appassionati e nello stesso tempo coinvolgente per tutti i visitatori. Ampio spazio dedicato anche agli operatori del settore che avranno, oltre alle preaperture con orario esclusivo, momenti dedicati nelle giornate tra giovedì e venerdì tra conferenze, workshop e business cocktail.

- **Salone del Camper- Parma – 10/18 settembre 2022**

Il Salone del Camper rappresenta la più grande e completa esposizione italiana del caravanning e del turismo in libertà. Il format di Fiere di Parma è una creazione articolata, che coniuga esperienza fieristica e visione del mercato di riferimento, con una serie di attività ed iniziative a supporto degli espositori, con numerose attività di networking. E' coinvolta una community di 130.000 appassionati. Vista la forte richiesta di itinerari turistici è stata istituita l'area Percorsi e Mete.

- **Tourism Expo Japan, Tokyo 22/28 settembre 2022**

Per la prima volta l'APT ha preso parte alla più importante fiera del turismo B2B e B2C in Giappone che mette insieme i principali attori dell'industria del turismo mondiale e tutte le attività legate ai viaggi.

Questo importante appuntamento fieristico, che ha registrato oltre 120000 visitatori, tra cui 50.000 operatori turistici e stampa, aperto al pubblico nei giorni 24 e 25 settembre, ha visto l'APT Basilicata impegnata in due giornate di puro business, con *In-booth Business Meeting by Appointment* in cui l'offerta ha incontrato la domanda rappresentata da selezionati T.O.

- **TTG Incoming Italia, Rimini 12/14 ottobre 2022**

La 59<sup>a</sup> edizione di TTG Travel Experience, si è confermata una delle principali manifestazioni italiane di settore finalizzata a favorire il business e le opportunità di networking tra chi realizza il prodotto turistico e chi lo distribuisce in Italia e all'estero.

Quest'importante momento di incontro tra domanda e offerta ha visto la partecipazione di molti operatori turistici lucani che ne hanno fatto richiesta e che hanno quindi avuto la possibilità di incontrare, all'interno di un'area espositiva di 153 mq dotata di postazioni personalizzate, i tanti buyer selezionati presenti, provenienti per il 60% dall'Europa e per il restante 40% da Sud America, USA e Canada, Paesi del Golfo, etc.

- **Lucca Comics&Games- Lucca 28 ott/1 nov 2022**

Anche quest'anno la Basilicata ha preso parte al Lucca Comics & Games, il più importante evento europeo dedicato ai fumetti e ai giochi. Tante le iniziative che l'APT Basilicata sta portando avanti e che sono state presentate presso un'area espositiva dedicata (padiglione Cortina S. Maria – Csm104), dall'ultima versione di Metapontum su Minecraft all'inedito Pino's Way, dal tavolo X-Parks dedicato alle aree protette della Basilicata a un nuovo ed entusiasmante progetto: Topolino in Basilicata.

- **WTM, Londra 7/9 novembre 2022**

WTM di Londra, una tra le più importanti fiere internazionali nel settore del turismo nel Regno Unito giunto alla 43<sup>a</sup> edizione, è un must per il settore turistico. L'APT ha partecipato acquistando uno spazio all'interno dello stand Italia gestito da ENIT.

- **ILTM - Cannes – 6/8 dicembre 2022**

Una delle più importanti fiere B2B specializzata nel settore luxury ha visto la partecipazione di 5 operatori turistici della Basilicata.

L'APT Basilicata ha preso parte anche a diversi workshop BtoB (incontro tra domanda e offerta):

- **BUY Puglia, Bari – Incoming**
- **Discovery Italy - Incoming**
- **Travel# New York – Lusso-MICE USA**
- **Travelux- Venezia- Lusso estero**

## **BORSE&WORKSHOP in BASILICATA**

L'APT Basilicata ha organizzato e/o ospitato diversi eventi BtoB in Basilicata, di seguito elencati:

- **1^ edizione Roots-IN Borsa del Turismo delle Origini, Matera 20/21 novembre 2022**

L'APT ha realizzato la prima Borsa dedicata al Turismo delle Origini riscontrando un grande interesse con 11 regioni rappresentate nell'area espositiva, oltre 200 seller registrati al workshop con 50 buyer internazionali e quasi 500 presenze nella giornata di Forum.

La Borsa è stata preceduta da un educational tour della Basilicata di 4 gg riservato ai buyer e si è aperta con un Forum istituzionale, dedicato ai Tour Operator, agli operatori, alle istituzioni presenti e a chiunque sia stato interessato ad approfondire i temi legati al turismo delle origini e, in particolare, alle opportunità che ne derivano per i borghi e le aree interne.

- **MEET THE BEST, Matera 12/14 dicembre 2022**

L'APT ha ospitato a Matera la 3^ edizione di Meet the Best, l'esclusivo format dedicato al mondo degli eventi internazionali di alta gamma. Dopo il tour pre-evento svoltosi nell'area del Vulture Melfese, nel Potentino e fra le Dolomiti lucane, sono iniziate le attività di networking e le 3 sessioni di workshop: 40 espositori, fra Hotel 4\* e 5\*/L con spazi per meeting, matrimoni ed eventi, dimore storiche, location per eventi, DMC, agenzie di servizi per eventi, destinazioni e consorzi, incontrano 50 buyer, organizzatori di meeting ed eventi corporate, incentive house, wedding & special event planner, provenienti da tutto il mondo, per 3 giorni ricchi di appuntamenti

## **Eventi**

Molti sono stati gli eventi organizzati nel corso del 2022 in Basilicata e nei mercati obiettivo italiani ed esteri:

- **Expo Dubai – 24-29 marzo 2022**

La Regione Basilicata ha partecipato all'Esposizione Universale, il primo grande evento globale dopo la pandemia, portando a Dubai il proprio patrimonio culturale, paesaggistico e storico, dal 24 al 29 marzo 2022, in uno spazio dedicato all'interno del Padiglione Italia. A supporto dell'iniziativa, l'APT ha organizzato il giorno 23 marzo un evento di promozione turistica e networking stampa/trade presso il ristorante italiano "Bella" che ha visto il coinvolgimento di 18 tour operator degli Emirati Arabi.

- **Evento promozionale “Ambiente Basilicata – Cinque parchi lucani a Bari”**

La Basilicata ha fatto mostra delle proprie ricchezze culturali, paesaggistiche e storiche mediante la realizzazione di un evento promozionale, dal 29 aprile al 1 maggio 2022 in Piazza del Ferrarese a Bari, capoluogo della regione Puglia, che rappresenta il principale bacino di utenza del nostro turismo. La Basilicata Turistica si è messa in mostra attraverso un allestimento scenografico in grado di catturare l’attenzione dei residenti e dei visitatori e mediante la realizzazioni di diversi eventi di animazione.

- **Partecipazione Eurovision Song Contest -Torino**

Dopo il grande successo del Presepe Monumentale della Basilicata a Torino, l’APT Basilicata ha realizzato, in occasione dell’Eurovision Song Contest 2022, uno spettacolo diretto dal musicista e regista Gianpiero Francese. Utilizzando nuove interazioni espressive, che hanno visto come protagonisti la danza aerea e il teatro, il progetto artistico ha proposto un viaggio nella storia accompagnati da tre personaggi che hanno segnato profondamente la nostra cultura: Pitagora, Orazio e Federico II.

- **Partecipazione al Festival della Letteratura di Viaggio- Roma**

Dal 29 settembre al 2 ottobre 2022, si è tenuta a Roma la XIII edizione del Festival della Letteratura di Viaggio, promosso sin dal 2008 da Società Geografica Italia ed organizzato dall’Associazione Cultura del Viaggio.

Il Festival ha rappresentato una eccellente occasione di promozione delle destinazioni turistiche nazionali e quindi un importante opportunità di promuovere il turismo lucano. L’APT ha partecipato alla suddetta manifestazione proponendo un evento dedicato alla Basilicata il giorno 1 ottobre 2022, alle ore 20, presso Palazzo Merulana-Roma. L’evento denominato “**Viaggio in Basilicata**” ha visto la partecipazione dell’artista Raffaele Pentasuglia (scultore e disegnatore), di Peppone Calabrese (gastronomo e inviato) e di Antonio Nicoletti (direttore dell’Agenzia di Promozione Territoriale Basilicata), intervistati dal Conduttore del Festival, Tommaso Giartosio. Inoltre, è stata allestita una mostra con n.10 tavole tratte da Carnet de Voyage sui Parchi di Basilicata di Raffaele Pentasuglia, nei giorni 1 e 2 ottobre. Uno spazio di promozione dedicato alla Basilicata ha permesso la diffusione del materiale promozionale delle destinazioni turistiche regionali.

- **Partecipazione alla Settimana dei Lucani a Firenze**

Dal 10 al 17 settembre 2022 si è svolta a Firenze la manifestazione “SETTIMANA LUCANA VI EDIZIONE: RADICI E PERCORSI”, nell’ambito degli eventi dell’Estate Fiorentina 2022, organizzati dalla Città Metropolitana di Firenze. La manifestazione è curata e gestita dall’Associazione Lucana Firenze APS e ha previsto sette giorni di eventi, incontri, concerti e spettacoli dedicati al confronto culturale tra la comunità Toscana e la comunità



lucana. Obiettivo della manifestazione è stata la valorizzazione della tradizione e della cultura lucana e la creazione di una *“nuova immagine della Basilicata”*. L’APT Basilicata ha ritenuto arricchire tale manifestazione con la realizzazione di una importante mostra *“Dentro il paesaggio. Arte del ‘900 nella Basilicata interna”*, che ha previsto l’esposizione di opere pittoriche appartenenti alle collezioni dei principali musei di arte del ‘900 diffusi sul territorio lucano. Curatore della mostra è stato il critico d’arte Antonello Tolve. La mostra è stata allestita nel Palazzo Medici Riccardi, Locali ex Dipendenti di Via de’ Ginori 14 a Firenze, dal 11-30 settembre 2022.

- **Ospitalità dell’Italian Green Road Award a Matera**

Grazie al conferimento del Premio 2021 Menzione Speciale Legambiente per la ciclovia "Da Matera alle Piccole Dolomiti Lucane" alla Regione Basilicata e al consolidamento dell’offerta territoriale sul segmento outdoor & cicloturismo, è stata ospitata in Basilicata l’edizione 2022 dell’ITALIAN GREEN ROAD AWARD che si è svolta dal 2 al 4 giugno 2022. L’evento è volto alla valorizzazione del turismo lento e della sostenibilità ambientale per cui la Basilicata ha dimostrato ormai ampia vocazione.

