



# REGIONE BASILICATA

## AGENZIA DI PROMOZIONE TERRITORIALE - APT

### DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE

Regione Basilicata  
APT Basilicata

Deliberazione del  
Direttore Generale

Data **24 FEB. 2022**

Atto n. **35**

#### OGGETTO

Approvazione Piano Marketing  
Strategico 2022-2026

Cap..... Imp. n°.....  
€.....  
Creditore .....

Visto di regolarità contabile  
Il Responsabile del Servizio Finanziario  
Dott.ssa Roberta Laurino

L'anno duemilaventidue addi *Ventiquattro* del mese di febbraio, negli uffici dell'A.P.T. Basilicata, Potenza, Via del Gallitello 89, l'Ing. Antonio Nicoletti – Direttore Generale, ha adottato la seguente deliberazione:

**Visto** il comma 2 dell'art.10 della L.R. n° 7/08, con il quale è stata istituita l'Agenzia di Promozione Territoriale quale organismo tecnico/operativo e strumentale della Regione Basilicata con decorrenza 01/07/2008;

**Visto** il DPGR n. 281 del 22/11/2019, con il quale il Presidente della Giunta Regionale di Basilicata ha nominato il Direttore Generale dell'Agenzia nella persona dell'Ing. Antonio Nicoletti;

**Vista** la Delibera del Direttore Generale n. 188 del 12/11/2020 "Assegnazione responsabilità procedimenti amministrativi";

**Vista** la Delibera del Direttore Generale n.191 del 12/11/2020, relativa alla nomina dei RUP;

**Vista** la Delibera del Direttore Generale n.231 del 15/12/2020, con la quale è stata sospesa l'efficacia del Regolamento APT per l'acquisizione di beni e servizi inferiori a €40.000,00;

**Visto** il bilancio di previsione 2021 e pluriennale 2021/2023, adottato con deliberazione del Direttore Generale n. 72 del 25/05/2021, approvato dalla Giunta Regionale con DGR n. 439 del 11/06/2021 e dal Consiglio Regionale con L.R. n. 32 del 26/07/2021, di cui al BUR n. 64 (supplemento ordinario) del 01/08/2021;

**Vista** la deliberazione n. 194 del 17/11/2021 avente ad oggetto "Assestamento e Variazione al Bilancio di Previsione Esercizio Finanziario 2021 e Pluriennale 2021/2023", approvata dalla Giunta Regionale con DGR n. 1024 del 16/12/2021 e dal Consiglio Regionale con DCR n. 368 del 21/12/2021;

**Vista** la deliberazione n. 244 del 28/12/2021 avente ad oggetto "Variazione di Bilancio per assegnazioni regionali relative alla DDR n. 15BI.2021/D.00115";

**Vista** la Legge Regionale 30 dicembre 2021, n. 60 avente ad oggetto "Autorizzazione all'esercizio provvisorio del bilancio della Regione

Basilicata e dei suoi organismi ed enti strumentali, per l'esercizio finanziario 2022”;

**Visto** l'art. 11 della L.R. 4.06.2008 n. 7, che dispone che: “L'Agenzia di Promozione Territoriale, in raccordo con la programmazione regionale promuove lo sviluppo turistico delle risorse locali e regionali, attraverso azioni tese a caratterizzare, valorizzare e pubblicizzare, in maniera integrata il territorio regionale;

**Vista** la delibera del D.G. n. 270 del 31.12.2021 avente ad oggetto “Esercizio Provvisorio 2022”;

**Visto** l'art. 11 della L.R. 4.06.2008 n. 7, il quale dispone che: “L'Agenzia di Promozione Territoriale, in raccordo con la programmazione regionale, promuove lo sviluppo turistico delle risorse locali e regionali, attraverso azioni tese a caratterizzare, valorizzare e pubblicizzare, in maniera integrata, l'insieme delle risorse storiche, naturali, culturali e paesaggistiche locali, compresi i prodotti dell'agricoltura e dell'artigianato locale, per aumentare l'attrattività turistica del territorio e favorire nuove forme di sviluppo economico-sostenibile”;

**Ritenuto** che l'efficacia promozionale del turismo regionale e dei suoi prodotti di punta dipende in maniera sempre maggiore dalla capacità di offrire servizi di informazione e di comunicazione adeguati agli standards nazionali ed internazionali e che si avverte sempre più l'esigenza di una promozione integrata e sinergica, anche attraverso la pubblicazione di testi e immagini suggestive del territorio che possano stimolare gli interessi turistici e culturali da parte di turisti e visitatori;

