



SCHEDA INTERVENTO

a valere sul progetto attuativo

***“Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia
– Annualità 2024”***

**ACCORDO DI COOPERAZIONE PUBBLICO-PUBBLICO
PER LA REALIZZAZIONE INTEGRATA E CONGIUNTA DI AZIONI DI COMUNICAZIONE E
PROMOZIONE DEL CLAIM “CAPODANNI DI PUGLIA”, COME DESTINAZIONE FINALIZZATA
ALLA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE MATERIALE E IMMATERIALE
DELLA PUGLIA**

INDICE

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

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 Barletta così come sancito dall'articolo 2 dello Statuto Comunale approvato con Delibera di Consiglio Comunale n.64 del 25/08/2000 e ss.mm.ii. vanta una tradizione giuridica, culturale, religiosa e turistica di primaria importanza nell'ambito regionale e favorisce il turismo sociale e giovanile e promuove e sostiene ogni manifestazione tesa ad esaltare il patrimonio storico, archeologico, artistico, letterario e scientifico della città e favorisce iniziative, singole o associate, per la sua valorizzazione anche attraverso la promozione di forme di associazionismo economico e di cooperazione;

L'ARET e il Comune di Barletta sottoscriveranno l'Accordo di Cooperazione per la realizzazione integrata e congiunta di azioni di comunicazione e promozione del Claim "Capodanni di Puglia", 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, sfruttando la potenzialità del claim "Capodanni di Puglia".

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 cittadine.

2.2. La forza del progetto

La città che fa da cornice ad iniziative culturali, di animazione e spettacolo nel corso delle festività di Capodanno. Una programmazione in grado di generare ed esaltare la forza attrattiva dei luoghi di maggiore interesse storico e culturale di Barletta, nell'ottica di integrare il territorio nella geografia delle destinazioni turistiche e di valorizzare fattori di richiamo in chiave di destagionalizzazione dei flussi. Saranno numerose le occasioni per vivere la città durante le feste grazie a un programma di iniziative, tra allestimenti, spettacoli, solidarietà, animazione per bambini, concerti, teatro e family show, raccolte in un calendario unico. Il progetto si pone come strumento di promozione del territorio, quale integrante di un più esteso orizzonte regionale, attraverso una logica di co-marketing e di strategia comune tra i territori interessati, quale destinazione turistico-culturale.

Fino al 6 gennaio ogni angolo del centro della città e non solo sarà animato da canti, musica, danze, arti circensi, suoni della devozione, animazione per bambini, nel segno della tradizione e dell'innovazione. Un parterre di iniziative distribuito tra le vie, le piazze, le chiese, il teatro, per restituire tutta l'atmosfera della festa. In considerazione della capacità di richiamo e attrazione degli appuntamenti, si stima un'affluenza complessiva di ventimila persone.

La promozione del brand Puglia attraverso questa iniziativa coordinata, avrà un positivo riverbero sulle attività commerciali, della ristorazione e dell'accoglienza della città che beneficeranno del richiamo di turisti per l'evento/eventi individuati per il progetto "Capodanni di Puglia". Il piano di comunicazione coordinato alimenta un circolo virtuoso e agisce positivamente anche sul benessere della città.

2.3. Piano di comunicazione e Programma degli eventi

Le iniziative offrono una totale fruizione della città, aperta all'accesso di visitatori desiderosi di fruire di un'offerta di spettacoli e attrazioni che si caratterizza da una comunicazione off-on line con l'utilizzo di manifesti e locandine che saranno distribuire nelle piazze e nelle vie principali della città e anche alle attività commerciali e luoghi culturali privati e pubblici che diventeranno una vetrina a cielo aperto per catturare l'interesse di cittadini e visitatori intorno all'evento prescelto per l'iniziativa di co-marketing denominata "Capodanni di Puglia".