- **Ospitalità Times and Sunday Times World Travel Award a Matera**

Il News UK Travel Awards 2022 è organizzato da NEWS UK, gruppo editoriale di cui fanno parte The Times, The Sun e The Sunday Times ed è considerato tra i più prestigiosi riconoscimenti del settore dei viaggi, dove si celebrano i vincitori votati dai lettori. L’evento ha rappresentato per Matera e la Basilicata un’opportunità imperdibile di mostrarsi ad un platea internazionale di esperti del settore, i quali hanno avuto un’occasione unica per scoprire i luoghi della più accogliente città del mondo, secondo le statistiche internazionali. L’evento ha avuto luogo i giorni 28 e 29 giugno 2022 a Matera ed il giorno 30 giugno 2022 in Puglia grazie alla collaborazione istituzionale tra Enit, Apt Basilicata e Regione Puglia.

- **Partecipazione al progetto “La valle dei Presepi” Rieti**

La Basilicata, nell’ambito del Progetto denominato “La Valle del Primo Presepe”, ha instaurato un rapporto istituzionale con la Diocesi di Rieti e, in occasione delle celebrazioni per gli ottocento anni della rievocazione del Primo Presepe ad opera di San Francesco, che cadranno nell’anno 2023, affiancherà la Diocesi, mettendo in campo azioni di promozione dei territori della Basilicata e della Valle Santa Reatina che trovino nel presepe l’elemento fondante. Facendo seguito al Protocollo d’intesa stipulato tra questa Agenzia e la Diocesi di Rieti al fine di promuovere la regione lucana e la “Basilicata Sacra”, l’APT ha realizzato presso il Salone Papale del Palazzo Vescovile della Diocesi di Rieti (RI) una mostra dal titolo “Presepi d’artista”, che è stata esposta dal 26 novembre 2022 al 2 febbraio 2023 e che ha ricevuto oltre 20.000 visitatori. La mostra ha riguardato

l'esposizione di n. 8 Presepi provenienti dal Museo Internazionale del Presepio "Vanni Scheiwiller" di Castronuovo Sant'Andrea (PZ).

## Educational Tours

È stato potenziato il rapporto con gli operatori della domanda turistica e i rappresentanti della stampa di settore provenienti dai Paesi di riferimento, anche con l'organizzazione di educ- e press-tours, oltre che con la programmazione di attività di media planning rivolta alla stampa di settore.

Numerosi sono stati i press tour rivolti alla stampa straniera, in generale con la preziosa collaborazione delle sedi ENIT nei mercati esteri.

Inoltre è stato realizzato il progetto PARTI denominato *Educational per Tour Operator (Buy Bas)* deputato all'organizzazione di Educational tour realizzati dalle agenzie di viaggio e rivolti a destinatari specifici.

Le proposte di tour che sono state accettate hanno tutte fornito un apporto turistico molto importante per la Basilicata, dando lustro e risalto a molteplici bellezze e luoghi lucani, dando la possibilità a giornalisti, blogger, tour operator e influencer di promuovere il prodotto turistico lucano in Italia e all'estero. In particolare:

1. ISTAR VIAGGI E TURISMO SAS (Potenza, PZ) - REALIZZAZIONE N.1 EDUCATIONAL TOUR "Tra borghi e città. La Basilicata che non t'aspetti" – 16/19 giugno 2022
2. SCOPICA SRLS (Ivy Tour - Potenza, PZ) - REALIZZAZIONE N.1 EDUCATIONAL TOUR "RITIRO BAGNI DI FORESTA" - maggio 2022
3. SCOPICA SRLS (Ivy Tour - Potenza, PZ) - REALIZZAZIONE N.1 EDUCATIONAL TOUR "Maratea en plein air: non solo mare!" – 29 settembre/2 ottobre 2022
4. TIARE' VIAGGI di Brienza Giulio Massimo (Potenza, PZ) REALIZZAZIONE N.2 EDUCATIONAL TOUR "Potenza ed i suoi borghi tra montagna e al mare" – maggio/giugno 2022
5. MARTULLI SRL (Matera, MT) - REALIZZAZIONE N.1 EDUCATIONAL TOUR "Basilicata esperienziale" - 25/30 settembre 2022
6. A SUD TRAVEL AGENCY di Fornabaio Roberta (Stigliano, MT) - REALIZZAZIONE N.1 EDUCATIONAL TOUR SUL TERRITORIO DELLA BASILICATA "Basilicata Holiday – Alla scoperta delle bellezze artistiche, naturalistiche ed esperienziali del nostro territorio" – 30 giugno/3 luglio 2022
7. EUROPE GO SRL (Matera, MT) - REALIZZAZIONE N.1 TOUR (Matera, Ferrandina, Montescaglioso, Montalbano) – GIUGNO 2022
8. RIDOLA VIAGGI di De Angelis Anna M.G. (Matera, MT) - REALIZZAZIONE N.1 EDUCATIONAL TOUR "Gezziamoci in Basilicata" - 24-28 agosto 2022
9. EASY DREAM di Loguercio Franca (Genzano di Lucania, PZ) – REALIZZAZIONE N.1 EDUCATIONAL TOUR "Basilicata easy" – settembre 2022

10. LETTIERI CARMELINA (Marmo Melandro Viaggi - Picerno, PZ) – REALIZZAZIONE N.1 EDUCATIONAL TOUR “Alla scoperta delle bellezze lucane” – 7/11 settembre 2022
11. MR SERVICE SRL (Elle Viaggi - Tursi, MT) - REALIZZAZIONE N.1 EDUCATIONAL TOUR “Viaggio tra i Luoghi del Turismo in genere sostenibile” – 21-25 settembre 2022
12. CTM CULTURE TOURISM MED SRL (Policoro, MT) – “Educamp in Lucania tra ambiente, cultura, salute e sport” - 23/25 settembre 2022
13. WELCOME LUCANIA (Policoro, MT) – “Welcome Lucania Cultura & Sapori di Basilicata” – 26/29 settembre 2022
14. ALTIERI VIAGGI (Matera, MT) – Realizzazione n. 1 EDUCATIONAL TOUR “Basilicata – cultura e scoperta” – 6/9 ottobre 2022

### I dati sui flussi turistici

Nel 2022 i flussi turistici mondiali sono stati influenzati oltre che ancora dalla pandemia del Covid-19 anche dai gravosi rincari energetici scaturiti dal perdurare del conflitto in Ucraina, che se pur con effetti sociali ed economici meno significativi rispetto al 2021, non hanno consentito la ripresa dei flussi del 2019.

Nel 2022 le strutture ricettive della Basilicata hanno registrato:

**-745.349 arrivi**, il **32,24%** in più del 2021 (181.722), inferiore del 21,3% rispetto al 2019 (meno 198.759);

**-1.795.157 presenze**, il **23,60%** in più del 2020 (423.640), inferiore del 18,84% rispetto al 2019 (meno 515.172).

Il **primo trimestre** del 2022, che rappresenta l'8,81% degli arrivi totali ed il 5,84% delle presenze totali, ha registrato il maggior incremento dei flussi turistici di tutto l'anno con il 214,41% in più di arrivi (65.670 arrivi, 44.783 in più rispetto ai 20.887 del 2021) ed il 105,37% in più di presenze (129.637 presenze, 66.125 in più rispetto ai 63.125 del 2021).

L'incremento è proseguito a tre cifre anche nel **secondo trimestre** con il 162,09% in più di arrivi (210.937 arrivi, 130.455 in più rispetto agli 80.482 del 2021) ed il 116,12% in più di presenze (514.277 presenze, 276.323 in più rispetto ai 237.954 del 2021).

Si precisa che il secondo trimestre del 2022 ha rappresentato il 28,30% degli arrivi totali ed il 23,18% delle presenze totali.

Nel **terzo trimestre**, quello estivo (luglio-settembre), i flussi turistici hanno confermato la buona performance registrata già nel 2021 se pur con un leggero decremento del 0,10% di arrivi (343.829 arrivi, 338 in meno rispetto ai 344.167 del 2021) e con un 7,12% in meno rispetto al 2019 (26.358 arrivi in meno rispetto ai 370.187 del 2019) e con il 4,37% in più di presenze (1.335.626 presenze, 175.349 in più rispetto ai 1.279.640 del 2021) e con un 8,16% in meno rispetto al 2019 (118.737 presenze in meno rispetto al 1.454.363 del 2019).

Il terzo trimestre, quello più significativo per il turismo lucano, nel 2021 ha rappresentato il 46,13% degli arrivi totali ed il 60,20% delle presenze totali.

I dati del **quarto trimestre**, che hanno rappresentato il 16,76% degli arrivi totali ed il 10,78% delle presenze totali, se comparati al 2019 sono ancora negativi, con gli arrivi con meno 24,49% e le presenze con meno 30,51%; tuttavia, risultano positivi se comparati allo stesso periodo del 2021 con gli arrivi che ammontano a più 16,76%, 124.913 (6.822 in più rispetto ai 118.091 del 2021) e le presenze a più 10,78%, 239.257 (24.829 in più rispetto ai 214.428 del 2021).

Passando all'analisi delle provenienze, nel 2022 quelle straniere hanno rappresentato la vera ripresa dei flussi turistici superando il rapporto stranieri/italiani mai raggiunto in Basilicata, quello del 14,35%, raggiungendo quasi i livelli del 2019 con 154.925 arrivi (3.424 in meno rispetto ai 158.349 del 2019) e facendo registrare un 153,49% in più rispetto al 2021 (93.808 in più rispetto ai 61.117 del 2021) e con 318.474 presenze (22.698 in meno rispetto ai 341.173 del 2019) facendo registrare un 153,58% in più rispetto al 2021 (192.885 in più rispetto ai 125.590 del 2021).

Rispetto al 2021, si segnala il riposizionamento dalla terza alla seconda posizione degli **Stati Uniti d'America**, che sono passati da 6.757 arrivi del 2021 a 22.756 del 2022 (più del 236,78%), rappresentando nel 2022 il 3,05% degli Arrivi Totali (AT) e il 14,69% di Arrivi Totali Stranieri (ATS), e da 12.695 presenze del 2021 a 44.958 del 2022 (più 254,14%), il 2,03% delle Presenze Totali (PT), ed il 14,12% delle Presenze Totali Straniere (PTS). La prima posizione nel 2022 è confermata dalla **Francia**, terza nel 2019, che è passata da 13.803 arrivi del 2021 a 25.404 del 2022 (più 84,05%), registrando un incremento del 27,10% anche rispetto al 2019 (5.417 arrivi in più rispetto ai 19.987 del 2019) ed è passata da 24.571 presenze del 2021 a 45.200 del 2022 (più 83,96%), registrando un incremento del 22,32% anche rispetto al 2019 (8.249 presenze in più rispetto ai 36.951 del 2019). La Francia, nel 2022, ha rappresentato il 3,41% degli Arrivi Totali (AT) ed il 16,40% degli Arrivi Totali Stranieri (ATS), e il 2,04% delle Presenze Totali (PT), ed il 14,19% delle Presenze Totali Straniere (PTS).

E' declassata, dalla seconda alla terza posizione della graduatoria delle provenienze straniere, la **Germania** che ha comunque registrato nel 2022, 13.792 arrivi, 6.147 in più (80,41%) dei 7.645 del 2021, rappresentando nel 2022 il 1,85% degli Arrivi Totali (AT) e l'8,90% degli Arrivi Totali Stranieri (ATS), e 32.709 presenze, 13.902 in più (73,92%) delle 18.807 del 2021, rappresentando nel 2022, l'1,47% delle Presenze Totali (PT), ed il 10,27% delle Presenze Totali Straniere (PTS).

