



CITTÀ DI BARI

Ripartizione Organi Istituzionali e Affari Generali

Bari, 13 dicembre 2024

Ill.mo

Direttore Generale

Puglia Promozione

media@aret.regione.puglia.it

Oggetto: Scheda di intervento a valere sul progetto attuativo "Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia"

Con riferimento all'oggetto ed ad integrazione della nota Prot. n. 433549 del 12/12/2024, si trasmette la scheda di intervento a valere sul progetto attuativo "Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia".

Cordiali saluti

Ilaria Rizzo



CITTÀ DI BARI

SCHEDA INTERVENTO

a valere sul progetto attuativo

***“Comunicazione digitale e brand identity della destinazione
Puglia”***

CUP I59I23001370006

POC Puglia 2014/2020 - Piano Strategico del Turismo
(DGR n. 191/17 e ss.mm.ii. – n. 1502 del 30.10.2023)

**ACCORDO DI COOPERAZIONE PUBBLICO-PUBBLICO
PER LA REALIZZAZIONE INTEGRATA E CONGIUNTA DI AZIONI DI COMUNICAZIONE E
PROMOZIONE PER IL CAPODANNO A BARI, COME DESTINAZIONE FINALIZZATA ALLA
VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE MATERIALE E IMMATERIALE DELLA
PUGLIA**



CITTÀ DI BARI

INDICE

1. Premesse
2. Descrizione delle attività e modalità di esecuzione
3. Obiettivi e risultati
4. Costi
5. Cronoprogramma



CITTÀ DI BARI

1. PREMESSE

L'Agenzia Regionale del Turismo Puglia promozione (di seguito ARET/PP), istituita con D.P.R. 22 febbraio 2011, n. 176, in attuazione della Legge Regionale n.1/2002 e ss.mm., è lo strumento operativo delle politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell'immagine unitaria della Regione e di promozione turistica locale e si pone, tra i propri obiettivi primari, quello di "promuovere la conoscenza e l'attrattività del territorio, nelle sue componenti naturali, paesaggistiche e culturali, materiali e immateriali, valorizzandone le eccellenze" e "sviluppare e coordinare gli interventi a fini turistici per la fruizione e la promozione integrata a livello territoriale del patrimonio culturale, delle aree naturali protette e delle attività culturali, nel quadro delle vocazioni produttive dell'intero territorio regionale", "attivando e coordinando, anche in collaborazione con altri enti pubblici e privati, iniziative, manifestazioni ed eventi, nonché progetti di arte urbana, che si configurino quali attrattori per il turismo culturale e per la promozione delle eccellenze enogastronomiche e naturalistiche del territorio".

Il Comune di Bari così come sancito dall'articolo 2 dello Statuto Comunale approvato con delibera di Consiglio Comunale nr. 226 del 21/12/2000 e ss.mm.ii., "rappresenta la comunità locale, ne cura gli interessi, ne promuove lo sviluppo sociale, culturale, economico e turistico [...] favorisce la partecipazione del governo della città, incoraggiando la formazione e l'esercizio della solidarietà civica" e, ai sensi dell'art.1, comma 1 del Regolamento Comunale n. 92/2016 "La promozione e la valorizzazione della cultura, in tutte le sue espressioni, rappresentano compiti fondamentali del Comune di Bari";

L'ARET e il Comune di Bari sottoscriveranno l'Accordo di Cooperazione per la realizzazione integrata e congiunta di azioni di comunicazione e promozione per il Capodanno in piazza a Bari, come destinazione finalizzata alla valorizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale della Puglia;

Al fine di realizzare congiuntamente attività relative alle rispettive *mission*, le parti privilegeranno azioni di promozione e di comunicazione delle attività natalizie del territorio interessato come destinazione turistica, nell'ottica di un'offerta turistica destagionalizzata ed internazionalizzata.

2. DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ E MODALITÀ DI ESECUZIONE

2.1. Contesto territoriale in cui si sviluppa il progetto

Le iniziative offrono una totale fruizione della città, aperta all'accesso di visitatori desiderosi di fruire di un'offerta di spettacoli e attrazioni senza precedenti, a partire dal rafforzamento dell'illuminazione artistica nel centro storico. Il programma beneficia della collaborazione dell'associazionismo locale, di Fondazioni e di diversi soggetti privati che hanno pensato di condividere le progettualità dell'Amministrazione offrendo eventi di grande interesse e partecipazione in centro e nelle periferie, consentendo all'Ente di redigere un programma diffuso di spettacoli con una forte valorizzazione delle tradizioni



CITTÀ DI BARI

cittadine.

2.2. Descrizione dettaglio e valore di progetto

Data evento: CAPODANNO 2024 – INSIEME NEL 2025

Previsione visitatori regionali e fuori regionali: dalle stime attinte da un'analisi comparativa effettuata nelle annualità precedenti, l'afflusso partecipativo si aggira attorno a 10.000 persone, tenuto conto che si includono oltre ai turisti anche i cittadini del territorio.