**Atteso** che l'emergenza sanitaria che ha segnato quest'ultimi due anni, oltre che rivedere completamente le strategie di comunicazione dei prodotti turistici, ha imposto una costante presenza sui canali di comunicazione soprattutto ai fini del mantenimento e miglioramento del posizionamento della destinazione Basilicata. E' infatti prevedibile che la fine di questo periodo di stasi forzata del fenomeno turistico, ci metterà di fronte ad uno scenario completamente nuovo, che richiederà interventi sulla strutturazione e segmentazione delle offerte per meglio rispondere alle nuove esigenze dei mercati;

**Considerato** che l'immagine di una destinazione è un costrutto complesso che si compone di due elementi: l'immagine comunicata, ovvero l'insieme di quegli elementi tangibili ed intangibili della brand identity del territorio, così come veicolati attraverso i diversi canali e dalle diverse fonti di informazione, inclusi gli enti di promozione turistica, e l'immagine percepita, ovvero quell'insieme di associazioni e informazioni connesse ad un certo luogo, su cui influiscono fattori personali come l'esperienza diretta e fattori di stimolo esterni all'individuo, tra cui ciò che viene appunto comunicato dalla destinazione stessa. Il tutto supportato e ingrandito dal ricorso massiccio agli strumenti tecnologici e mediatici che sempre più ne contraddistinguono le azioni;

**Evidenziato** pertanto che è necessario ridefinire una nuova strategia di marketing, che in un contesto per molti versi mutato, riesca elasticamente ad adeguarsi alle nuove esigenze del mercato turistico, soprattutto riguardo alle azioni di segmentazione ed innovazione dell'offerta, essendo l'offerta della Basilicata molto versatile soprattutto sotto il profilo del turismo *outdoor*;

**Atteso**, che in tale ottica, l'Agenzia, anche con il supporto di esperti di riconosciuta fama, ha predisposto la bozza del Piano Strategico di Marketing Turistico 2022/2026, con un approccio, per quanto possibile, predittivo dei nuovi scenari che si andranno a definire, non sottacendo indicazioni che dovranno essere considerate dagli Organi deputati alla programmazione turistica sotto il profilo dell'offerta turistica per i prossimi anni, soprattutto in termini di orientamento delle scelte e calibrature degli interventi finanziari necessari alla messa a terra di una visione nuova, che tenga conto delle

risorse turistiche disponibili e le richieste di un mercato turistico, che quasi con certezza, metterà al centro necessità individuali, come esperienze intime con il luoghi, sicurezza e garanzia di qualità;

**Dato atto** che la suddetta bozza del Piano Strategico di Marketing turistico è stata condivisa con gli attori territoriali (istituzioni e operatori economici privati) in diversi incontri pubblici, durante i quali, oltre che illustrare le linee di intervento sono state messe a valore le osservazioni provenienti dal territorio, nella consapevolezza che il Piano Strategico di Marketing Turistico può effettivamente mutare il turismo della Basilicata solo se interiorizzato dai vari protagonisti territoriali;

**Vista** la proposta di Piano Strategico del Marketing Turistico della Basilicata, conservata agli atti presso questi uffici;

**Dato atto** che la presente deliberazione non comporta impegni di spesa;

**Ritenuto** pertanto di approvare detto Piano;

### DELIBERA

1. che la premessa narrativa costituisce parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
2. di approvare, per quanto detto in premessa che qui si intende integralmente riportato, il Piano Strategico di Marketing Turistico della Basilicata 2022/2026;
3. di dare atto:
  - che il suddetto Piano sarà realizzato, oltre che con risorse del proprio bilancio del prossimo quinquennio, con finanziamenti ad hoc reperibili da fonti esterne, a titolo di esempio FESR, FSE, PNRR,
  - che la presente deliberazione non comporta impegni di spesa;
  - che il Responsabile del procedimento ai sensi della Legge 241/1990 e ss.mm.ii. è la dott.ssa Stefania Bruni.

---

Copia del presente atto è trasmessa all'Ufficio Segreteria-AA.GG. per la pubblicazione sull'albo pretorio on line e alle P.O. Servizio Marketing e Relazioni esterne e Servizio Finanziario, a ciascuno per le proprie competenze.

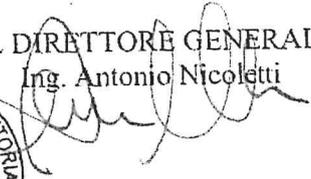
---

Il Responsabile della P.O. Servizio Marketing e Relazioni Esterne  
Dott.ssa Stefania Bruni



Il presente processo verbale, previa lettura, è stato approvato e firmato a termini di legge.

IL DIRETTORE GENERALE  
Ing. Antonio Nicoletti



---

La presente copia per uso amministrativo è conforme all'originale.



Il Funzionario incaricato