Mentre, delle provenienze italiane nel 2022, le prime tre posizioni, oltretutto confermate nel quadriennio 2019-2022, sono rappresentate dalla **Puglia**, che costituisce il 25,24% degli Arrivi Totali (AT) ed il 20,00% degli Arrivi Totali Italiani (ATI) ed il 23,93% delle Presenze Totali (PT) ed il 20,49% delle Presenze Totali Italiane (PTI), con 149.034 arrivi e 454.741 presenze (rispettivamente con più 22,55% degli arrivi e con più 16,45% delle presenze rispetto al 2021), dalla **Campania**, che costituisce il 18,10% degli Arrivi Totali (AT) ed il 14,34% degli Arrivi Totali Italiani (ATI) ed il 23,93% delle Presenze Totali (PT) ed il 20,49% delle Presenze Totali Italiane (PTI) con 106.864 arrivi e 438.574 presenze (rispettivamente con più del 29,61% degli arrivi e con più del 19,61% delle presenze rispetto al 2021) e dal **Lazio**, che costituisce l'8,90% degli Arrivi Totali (AT) e l'11,23%

degli Arrivi Totali Italiani (ATI) ed il 10,87% delle Presenze Totali (PT) e l'11,23% delle Presenze Totali Italiane (PTI), con 66.332 arrivi e 241.104 presenze (rispettivamente con più del 25,21 degli arrivi e con più del 21,04% delle presenze rispetto al 2021).

In appresso si riportano alcuni estratti del "Compendio Statistico 2022" e del "SIST - Dati Web".

Fig. 1 - Prospetto riepilogativo dei dati turistici regionali nel biennio 2021-2022

	2021	2022	Var. Num.	Var. %
<b>Capacità ricettiva:</b>				
Esercizi ricettivi	1.488	1.518	30	2,02%
Posti letto <sup>(1)</sup>	42.111	43.282	1.171	2,78%
Posti letto netti <sup>(2)</sup>	35.121	37.451	2.330	6,63%
Giornate letto disponibili <sup>(3)</sup>	5.844.610	6.362.100	517.490	8,85%
Giornate letto disponibili nette <sup>(4)</sup>	5.009.748	5.461.750	452.001	9,02%
<b>Movimento dei clienti:</b>				
<b>ARRIVI</b>				
Stranieri	61.117	154.925	93.808	153,49%
Italiani	502.510	590.424	87.914	17,49%
<b>TOTALE</b>	<b>563.627</b>	<b>745.349</b>	<b>181.722</b>	<b>32,24%</b>
<b>PRESENZE</b>				
Stranieri	125.590	318.475	192.885	153,58%
Italiani	1.669.567	1.900.322	230.755	13,82%
<b>TOTALE</b>	<b>1.795.157</b>	<b>2.218.797</b>	<b>423.640</b>	<b>23,60%</b>
<b>Analisi del movimento:</b>				
Permanenza media	3,19	2,98	-0,21	
Tasso medio di occupazione <sup>(5)</sup>	30,71%	34,88%		4,16%
Tasso medio di occupazione netto <sup>(6)</sup>	35,83%	40,62%		4,79%

(1) Numero di posti letto complessivi (standard + aggiugnibili).

(2) Numero di posti letto netti (standard, esclusi quelli aggiugnibili).

(3) Giornate Letto Disponibili (GLD), ovvero numero di posti letto (standard + aggiugnibili) per giornate di effettiva apertura nell'anno di riferimento.

(4) Giornate Letto Disponibili nette (GLD nette), ovvero numero di posti letto (standard, esclusi quelli aggiugnibili) per giornate di effettiva apertura nell'anno di riferimento.

(5) Tasso medio di occupazione: rapporto tra le presenze registrate e le GLD (3).

(6) Tasso medio di occupazione netto: rapporto tra le presenze registrate e le GLD nette (4).

Fig. 2 - Prospetto riepilogativo dei dati turistici nel quadriennio 2019-2022 suddiviso per le principali aree territoriali della Basilicata

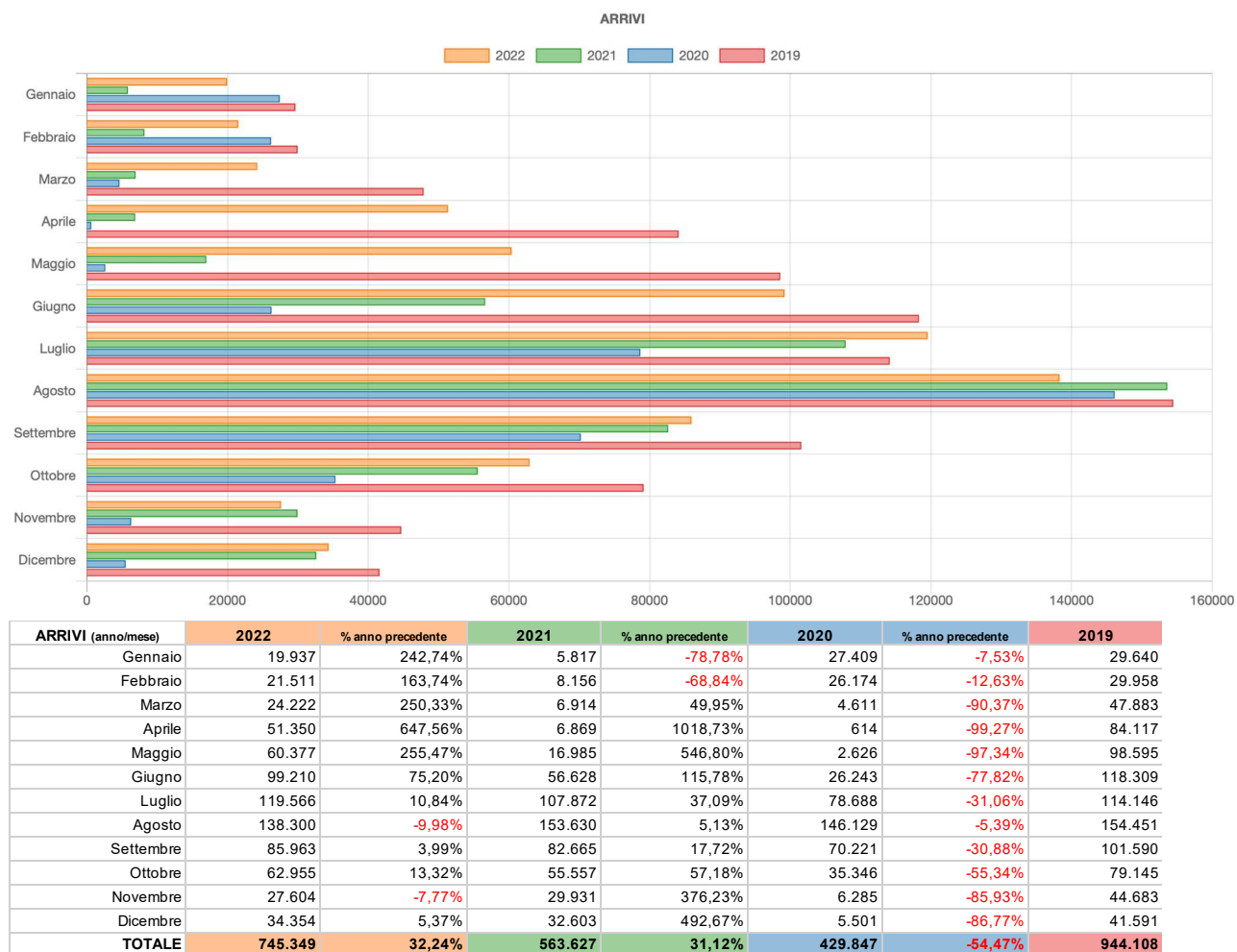
AREE TERRITORIALI	CONSISTENZA RICETTIVA										MOVIMENTO CLIENTI													
	ESERCIZI					POSTI LETTO					ARRIVI					PRESENZE								
	2019	2020	2021	2022	2022-2021	% sul Totale	2019	2020	2021	2022	2022-2021	% sul Totale	2019	2020	2021	2022	2022-2021	% sul Totale						
Provincia di Potenza	569	578	596	616	3,36%	40,58%	14.569	14.539	14.578	14.704	0,86%	33,97%	262.085	143.104	183.166	211.472	15,45%	28,37%	700.650	419.186	535.695	555.044	3,61%	25,02%
Provincia di Matera	947	916	892	902	1,12%	59,42%	28.597	27.866	27.533	28.578	3,80%	66,03%	682.023	286.743	380.461	533.877	40,32%	71,63%	2.033.319	956.973	1.259.462	1.663.753	32,10%	74,98%
Città di Potenza	36	39	41	40	-2,44%	2,64%	1.038	1.055	1.067	1.063	-0,37%	2,46%	36.009	16.822	21.510	26.847	24,81%	3,60%	65.816	42.352	47.896	47.233	-1,38%	2,13%
Città di Matera	718	703	676	679	0,44%	44,73%	6.566	6.655	6.454	6.571	1,81%	15,18%	388.158	158.244	214.169	316.487	47,77%	42,46%	730.434	253.250	345.187	537.292	55,65%	24,22%
Città di Maratea	67	69	69	71	2,90%	4,68%	3.904	3.923	3.889	3.909	0,51%	9,03%	62.348	37.980	48.968	53.963	10,20%	7,24%	244.369	155.159	212.608	203.521	-4,27%	9,17%
Costa Jonica	122	113	115	121	5,22%	7,97%	20.259	19.522	19.388	20.321	4,81%	46,95%	274.801	122.622	160.689	211.421	31,57%	28,37%	1.263.867	688.776	901.375	1.112.391	23,41%	50,13%
Pollino	127	128	138	145	5,07%	9,55%	2.686	2.367	2.663	2.680	0,64%	6,19%	40.236	18.124	24.430	22.407	-8,28%	3,01%	93.329	35.579	44.585	42.113	-5,54%	1,90%
AREA 1 - Alto Basento	93	88	93	98	5,38%	6,46%	1.293	1.251	1.298	1.332	2,62%	3,08%	14.007	9.738	10.562	12.300	16,46%	1,65%	23.186	18.537	20.111	26.056	29,56%	1,17%
AREA 2 - Bradanica	56	49	50	50	0,00%	3,29%	676	603	603	586	-2,82%	1,35%	4.999	1.833	2.450	2.703	10,33%	0,36%	10.404	4.375	5.474	5.710	4,31%	0,26%
AREA 3 - Lagonegrese - Pollino	222	227	233	242	3,86%	15,94%	7.330	7.314	7.235	7.274	0,54%	16,81%	116.036	65.963	85.833	93.291	8,69%	12,52%	356.476	205.531	275.622	269.049	-2,38%	12,13%
AREA 4 - Marmo Platano - Melandrio	47	49	52	55	5,77%	3,62%	1.088	1.101	1.099	1.125	2,37%	2,60%	25.366	12.033	14.924	19.878	33,19%	2,67%	53.543	33.903	44.093	50.844	15,31%	2,29%
AREA 5 - Metapontino	144	135	137	142	3,65%	9,35%	20.675	19.925	19.793	20.722	4,69%	47,88%	275.710	123.204	161.513	211.650	31,04%	28,40%	1.265.482	690.204	903.224	1.113.055	23,23%	50,16%
AREA 6 - Montagna Materana	29	29	31	31	6,90%	2,04%	680	683	683	699	2,34%	1,61%	13.156	3.462	2.329	3.037	30,40%	0,41%	26.999	9.144	5.577	7.696	38,00%	0,35%
AREA 7 - Val D'Agri	80	80	78	81	3,85%	5,34%	1.683	1.644	1.638	1.650	1,34%	3,84%	19.537	10.711	15.984	19.227	20,29%	2,58%	63.857	46.420	59.622	58.639	-1,65%	2,64%
AREA 8 - Vulture - Alto Bradano	91	95	99	100	1,01%	6,59%	2.137	2.174	2.241	2.250	0,40%	5,20%	51.130	27.837	34.353	39.929	16,23%	5,36%	137.772	72.443	88.351	103.223	16,83%	4,65%
<b>TOTALI (intera regione)</b>	<b>1.516</b>	<b>1.494</b>	<b>1.488</b>	<b>1.518</b>	<b>2,02%</b>	<b>100,00%</b>	<b>43.166</b>	<b>42.405</b>	<b>42.111</b>	<b>43.282</b>	<b>2,78%</b>	<b>100,00%</b>	<b>944.108</b>	<b>429.847</b>	<b>563.627</b>	<b>745.349</b>	<b>32,24%</b>	<b>100,00%</b>	<b>2.733.969</b>	<b>1.376.159</b>	<b>1.795.157</b>	<b>2.218.797</b>	<b>23,60%</b>	<b>100,00%</b>