I luoghi in cui si esibiranno gli artisti saranno brandizzati con i loghi della Comunità europea, del fondo POC, della Stato italiano, della Regione Puglia e di Pugliapromozione, dell'hashtag weareimpuglia e unitamente al logo del Comune.

Saranno utilizzati corner per comunicare il programma dell'evento/eventi e sarà allestito uno schermo per la proiezione di spot e immagini della Puglia, per dare evidenza del senso di integrazione territoriale.

Si ricorrerà ad una comunicazione social e tramite la TV-radio con un programma di passaggi concordato con Pugliapromozione per il racconto dell'evento e del territorio con video-pillole, narrazioni fotografica, racconti, dirette e storie Facebook.

Qui di seguito i servizi del Piano di Comunicazione del Comune di Barletta:

- **Flyer** con funzione informativa degli eventi (può essere anche digitale)
- **Locandine e Manifesti:** di diverso formato dal più piccolo al più grande da affiggere opportunamente per la promozione pre e durante l'evento
- **Roll - up** in formato verticale di tipo mobile o autoportante brandizzato, presente per ogni evento in programma;
- **Proiezioni** di loghi e hashtag ed altro materiale concordato, su opportuno supporto tecnico;
- **Brandizzazione dell'area** riservata agli eventi di spettacolo;
- **Punti informativi** da brandizzare e utilizzare per la distribuzione di materiale promozionale del territorio e degli eventi;
- **Redazionali ON e OFF LINE** da brandizzare con opportuno impianto grafico, promozione e valorizzazione del territorio da un punto di vista turistico e come destinazione di viaggio;

- ▮ **Passaggi Video** di formato variabile, utilizzati per annunciare l'evento, Il video deve essere concordato e poi brandizzato con il frame di chiusura (bumper out) fornito dall'AReT o concordando l'apposizione opportuna dei loghi.
- ▮ **Banner web** materiali on line di vario formato (box, leaderboard, etc...) statici o dinamici (animati), con al sito viaggiareinpuglia.it o altre sezioni del portale istituzionale, da brandizzare opportunamente in accordo con l' AReT. È importante indicare i siti di destinazione su cui si intende pubblicare i predetti banner e calendarizzare le pubblicazioni.
- ▮ **Pannelli espositivi** di varie dimensioni da brandizzare e da collocare durante gli eventi anche con funzione esplicativa, su pullman e su impianti pubblicitari.

Programma:

PER IL PROGRAMMA SI RIMANDA ALLA
BROCHURE ALLEGATA ALLA PRESENTE
SCHEDA INTERVENTO

2.4. Attività di Promozione del Claim “Capodanni di Puglia” nell'ambito di tutte le iniziative in programma

Il Claim “Capodanni di Puglia” sarà veicolato 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.

Lo storytelling verrà rafforzato con interventi diretti e produzione di contenuti inediti sui canali istituzionali del brand Puglia, con redazionali dedicati sulle TV e radio del territorio BAT e articoli giornalistici sulla Gazzetta del Mezzogiorno e sui portali on line del territorio.

Gli interventi social media saranno garantiti sugli account di seguito elencati:

Pagina facebook Comune di Barletta

Pagina facebook Teatro Curci

Pagina facebook Museo Civico di Barletta

Pagina facebook Palazzo Della Marra

Instagram@comunedibarletta_official

Sito web: www.comune.barletta.bt.it

La promozione degli eventi sarà veicolata anche sui canali dell'A.RE.T Pugliapromozione.

In particolare, il piano editoriale social media avrà la funzione, trasversale ad entrambi gli obiettivi, di creare engagement con il pubblico e con le community, attraverso la diffusione di hashtag quale #weareinpuglia.

Si prevede inoltre la comunicazione anche attraverso il sito di Pugliapromozione. Tutti gli eventi saranno quindi 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
€ 40.000,00	€ 75.956,00

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
Fasi / tempo			
Preparazione			
Realizzazione			
Report e rendicontazione			

Barletta, 12.12.2024

Firma del Sindaco