Indotto territoriale: in considerazione dell'intero periodo dedicato alle festività natalizie, del capodanno e dell'Epifania, le stime conducono alla conferma dei dati raccolti in occasione delle precedenti edizioni, tenuto conto anche dell'andamento dei flussi economici e commerciali. L'intero indotto commerciale si prepara ad affrontare un risultato più che positivo sia per il settore ricettivo turistico che con riferimento ai servizi commerciali.

Ritorno per il Comune in termini di immagine: il Capodanno 2024 in piazza rappresenta per l'intera comunità un importante momento di convivialità sociale che consente attraverso la diffusione mediatica di offrire agli spettatori, un'immagine, in ossequio ai principi statutari, coerente ai valori identitari della città sotto il profilo artistico – culturale.

2.3. Piano di comunicazione e Programma degli eventi a cura del Comune di Bari

Le iniziative offrono una totale fruizione della città, aperta all'accesso di visitatori desiderosi di fruire di un'offerta di spettacoli e attrazioni e consistono in:

- Promozione Capodanno:
 - 150 billboard da 5" su Radio Norba;
 - 150 billboard da 5" su Radio Norba TV;
 - 150 billboard da 5" su Radio Norba.
- Stampa:
 - Logo in posizione top su uscite stampa locale.
- Web (gennaio):
 - Banner animato in posizione top su radionorba.it.
- Social Radio Norba (gennaio):
 - 2 post Facebook;
 - 1 story Facebook;
 - 1 story Instagram.
- Durante il Capodanno:
 - Billboard da 5" in apertura della diretta di Telenorba;
 - Billboard da 5" in apertura della diretta su Teledue;
 - Billboard da 5" in apertura della diretta su Radio Norba TV;
 - Billboard da 5" in chiusura della diretta di Telenorba;
 - Billboard da 5" in chiusura della diretta su Teledue;
 - Billboard da 5" in chiusura della diretta su Radio Norba TV;
 - 3 inLogo su Telenorba durante il programma in diretta;
 - 3 inLogo su Teledue durante il programma in diretta;
 - 3 inLogo su Radio Norba TV durante il programma in diretta;
 - 6 proiezioni del logo su maxischermi.
-



CITTÀ DI BARI

- Speciale Evento Insieme nel 2024: speciale 24 minuti da trasmettere presumibilmente il 6 gennaio su TN; T2; TGN24; RNTV
- N° 20 citazioni (recitate dagli Speaker radiofonici) 4 al gg per 5 giorni su RN e RNTV.
- N° 150 spots 30 sec. 6 al giorno per 5 gg su RNTV; RN; TN; T2; TGN"\$

I suddetti servizi avranno durata di esecuzione dal 30/12/2024 al 06/01/2025

Ogni strumento di comunicazione prevederà l'apposizione dei Loghi istituzionali e l'hashtag, come forniti dall'A.RE.T. Pugliapromozione.

2.4. Attività di promozione evento

Il brand Puglia sarà in tutta la comunicazione degli eventi come brand di destinazione e riferimento istituzionale. In particolare le parti dovranno coordinare i dettagli di ciascuna iniziativa relativi a: nomi degli artisti coinvolti, orari, luoghi di svolgimento, accessibilità generale e accessibilità ai disabili, parcheggi.

Saranno condivisi i contenuti di promozione con l'A.RE.T Pugliapromozione per consentire un allineamento del piano di diffusione.

Tutti gli eventi saranno promossi congiuntamente come iniziative di valorizzazione del sistema culturale regionale nonché di qualificazione dell'offerta turistica e culturale regionale, espressione dell'intera strategia culturale e turistica della Puglia e del suo brand.

Attraverso tali interventi si intende qualificare l'offerta turistica e culturale regionale realizzando una programmazione strategica che miri a valorizzare e promuovere il territorio ed il suo patrimonio materiale e immateriale. La nostra Regione sarà coinvolta da iniziative di spettacolo volano di una strategia di sviluppo culturale e quindi turistica, economica e sociale del territorio.

3. OBIETTIVI E RISULTATI

Mediante il presente intervento si intende:

- Rafforzare il brand Puglia come destinazione turistica e scenario culturale per aumentare l'attrattività regionale;
- Qualificare, ampliare e allungare l'offerta turistica attraverso la realizzazione e promozione di eventi e di spettacoli dal vivo;
- Ampliare l'offerta turistica per favorire la destagionalizzazione dei flussi turistici;

4. COSTI

Costi a carico di ARET	Costi a carico del Comune
	130.000 + IVA al 22%



CITTÀ DI BARI

Le spese preventivate si riferiscono ai costi relativi ai servizi di comunicazione (stampa, materiali di comunicazione, gadget, banner, comunicazione on e off line, brandizzazione, ecc.) e promozione degli eventi, e alle spese connesse all'attuazione dell'intervento con riferimento al calendario di attività presentato.

5.CRONOPROGRAMMA

	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile
Fasi / tempo					
Preparazione	x				
Esecuzione	x	x			
Report e rendicontazione					x

Bari, 13 dicembre 2024

Paola Romano
ASSESSORE ALLA CULTURA