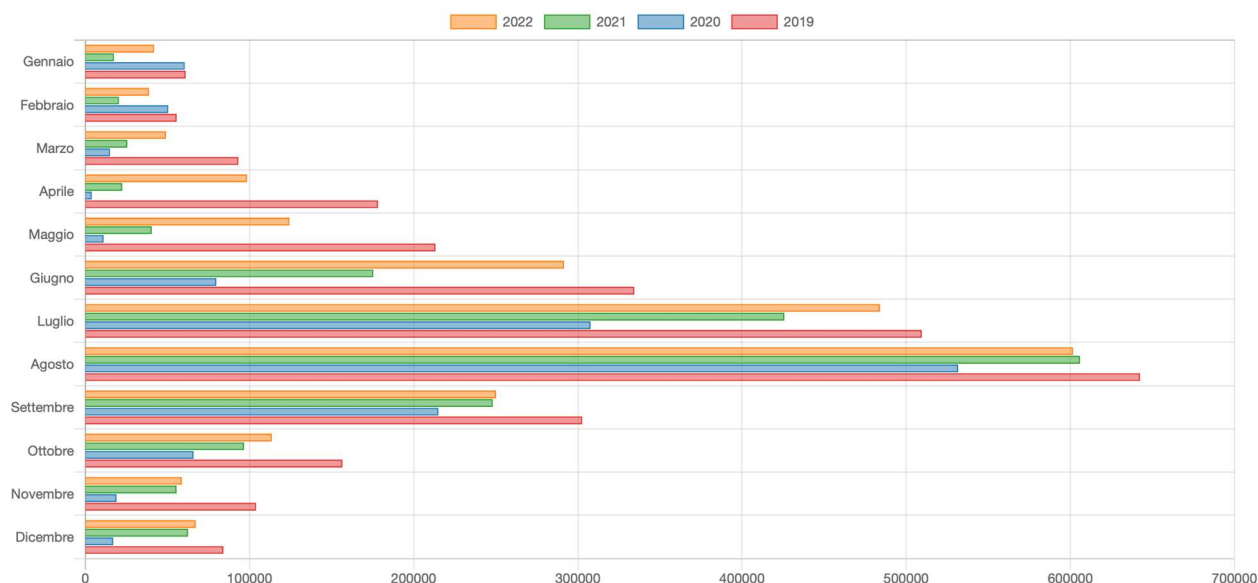
Fig. 5 - Prospetto riepilogativo del movimento turistico della Basilicata suddiviso per tipologia ricettiva nel quadriennio 2019-2022

TIPOLOGIA	Anno 2022							Anno 2021			Anno 2020			Anno 2019		
	Arrivi			Presenze			PM	Arrivi	Presenze	PM	Arrivi	Presenze	PM	Arrivi	Presenze	PM
	num.	% tot.	diff % ap	num.	% tot.	diff % ap										
<b>ALBERGHIERI</b>																
Alberghi a 4-5 stelle	107.082	33,8%	59,9%	202.106	37,6%	73,4%	1,89	66.960	116.583	1,74	46.960	78.594	1,67	129.964	280.247	3,09
Alberghi a 3 stelle e RTA	51.165	16,2%	42,0%	79.406	14,8%	46,2%	1,55	36.044	54.309	1,51	28.518	42.976	1,51	59.596	96.139	2,54
Alberghi a 2-1 stella	7.383	2,3%	23,9%	10.239	1,9%	21,1%	1,39	5.961	8.455	1,42	3.513	5.506	1,57	4.873	7.367	2,65
<b>Totale alberghieri</b>	<b>165.630</b>	<b>52,3%</b>	<b>52,0%</b>	<b>291.751</b>	<b>54,3%</b>	<b>62,7%</b>	<b>1,76</b>	<b>108.965</b>	<b>179.347</b>	<b>1,65</b>	<b>78.991</b>	<b>127.076</b>	<b>1,61</b>	<b>194.433</b>	<b>383.753</b>	<b>1,97</b>
<b>EXTRALBERGHIERI</b>																
Agriturismi - Locande rurali	5.431	1,7%	27,7%	9.622	1,8%	24,0%	1,77	4.254	7.761	1,82	2.897	6.891	2,38	5.081	10.634	7,70
Affittacamere	94.423	29,8%	46,1%	144.017	26,8%	50,5%	1,53	64.616	95.688	1,48	45.578	66.910	1,47	94.752	158.240	4,59
Case vacanze	30.845	9,7%	34,8%	56.785	10,6%	40,5%	1,84	22.880	40.408	1,77	19.320	34.415	1,78	54.981	106.623	2,36
Bed & Breakfast	13.597	4,3%	38,7%	22.964	4,3%	43,1%	1,69	9.804	16.049	1,64	8.129	12.612	1,55	29.629	51.174	2,61
Altri esercizi extra-alberghieri	6.561	2,1%	79,8%	12.153	2,3%	104,8%	1,85	3.650	5.934	1,63	3.329	5.346	1,61	9.282	20.010	1,84
<b>Totale extralberghieri</b>	<b>150.857</b>	<b>47,7%</b>	<b>43,4%</b>	<b>245.541</b>	<b>45,7%</b>	<b>48,1%</b>	<b>1,63</b>	<b>105.204</b>	<b>165.840</b>	<b>1,58</b>	<b>79.253</b>	<b>126.174</b>	<b>1,59</b>	<b>193.725</b>	<b>346.681</b>	<b>1,79</b>
<b>Totale complessivo</b>	<b>316.487</b>	<b>100,0%</b>	<b>47,8%</b>	<b>537.292</b>	<b>100,0%</b>	<b>55,7%</b>	<b>1,70</b>	<b>214.169</b>	<b>345.187</b>	<b>1,61</b>	<b>158.244</b>	<b>253.250</b>	<b>1,60</b>	<b>388.158</b>	<b>730.434</b>	<b>1,88</b>

Fig. 6 – grafico e dati degli arrivi e delle presenze del movimento turistico dal 2018 al 2021 per mese



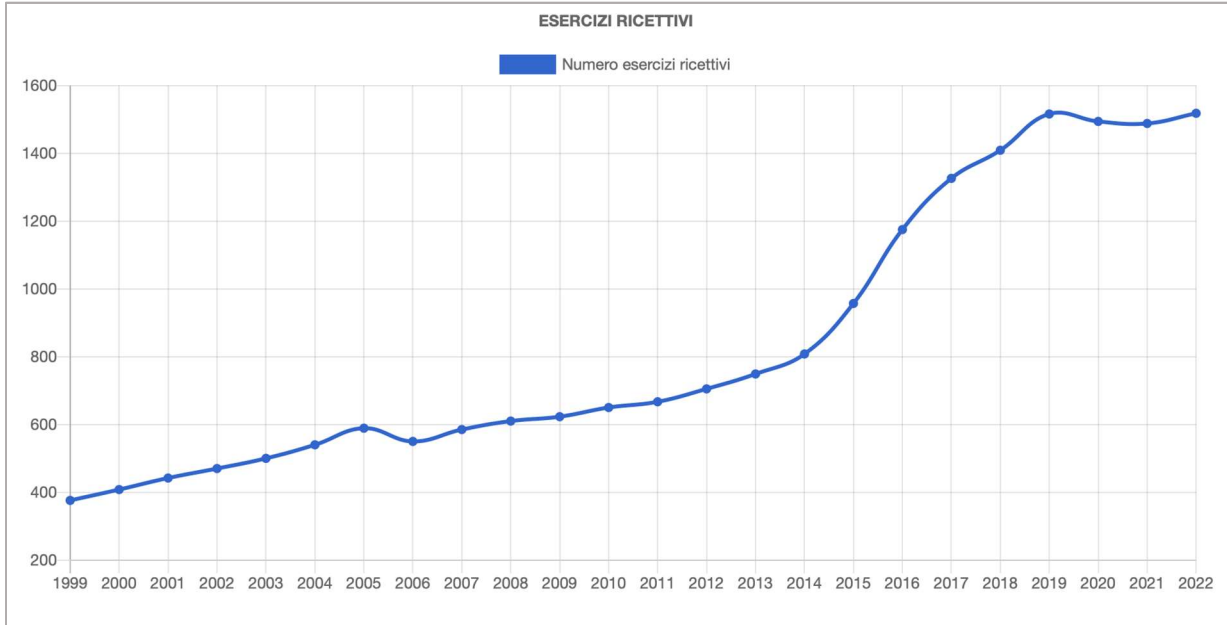
PRESENZE



PRESENZE (anno/mese)	2022	% anno precedente	2021	% anno precedente	2020	% anno precedente	2019
Gennaio	41.858	141,09%	17.362	-71,30%	60.500	-0,79%	60.983
Febbraio	38.709	90,18%	20.354	-59,64%	50.430	-9,11%	55.483
Marzo	49.070	93,12%	25.409	69,87%	14.958	-83,95%	93.170
Aprile	98.398	341,90%	22.267	480,78%	3.834	-97,85%	178.172
Maggio	124.331	208,22%	40.338	266,58%	11.004	-94,84%	213.226
Giugno	291.548	66,27%	175.349	119,98%	79.713	-76,15%	334.246
Luglio	483.941	13,67%	425.728	38,37%	307.668	-39,60%	509.401
Agosto	601.509	-0,71%	605.783	13,96%	531.557	-17,25%	642.346
Settembre	250.176	0,82%	248.139	15,40%	215.020	-28,95%	302.616
Ottobre	113.476	17,56%	96.522	46,71%	65.790	-57,95%	156.459
Novembre	58.684	5,89%	55.420	193,55%	18.879	-81,83%	103.889
Dicembre	67.097	7,38%	62.486	271,81%	16.806	-79,99%	83.978
<b>TOTALE</b>	<b>2.218.797</b>	<b>23,60%</b>	<b>1.795.157</b>	<b>30,45%</b>	<b>1.376.159</b>	<b>-49,66%</b>	<b>2.733.969</b>

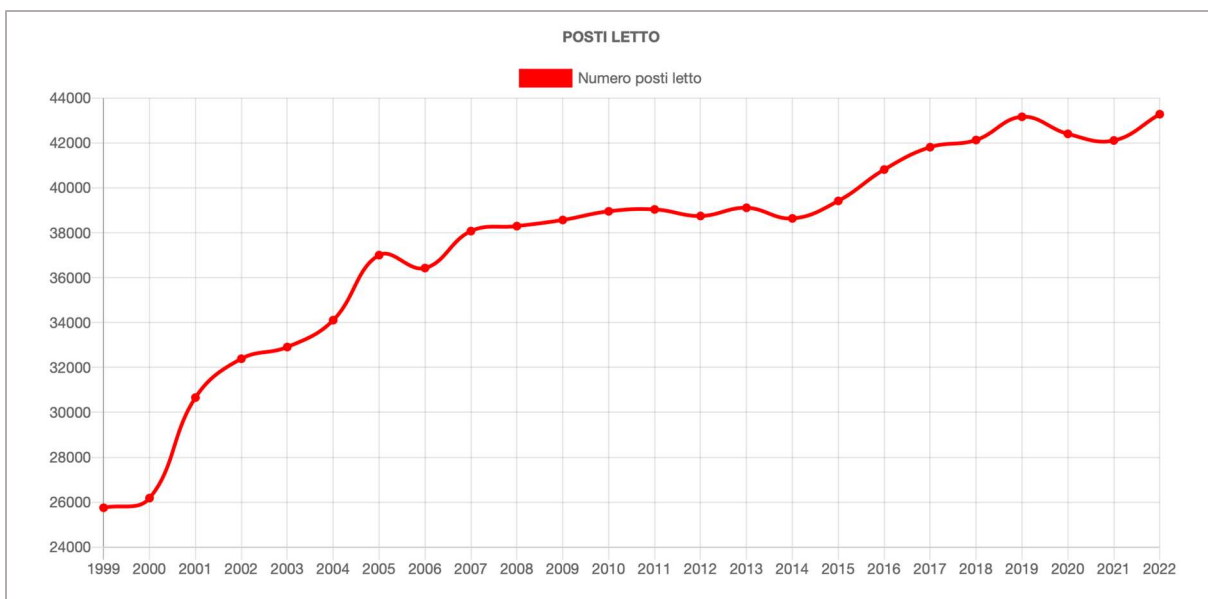


Fig. 7 – grafico e dati della consistenza ricettiva della Basilicata nel periodo 1999-2022 – esercizi ricettivi



TIPOLOGIA	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ALBERGHIERI</b>																								
Alberghi a 5 stelle	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	5	5	5	5	5	6	8	10	10	10	10
Alberghi a 4 stelle	23	23	30	31	32	33	34	34	37	38	41	45	43	48	49	49	50	52	54	53	56	56	56	60
Alberghi a 3 stelle	82	83	86	93	95	102	106	103	114	117	118	121	117	116	116	114	114	116	112	110	108	108	108	108
Alberghi a 2 stelle	59	57	60	59	53	57	57	54	50	46	44	43	42	40	40	38	36	31	34	30	31	31	30	30
Alberghi a 1 stella	25	32	34	29	28	28	29	27	26	26	26	23	23	22	20	18	17	15	15	14	13	13	12	11
Residenze Turistico Alberghiere	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	7	7	7	7	7	7	6	7	7	9	10
<b>Totale alberghieri</b>	<b>191</b>	<b>197</b>	<b>214</b>	<b>217</b>	<b>213</b>	<b>225</b>	<b>231</b>	<b>223</b>	<b>232</b>	<b>233</b>	<b>236</b>	<b>238</b>	<b>234</b>	<b>238</b>	<b>237</b>	<b>231</b>	<b>227</b>	<b>224</b>	<b>232</b>	<b>223</b>	<b>227</b>	<b>225</b>	<b>225</b>	<b>229</b>
<b>EXTRALBERGHIERI</b>																								
Campeggi <sup>(1)</sup>	12	12	13	13	13	13	12	11	11	11	12	12	12	11	10	9	9	9	8	8	8	8	8	8
Villaggi camping (ex turistici) <sup>(1)</sup>	2	2	2	3	3	3	4	4	5	5	5	5	6	7	7	9	9	10	8	8	8	8	8	8
Affittacam-Case vacanza-Rifugi	26	27	30	33	39	40	44	42	52	66	72	76	75	97	135	170	273	437	545	607	687	687	682	699
Agriturismo-Localde rurali	141	165	175	189	207	220	247	198	196	190	175	169	161	153	141	146	146	146	137	140	149	149	131	132
Ostelli per la Gioventù	1	1	1	2	3	3	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	7	6	6	6	8	8
Case per ferie-Case religiose	3	4	6	9	7	7	8	7	8	8	9	9	9	10	10	9	9	9	9	9	9	9	8	8
Bed&Breakfast	1	1	4	15	29	40	61	77	92	111	137	165	184	205	230	280	335	380	408	422	422	418	426	426
<b>Totale extralberghieri</b>	<b>186</b>	<b>211</b>	<b>228</b>	<b>253</b>	<b>287</b>	<b>315</b>	<b>358</b>	<b>327</b>	<b>353</b>	<b>377</b>	<b>388</b>	<b>412</b>	<b>433</b>	<b>467</b>	<b>512</b>	<b>577</b>	<b>730</b>	<b>951</b>	<b>1.094</b>	<b>1.186</b>	<b>1.289</b>	<b>1.289</b>	<b>1.263</b>	<b>1.289</b>
<b>Totale complessivo</b>	<b>376</b>	<b>408</b>	<b>442</b>	<b>470</b>	<b>500</b>	<b>540</b>	<b>589</b>	<b>550</b>	<b>585</b>	<b>610</b>	<b>623</b>	<b>650</b>	<b>667</b>	<b>705</b>	<b>749</b>	<b>808</b>	<b>957</b>	<b>1.175</b>	<b>1.326</b>	<b>1.409</b>	<b>1.516</b>	<b>1.514</b>	<b>1.488</b>	<b>1.518</b>

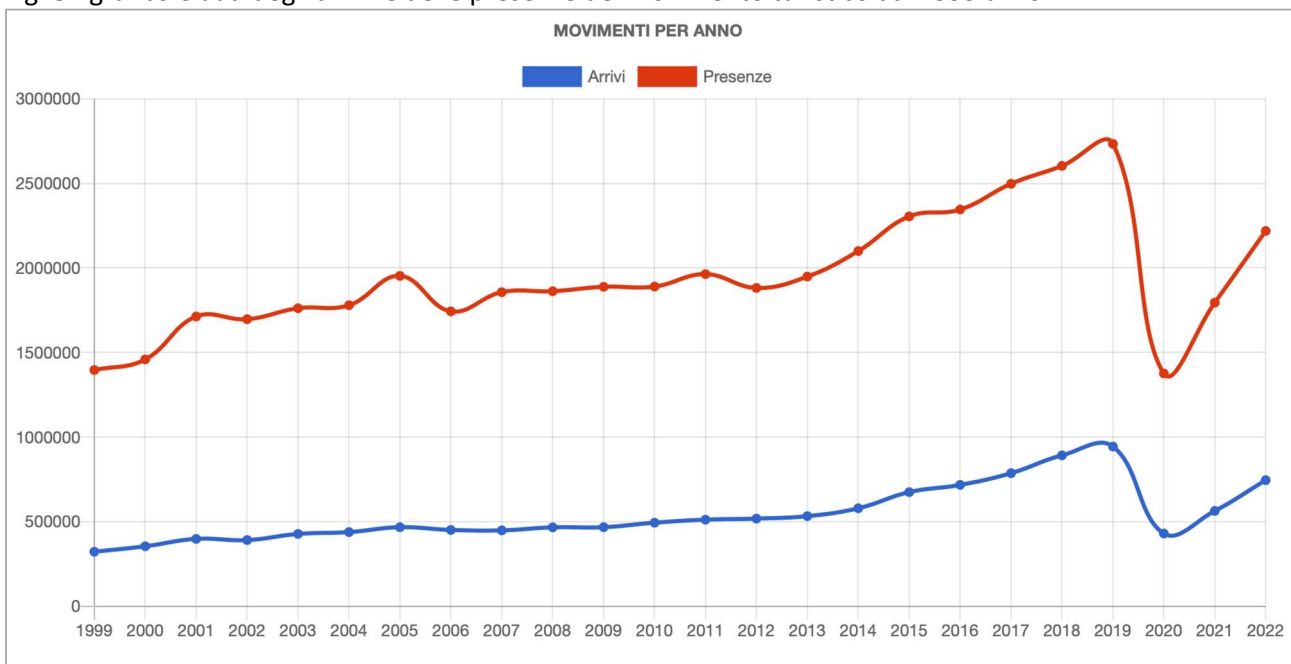
Avvertenze: i dati sono relativi agli esercizi ricettivi aperti durante l'anno di riferimento, anche se solo per un breve periodo (Capacità lorda). I posti letto sono il totale di quelli standard + aggiungibili; per i campeggi ed i villaggi turistici è indicata la capacità complessiva degli site



TIPOLOGIA	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ALBERGHIERI</b>																								
Alberghi a 5 stelle	65	65	95	95	95	95	95	95	95	137	137	137	439	457	457	429	414	414	471	620	748	748	762	757
Alberghi a 4 stelle	3.619	3.582	5.545	5.690	6.111	6.476	7.315	7.323	8.135	8.055	8.105	8.301	8.359	9.457	10.056	9.962	10.046	10.088	10.302	10.247	10.388	10.557	10.253	10.678
Alberghi a 3 stelle	8.142	8.200	8.295	8.820	8.937	9.215	9.515	9.379	9.759	9.851	9.854	9.948	9.638	8.369	8.346	8.160	8.031	8.077	8.115	7.779	7.611	7.528	7.439	7.447
Alberghi a 2 stelle	1.938	1.782	1.970	1.905	1.574	1.799	1.876	1.810	1.569	1.554	1.508	1.520	1.496	1.370	1.381	1.282	1.187	973	1.129	938	978	978	959	958
Alberghi a 1 stella	393	568	601	538	525	525	553	528	517	531	531	480	480	466	427	396	371	342	352	329	317	317	306	293
Residenze Turistico Alberghiere	320	320	1.523	1.900	1.900	1.900	2.312	2.312	2.312	2.312	2.312	2.312	2.909	2.973	2.973	2.973	2.973	2.973	2.974	2.956	3.054	3.054	3.088	3.640
<b>Totale alberghieri</b>	<b>14.477</b>	<b>14.517</b>	<b>18.029</b>	<b>18.948</b>	<b>19.142</b>	<b>20.010</b>	<b>21.666</b>	<b>21.447</b>	<b>22.387</b>	<b>22.440</b>	<b>22.447</b>	<b>22.698</b>	<b>23.321</b>	<b>23.092</b>	<b>23.640</b>	<b>23.202</b>	<b>23.022</b>	<b>22.867</b>	<b>23.343</b>	<b>22.869</b>	<b>23.096</b>	<b>23.162</b>	<b>22.807</b>	<b>23.773</b>
<b>EXTRALBERGHIERI</b>																								
Campaggi <sup>(1)</sup>	7.840	7.840	8.440	8.440	8.440	8.440	8.000	7.920	7.920	7.920	8.240	8.240	7.790	6.990	6.790	6.040	5.840	5.840	5.240	5.070	5.070	4.488	4.488	4.453
Villaggi campeggi (ex turistici) <sup>(1)</sup>	1.371	1.371	1.371	1.395	1.395	1.395	2.004	2.004	2.039	2.056	2.056	2.058	2.104	2.512	2.512	2.797	3.084	3.549	2.385	2.763	2.638	2.638	2.638	2.638
Affittacam - Case vacanza-Rifugi	296	306	339	470	576	617	709	665	1.141	1.235	1.259	1.294	1.198	1.415	1.658	1.850	2.475	3.409	5.419	5.896	6.492	6.492	6.693	6.871
Agriturismi-Località rurali	1.573	1.900	2.125	2.419	2.668	2.888	3.720	3.333	3.428	3.371	3.184	3.123	2.906	2.837	2.527	2.673	2.661	2.577	2.557	2.566	2.818	2.818	2.385	2.400
Ostelli per la Gioventù	21	21	21	93	123	123	123	199	199	220	200	200	212	212	182	271	271	291	318	242	242	242	322	322
Case per ferie-Case religiose	172	225	327	604	466	466	529	495	515	515	562	562	562	632	630	483	478	478	478	478	478	478	478	438
Bed&Breakfast			6	20	100	168	253	365	446	540	622	790	947	1.058	1.174	1.324	1.588	1.804	2.073	2.247	2.332	2.332	2.340	2.387
<b>Totale extralberghieri</b>	<b>11.273</b>	<b>11.663</b>	<b>12.629</b>	<b>13.441</b>	<b>13.768</b>	<b>14.097</b>	<b>15.338</b>	<b>14.981</b>	<b>15.688</b>	<b>15.857</b>	<b>16.123</b>	<b>16.257</b>	<b>15.719</b>	<b>15.656</b>	<b>15.473</b>	<b>15.438</b>	<b>16.397</b>	<b>17.948</b>	<b>18.470</b>	<b>19.262</b>	<b>20.070</b>	<b>19.488</b>	<b>19.304</b>	<b>19.509</b>
<b>Totale complessivo</b>	<b>25.750</b>	<b>26.180</b>	<b>30.658</b>	<b>32.389</b>	<b>32.910</b>	<b>34.107</b>	<b>37.004</b>	<b>36.428</b>	<b>38.075</b>	<b>38.297</b>	<b>38.670</b>	<b>38.955</b>	<b>39.040</b>	<b>38.748</b>	<b>39.113</b>	<b>38.640</b>	<b>38.419</b>	<b>40.815</b>	<b>41.813</b>	<b>42.131</b>	<b>43.166</b>	<b>42.676</b>	<b>42.111</b>	<b>43.282</b>

Avvertenze: i dati sono relativi agli esercizi ricettivi aperti durante l'anno di riferimento, anche se solo per un breve periodo (Capacità lorda). I posti letto sono il totale di quelli standard + aggiuntivi, per i campeggi ed i villaggi turistici è indicata la capacità complessiva degli site

Fig. 8 - grafico e dati degli arrivi e delle presenze del movimento turistico dal 1999 al 2022



ANNO	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Arrivi</b>	322.148	354.475	398.032	391.140	427.286	438.263	467.030	451.056	448.546	466.280	467.284	493.828	511.677	517.901	532.666	579.111	674.461	717.270	786.775	892.087	944.108	429.847	563.627	745.349
% anno prec.		10,03%	12,29%	-1,73%	9,24%	2,57%	6,56%	-3,42%	-0,56%	3,95%	0,22%	5,68%	3,61%	1,22%	2,85%	8,72%	16,46%	6,35%	9,69%	13,39%	5,83%	-54,47%	31,12%	32,24%
<b>Presenze</b>	1.396.404	1.459.280	1.712.965	1.687.120	1.781.876	1.779.592	1.953.150	1.743.528	1.856.789	1.882.373	1.888.686	1.890.108	1.963.474	1.881.814	1.949.123	2.100.063	2.304.939	2.345.583	2.497.581	2.603.624	2.733.969	1.376.159	1.795.157	2.218.797
% anno prec.		4,50%	17,38%	-0,93%	3,82%	1,01%	9,75%	-10,73%	6,50%	0,30%	1,41%	0,07%	3,88%	-4,16%	3,58%	7,75%	9,75%	1,76%	6,48%	4,25%	5,01%	-49,66%	30,45%	23,62%

## La sezione “progetti speciali”: anno 2022

- **Progetto THEMATIC – Interreg Adrion**

L’anno 2022 è stato un anno centrale per il progetto Thematic, finanziato nell’ambito del programma di cooperazione territoriale Interreg Adrion, con capofila l’Università degli Studi della Basilicata, che si pone come obiettivo principale di promuovere lo sviluppo di un’economia turistica sostenibile e accessibile nella regione ADRION, basata su risorse naturali, culturali e storiche.

Infatti, anzitutto, si è consolidata la rete permanente che, durante il progetto, ha consentito di sviluppare un piano d’azione di obiettivi condivisi, con la creazione di strumenti comuni per investimenti materiali e immateriali per il turismo tematico, incluso un repertorio di migliori pratiche e linee guida per studi di fattibilità per investimenti pubblici e privati nel campo del turismo culturale, così come emerso anche durante gli incontri svoltosi ad Atene il 13/07/2022 e il 14/07/2022 presso il Ministero della Governance digitale (study visit, un workshop ed uno steering committee) a cui ha partecipato anche l’APT.

Inoltre sono state realizzate diverse azioni nell’ambito del progetto. In particolare l’APT Basilicata ha promosso una APP pilota specifica per dispositivi mobili (smartphone e tablet), realizzata nel 2021 e dedicata alla valorizzazione di 21 itinerari cicloturistici, estesi a tutto il territorio regionale per totali 1729 km, in tutti gli appuntamenti fieristici ed eventi a cui ha partecipato, con particolare riferimento agli appuntamenti dedicati al “turismo all’aria aperta”.

Inoltre è stato realizzato un video a 360° relativo ad uno degli itinerari inseriti nella App, visibile attraverso un Oculus e “pedalando” su una bicicletta. Prodotti facilmente trasportabili che promuovono il cicloturismo di Basilicata all’interno delle fiere di settore e degli eventi dedicati a cui partecipa l’APT.

In particolare, tali prodotti, sono stati presentati all’interno di una fiera internazionale di settore la “BITESP – Borsa Internazionale del Turismo Esperienziale”, che si è svolta a Venezia, dal 23 al 25 novembre 2022, con molta affluenza di pubblico e di scuole che, pedalando, hanno avuto modo di scoprire le bellezze della Basilicata.

*Attività in itinere, conclusione prevista nel 2023.*

- **Programma Quadro dell’Unione Europea (UE) HORIZON 2020** per la ricerca e l’innovazione, call for proposal: “TRANSFORMATIONS-04-2019-2020 Innovative approaches to urban and regional development through cultural tourism”, ha candidato il progetto “Be.CULTOUR | Beyond CULTural TOURism: heritage innovation networks as drivers of Europeanisation towards a human-centred and circular tourism economy.

Il progetto prevede interventi rivolti agli innovatori ed alle imprese nei settori del turismo sostenibile e della valorizzazione del patrimonio culturale, attraverso lo sviluppo di servizi e prodotti innovativi per il turismo culturale “circolare” in sei aree pilota europee, tra le quali l’area del Vulture Alto – Bradano sita in Basilicata, individuata – dall’Apt Basilicata - quale area pilota per una sperimentazione territoriale che adotti i principi dell’economia circolare e la metodologia del living lab per promuovere la cultura e il turismo sostenibile.

Tra le attività principali, realizzate nell’ambito del progetto per l’anno 2022, vi è stata la selezione di n. 3 soluzioni innovative inerenti l’area pilota del Vulture Alto – Bradano, che hanno partecipato gratuitamente ad un Hackaton svoltosi a Bruxelles dal 7 al 9 settembre 2022, insieme a personale APT, nonché ad un periodo di accelerazione di quattro mesi, consistente in un programma di istruzione e formazione per la crescita delle imprese.

L’APT ha inoltre partecipato agli incontri che si tengono mensilmente con tutti i Partner di progetto nonché le c.d. *Mirror Region* (individuate attraverso una call) che riguardano in particolare le attività di comunicazione e condivisione volte alla creazione di *hub* tematici dove appunto condividere notizie e opportunità varie a partire dalla opportunità di finanziamento nel campo del turismo circolare e culturale, trasferimento di *best practices*, connessioni all'interno e all'esterno delle reti locali, promuovendo la cooperazione culturale regionale europea nelle aree di innovazione dei progetti.

Altra importante attività svolta nel 2022 è stata la predisposizione e consegna di un Action Plan, così come previsto da progetto, predisposto in coerenza con il Piano strategico del Marketing Turistico dell’APT.

*Attività in itinere, conclusione prevista nel 2024.*

Nell’ambito del **programma P.A.R.T.I. Basilicata**, finanziato dal Dipartimento Politiche di Sviluppo Economico, il lavoro e servizi alla Comunità della Regione Basilicata, tra le altre sono state realizzate le seguenti attività che hanno contribuito, in modo sostanziale, alla valorizzazione e notorietà della regione ed in particolare:

- **Giro d’Italia organizzazione della tappa Diamante – Potenza in data 13/05/2022:** la Basilicata è stata ancora protagonista del ciclismo internazionale con la tappa di arrivo a Potenza che – oltre alla città capoluogo ha interessato anche alcuni comuni posti a sud della provincia (Maratea, Lagonegro, Lauria, ecc.). Nel 2022 il Giro D’Italia è stato seguito in televisione in oltre 200 paesi nel mondo con un’audience cumulativa di 651 milione di persone, sulle pagine del portale ufficiale 210 milioni sono state le visite con circa 800 milioni di total impressions sui social media (dati forniti da RCS);
- **Realizzazione di azioni di supporto e corollario per la storica Parata dei Turchi:** come ogni anno il 29 maggio si è svolta a Potenza la storica Parata dei Turchi organizzata nell’ambito dei festeggiamenti

in onore del Santo Patrono della città, San Gerardo. L'evento ha registrato la presenza di numerosi turisti provenienti in particolare dalle regioni limitrofe, dalla Basilicata interna, oltre che una buona presenza di turisti stranieri.

- **Organizzazione Final Eight e Final Four di Calcio a cinque SERIE A2 (maschile e femminile) e serie B maschile – Città di Policoro.**

L'evento sportivo di livello nazionale, svoltosi nel Comune di Policoro, attraverso le attività di comunicazione garantite dall'Apt, ha promosso la Basilicata quale luogo ideale per tutti gli sport all'aria aperta, ma ha anche contribuito a perseguire uno degli obiettivi strategici del turismo lucano (oltre che nazionale) vale a dire la destagionalizzazione dei flussi turistici.

### **OPENSACE c/o Piazza Vittorio Veneto a Matera e IAT regionali**

Nel 2022 è stata espletata la gara per l'affidamento del "Servizio di Promozione Territoriale della Basilicata mediante front office openspace (Matera)".

Come noto, il progetto *Basilicata Open Space* è nato con l'obiettivo di fornire un servizio di accoglienza e di promozione dell'intera regione, nel cuore della città Capitale Europea della Cultura nel 2019.

Una "vetrina" della Basilicata nella città dei Sassi, ma al contempo un'attrattiva e un mezzo per connettere Matera a tutto il territorio regionale non solo attraverso l'esperienza degli spazi allestiti, ma anche attraverso un'attività di contatto e mantenimento delle relazioni tra il sistema dell'accoglienza lucano e i viaggiatori.

Inoltre nel 2022 si è rafforzata la "natura" dell'openspace, come intesa da Regione e Apt, vale a dire quale luogo "aperto" anche ad eventi e iniziative volte a promuovere il territorio della Basilicata e dei suoi centotrentuno comuni, con le loro diversità di tradizioni culture e progetti. Ed infatti all'interno dell'Openspace sono state organizzate diverse presentazioni di libri e convegni a carattere culturale.

Con riferimento agli uffici informativi, nel 2022, così come previsto dall'art 9 della L.R. 7/2008, l'APT ha autorizzato l'istituzione di uno nuovo ufficio di Informazione ed Accoglienza Turistica (I.A.T.) nel Comune di Pignola che si aggiunge agli altri 5 IAT nonché agli Info Point regionali che, unitamente all'intero sistema turistico incluse le Pro Loco, assicurano da anni un alto livello di accoglienza e informazione ai turisti, così come testimoniato dalle statistiche nazionali e dalle recensioni on line dei viaggiatori che vedono la Basilicata ai primi posti per la qualità dell'accoglienza.

## **COORDINAMENTO RENDICONTAZIONE E MONITORAGGIO AZIONI DI PROMOZIONE E COMUNICAZIONE PATRIMONIO CULTURALE INTANGIBILE**

Nelle 2022, oltre a continuare l'attività di rendicontazione relativa agli eventi di cui al c.d. Patrimonio intangibile finanziati dalla Regione con particolare riferimento all'anno 2020 (prorogato al 2021 a causa delle restrizioni allo svolgimento di manifestazioni decise a livello nazionale per contrastare la diffusione del Covid-19), l'APT ha iniziato le attività relative alla rendicontazione degli eventi -annualità 2022, così come previsto dalla DGR 630 del 30/09/2022 che ha stanziato 3.242.000,00 in favore dei Comuni lucani incaricando l'APT della gestione amministrativa degli stessi.

### **ATTIVITÀ EDITORIALI – AUDIOVISIVI - WEB DELL'APT NEL 2022**

Le attività editoriali dell'APT nel 2022 interagendo in maniera trasversale con il Marketing Strategico dell'Agenzia in Italia e all'estero e con il settore Comunicazione e Mediaplanning, hanno svolto e svolgono una funzione di orientamento e di organizzazione di contenuti, individuando tutto quello che c'è di rilevante, raccogliendolo e incanalandolo nei diversi prodotti e gamme editoriali, sulla base delle linee dettate dalla direzione strategica orientate in particolare al rafforzamento e alla diffusione dei prodotti a supporto del brand Matera e la Basilicata e del turismo di destinazione. Nel 2022 un'ampia fascia di progetti è stata dedicata al tema parchi e natura attraverso il fumetto, la realtà aumentata e i videogiochi, in coerenza con la linea strategica del "Comics&Games", che vede in tali strumenti una promozione efficace e innovativa in grado di raggiungere un'ampia platea di interessati.

#### **Attività Editoriali**

- » Ideazione, realizzazione e diffusione di 5 fumetti, con personaggi Disney, che hanno come luogo di svolgimento i 5 parchi della Basilicata; realizzazione Albo finale e acquisto copie dei 5 numeri con le storie a fumetti;
- » Realizzazione progettuale, contenuti, grafica e stampa 100mila copie in ita/ing della carta turistica di Matera;
- » Realizzazione progettuale, contenuti, grafica e stampa 1000 copie del volume sui piccoli musei di arte contemporanea in Basilicata;
- » Stampa della collana di 10 opuscoli Basilicata StepbyStep (64mila copie totali);
- » Affidamento incarico per la realizzazione di un carnet de voyage, con illustrazioni ad acquerello, disegni e testi, finalizzato alla promozione dei cinque parchi della Basilicata;
- » Organizzazione della mostra di n.10 tele del "Taccuino di viaggio tra i parchi lucani" in occasione del Festival di Letteratura di viaggio 2022 a Roma;

- » Realizzazione materiali promozionali e gadgettistica in occasione di Root-in, Borsa del turismo delle Origini 2022;
- » Affidamento incarico per realizzazione nuova guida trekking in Basilicata;
- » Affidamento incarico per “prestazioni di servizi editoriali e multimediali nel settore del fumetto”;
- » Acquisto di n. 140 copie del volume fotografico “Pensare per Immagini – La Basilicata Interpretata”.

### **Audiovisivi – Videogame – Realtà aumentata**

- » Ideazione e realizzazione campagna di comunicazione /promozione dei parchi della Basilicata “Basilicata Play with green”: realizzazione di 5 video sui 5 parchi lucani e di uno spot cinematografico di 30”, realizzazione di foto coordinate per campagna stampa /per campagna social;
- » Realizzazione del progetto X-Parcs in realtà aumentata che attraverso specifici applicativi, rende possibile la visualizzazione da smartphone degli elementi caratterizzanti i 5 parchi della Basilicata (flora, fauna, elementi antropici);
- » Ideazione di una campagna di comunicazione innovativa e realizzazione di illustrazioni digitali nel settore dei Comic & Games in ambito ambientale;
- » Realizzazione di un videogame “green”, “Pino’s way”, ambientato nei due parchi protetti della Basilicata: il Parco Nazionale del Pollino e il Parco dell’Appennino Lucano;
- » Realizzazione di un prodotto multimediale per il Giro d’Italia a Potenza il 13 maggio 2022;
- » Realizzazione di video multimediale di promozione della Basilicata per Expo Dubai 2020.

### **Partenariati**

- » Realizzazione di attività di comunicazione a supporto del Festival della Scrittura delle Donne del Mediterraneo;
- » Realizzazione di attività di comunicazione a supporto delle Giornate di Primavera del FAI;
- » Realizzazione di attività di comunicazione a supporto della XIV Edizione della “Città delle 100 scale Festival 2022”;
- » Realizzazione di attività di comunicazione a supporto delle Cascade di San Fele;
- » Realizzazione di attività di comunicazione a supporto dell’undicesima edizione dell’Italian Ultra Marathon Festival - Summer Edition 2022;
- » Realizzazione di attività di comunicazione a supporto de “La città delle infanzie – VI edizione”;
- » Realizzazione di attività di comunicazione a supporto degli eventi in onore della Madonna del Sacro Monte, Regina e Patrona della Lucania;
- » Realizzazione di attività di comunicazione a supporto delle attività scientifiche sul tema “Appia Regina Viarum itinerari, archeologia e paesaggio”, per la promozione della candidatura della Via Appia nel patrimonio mondiale dell’UNESCO;

- » Realizzazione di attività di comunicazione a supporto della Festa in onore di Maria SS. “Protettrice di Matera”;
- » Realizzazione di attività di comunicazione a supporto del Concorso “Basilicata a Tavola” XI Edizione;
- » Realizzazione di attività di comunicazione a supporto del Premio Rabatana ed eventi estivi città di Tursi;
- » Realizzazione di attività di comunicazione a supporto del concerto di Natale ove sono state consegnate le Onorificenze dell’Ordine al merito della Repubblica Italiana;
- » Realizzazione di stampe delle porte della città, della Torre Guevara e del Castello di Lagopesole.

### **Web – Basilicata turistica**

- » Aggiornamento e implementazione nuovi contenuti portale Basilicataturistica.it
- » Contrattualizzazioni web content management e assistenza tecnica al portale; rinnovo domini e hosting;
- » Affidamento servizi gestione canali social dell’APT Basilicata;
- » Implementazione sito web Basilicataturistica.it con la nuova sezione eventi in Basilicata; affidamento gestione servizi di ricerca, selezione, aggiornamento e content management.

### **Aggiornamento Archivio Fotografico /Grafica e Stampa Materiale Stand e Supporto Eventi**

- » Ideazione e realizzazione di un progetto video-fotografico finalizzato alla promozione dei 131 Comuni della Basilicata
- » Grafica e stampa di materiale per stand di Borse e Fiere e a sostegno di eventi e nuovi Format in Italia e all’estero.

### **ATTIVITA PROMOPUBBLICITARIE E CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE DELL’APT NEL 2022**

Le attività promo-pubblicitarie e le campagne di comunicazione hanno seguito le linee strategiche generali di marketing territoriale dell’Ente promuovendo un’offerta turistica puntiforme di qualità- diretta alla soddisfazione e alla fidelizzazione del viaggiatore e alla valorizzazione di un turismo delle passioni ed esperienziale. Sono state realizzate, in collaborazione con strutture dipartimentali regionali, iniziative di promozione e sensibilizzazione, attraverso i media, per accrescere il senso di appartenenza della popolazione verso il territorio, responsabilizzandola e conferendole il ruolo di ambasciatrice della destinazione nell’ottica anche di ampliare la stagionalità; rafforzare la promo-commercializzazione di prodotti turistici; supportare Comuni, Pro Loco, Parchi e Associazioni nella divulgazione della Basilicata come territorio identitario, patrimonio materiale e simbolico, sistema integrato di persone, tradizioni storiche e culturali, memorie individuali e collettive. L’accoglienza diffusa rivolta al turista è diventata esperienza da raccontare nelle sue



diverse manifestazioni, dal turismo wellness al turismo sportivo; dal turismo lento all'incontro con la storia, la cultura, l'enogastronomia e i borghi.

### **Realizzazione e diffusione guide**

» *Guida Basilicata in camper 2022*

Progettazione grafica e realizzazione contenuti per nuova edizione della guida pocket Basilicata in Camper, concepita con una chiave di lettura complementare rispetto all'edizione precedente dell'aprile 2017 e articolata come un vademecum quanto più possibile completo e ricco di spunti comprendente 6 itinerari taylor made – tiratura 60.000 copie ( di cui 10.000 abbonati) distribuzione della guida mediante cellofanatura al numero di Giugno 2022 della rivista "Plein Air" su tutta la tiratura.

» *Guida pocket IN BASILICATA su turismo delle passioni*

Ideazione, realizzazione e diffusione numero monografico -in allegato al Corriere dello Sport- tiratura nazionale -su attività en plein air e passioni distribuito, inoltre, nei 6 principali centri commerciali rispettivamente di Basilicata , Puglia, Campania con personale con maglietta brandizzata

» *Guida Parchi e natura (italiano)*

Progetto editoriale e di comunicazione dedicato alla Basilicata verde con mappe illustrate, approfondimenti e spunti di viaggio a cura di TCI

*Guida Parchi e natura (inglese)*

Traduzione con traduttori certificati, impaginazione e stampa della Guida

» *Guida di Repubblica ai Sapori e ai Piaceri della Basilicata*

Ideazione, realizzazione e diffusione del prodotto editoriale nelle edicole in tutta Italia, nelle librerie, italiane e online su Amazon, IBS e sui siti del Gruppo Gedi-Manzoni

» *Realizzazione e stampa in esclusiva di un libro sul turismo wellness dedicato alla Basilicata - Edizioni RIZA S.p.a*

» *Ristampa guida monografica a cura di Condé Nast Traveller*

» *Progetto editoriale e di comunicazione dedicato alla Basilicata su misura per bambini, ragazzi e famiglie - Divertimappe*

### **Realizzazione materiale fotografico, creatività e materiale digitale a cura di principali testate turistiche**

» Foto professionali a cura di Plein Air

» Foto professionali a cura del Touring Club Italia

» Infografiche a cura de La Repubblica - Gruppo Editoriale Gedi-Manzoni

» Mappa cartacea illustrata su Natura e Parchi a cura di Dove Viaggi -CairoRcs

- » Podcast a cura di TCI realizzato in collaborazione con l'attore Dario Vergassola della durata di 10 minuti veicolabile anche sui canali Apt Basilicata
- » App a cura di MediaMix per turismo scolastico con giochi e curiosità per i ragazzi
- » Servizio di produzione e diffusione speciali audiovisivi per eventi autunno
- » Fornitura servizi di progettazione e realizzazione creatività grafiche per attività promozionali 2022

## Progetti multimediali

- » Ideazione, realizzazione e divulgazione di un Progetto di comunicazione audiovisiva, grafica e digitale - Longform Green & Blue a cura del gruppo editoriale Gedi-Manzoni
- » Ideazione e realizzazione di un progetto multimediale che ha coinvolto Bell'Italia, mensile dedicato al racconto delle bellezze italiane e l'emittente televisiva La7 da cui nasce l'idea di un programma sulla Bella Italia, con una serie di declinazioni stampa, digital e social che interessano vari mezzi del gruppo CairoRcs. I contenuti televisivi sono stati costruiti sul racconto della regione green
- » Ideazione e realizzazione Progetto su turismo wellness (contenuti redazionali su tutte le testate del gruppo editoriale, newsletter, campagna social, banner half page, pubbliredazion.su sito web, lectio magistralis del prof. Morelli) per raccontare come è possibile conseguire il benessere psicofisico entrando in armonia con luoghi e contesti naturali della Basilicata a cura di Edizioni Riza Spa
- » Progetto di comunicazione Basilicata- Parchi e natura con realizzazione di un sito costruito ad hoc, navigabile a partire da una mappa interattiva in apertura, e lanciato all'interno del sito di DOVE, canale viaggi di Corriere.it (15 articoli ipertestuali con galleria fotografica e pubblicazione video (17.000 visite garantite; box lancio: 4settimane - pushing per 4 settimane e poi sempre online linkato dalla sezione "Speciali" nel menu di navigazione; piano social (10 postFB, 4 box newsletter, 1g Stories)

## Azioni promopubblicitarie

- » Azioni promopubblicitarie per eventi e fiere
- » Azioni promopubblicitarie su Guida dei Borghi più belli d'Italia in italiano e in inglese e su rivista Borghi & Città Magazine
- » Azione promopubblicitaria su Guida TCI "*Il Mare più bello 2022*"
- » Azione promopubblicitaria su Scenari -*Guida Regioni*- de Il Sole 24 Ore
- » Azione promopubblicitaria su *Guida 2021/2022 Italia in bicicletta* a cura di La Repubblica e ANAS
- » Azione promopubblicitaria per partecipazione della Regione Basilicata al Salone del Camper 10-18 settembre 2022
- » Azione promopubblicitaria per Festival di Potenza 2022
- » Azione promopubblicitaria per eventi nell'ambito dell'Isola del Cinema 2022

- » Azioni promopubblicitarie per Roots –In – Borsa Internazionale del Turismo delle Origini 20-21 novembre 2022 e affidamento servizio di supporto e gestione di una iniziativa per la presentazione della Roots-IN Borsa Internazionale del Turismo delle Origini 20 e 21 novembre 2022 - Associazione della Stampa Estera in Italia
- » Azioni promopubblicitarie per la mostra "Un racconto di linee e colori. Arte e paesaggio nella Basilicata interna" 11-30 Settembre 2022 – Firenze
- » Azioni promopubblicitarie per candidatura di Aliano a Capitale italiana della cultura 2024

### **Campagne di comunicazione**

- » Campagna di comunicazione per turismo interno su principali testate locali
- » Campagna di comunicazione televisiva RAI 2022
- » Campagna di comunicazione su attività outdoor e in particolare su cicloturismo
- » Campagna di comunicazione -Speciali Estate 2022
- » Campagna di comunicazione Basilicata MICE
- » Campagna di comunicazione Autunno-Inverno 2022 su Grandi Gruppi Editoriali
- » Campagna di comunicazione "Natale in Basilicata 2022"
- » Campagna di promozione App "Basilicata - Free to move" e valorizzazione del cicloturismo su mercato target tedesco

### **UFFICIO STAMPA E GESTIONE CANALI SOCIAL DELL'APT NEL 2022**

Attività quotidiana di realizzazione contenuti per network web interno e media esterni, la redazione di comunicati, gestione di rassegna stampa quotidiana e organizzazione conferenze stampa, attività di supporto per i vari press tour ed eventi organizzati da APT o da soggetti partner, attività di supporto a giornalisti e testate locali e nazionali di settore in termini di supporto su informazioni, realizzazione contenuti, materiale foto ecc.

Supporto di comunicazione alla Direzione generale - Partecipazione e sostegno a fiere ed eventi. Gestione dei rapporti e contatti per ufficio stampa conferenza stampa in occasione di TTG 2022 organizzata da agenzia esterna.

Pianificazione e realizzazione di piani di comunicazione per eventi speciali come la prima edizione di Roots-In, la Borsa internazionale del turismo delle origini.

Gestione rapporti con giornalisti della stampa estera, della stampa nazionale e della stampa locale. Organizzazione interviste per stampa nazionale e locale.

Redazione testi per pubblicazioni editoriali.

Apertura canale Spotify per apt con inserimento audioracconti (Podcast)sulla Basilicata.  
Aggiornamento e gestione mailing list contatti archivio di stampa nazionale, internazionale e locale.  
Aggiornamento rassegna stampa sul sito Basilicata Turistica di Apt.  
Adesione e vincita premio nazionale Comunicazione istituzionale PA Social.  
Coordinamento attività comunicazione progetto Regione NaturArte.  
Gestione comunicazione eventi speciali come Giro d'Italia in Basilicata.  
Produzione video e foto per comunicazione eventi a supporto delle tv nazionali e locali e della stampa.  
Gestione e produzione contenuti a supporto di Enit.  
Coordinamento attività per 6 mesi stagista università di Bologna per la produzione di indagine statistica su comunicazione canali social.

## **WEB**

Portale basilicataturistica.it.

Attività di coordinamento, creazione nuovi contenuti, nuove sezioni. Nell'anno 2022 la gestione del content management system è avvenuta attraverso l'impiego di risorse interne ed esterne coordinate dal responsabile della comunicazione.

## **Social media strategy**

Attività quotidiana di coordinamento gestione, creazione nuovi contenuti, mantenimento e interazione su

3 pagine Facebook,

2 pagine Instagram,

2 account Twitter,

1 account Youtube,

Con oltre 200mila followers in totale

## **Gestione delle campagne adv**

Coordinamento delle attività di gestione delle campagne adv su Facebook, Instagram e Google, integrate alle attività di gestione dei canali social da parte del web team APT.

La realizzazione delle campagne è avvenuta in collaborazione con agenzia esterna fornitrice del servizio.

Collaborazione con Italia.it

Calendario condiviso su canali social Italia.it e supporto alle attività di ENIT. Produzione contenuti per account ufficiali Italia.it e collaborazione al calendario condiviso che consente alle regioni aderenti al progetto la condivisione di contenuti da pubblicare sugli account social di Italia.it.

Guide e spedizione

Attività costante attraverso i canali social, il sito web e direct mailing di promozione e spedizione delle guide cartacee e digitali presenti sul portale Basilicataturistica.it alla sezione Guide e Brochure.

Coordinamento dell'attività di invio delle pubblicazioni richieste dagli utenti attraverso canali social, mail o messenger.

### **Le Associazioni Pro-Loce**

Nel 2022 la Regione ha disposto un finanziamento di € 100.000,00 + € 18.087,11 (economie registrate nel 2021) per l'assegnazione di contributi a favore delle Associazioni Pro-loce e UNPLI regionali, secondo quanto previsto dall'art. 28 della L.R. n° 7 del 4-06-2008 e dalla DGR n° 1972/2010, approvata nella seduta del 22/11/2010 e avente per oggetto "L.R. n° 7/2008 art. 28 - Approvazione direttiva per l'assegnazione dei contributi a favore delle Associazioni Pro-Loce da parte dell'APT Basilicata".

Sono state finanziate le attività di n° 81 Associazioni Pro-Loce (60 nella provincia di Potenza e 21 in provincia di Matera) e dell'UNPLI Basilicata, tutte iscritte all'Albo Regionale delle Pro-Loce, sulla base dei programmi presentati e secondo la valutazione effettuata dal nucleo di valutazione preposto e formato da Regione/APT/UNPLI.

La somma di € 27.00,00 riguarda le premialità, mentre si sono registrate delle economie pari ad € 2.371,67