



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

**Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 – 2020 “Attrattori culturali, naturali e turismo” Asse VI – Tutela dell’ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali – Azione 6.8
Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP B39D20002200009**

COMUNICAZIONE REGIONALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA 2023

Brief sui servizi di comunicazione per il Piano di Comunicazione regionale

Nell’ambito del Programma Operativo Regionale FESR-FSE 2014-2020 “Attrattori culturali, naturali e turismo”, Asse VI – Tutela dell’ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche e in attuazione del progetto “Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia”, si illustra di seguito il piano di comunicazione regionale della destinazione Puglia e del prodotto turistico pugliese, a cura dell’A.RE.T. Pugliapromozione.

In linea con il Piano strategico del turismo “Puglia365”, il presente brief mira a indirizzare gli operatori a presentare proposte di comunicazione per promuovere la destinazione Puglia, la sua *brand awareness* e il prodotto turistico declinato a livello regionale nelle sue principali categorie (Arte e Cultura, Sport natura e benessere, Enogastronomia).

L'intento è, dunque, quello di comunicare la Puglia e la sua bellezza autentica come attrattiva per i cittadini residenti e i turisti in soggiorno o in transito, anche dalle regioni limitrofe.

Si precisa che il brief concerne i servizi e gli spazi di comunicazione ON e OFF line su **media regionali**.

1. Obiettivi

Il presente brief è un documento che invita a raccontare la Puglia in tutte le sue stagioni, con particolare attenzione dall'autunno all'inverno e alla primavera, in modo da destagionalizzare l'offerta turistica.

Gli obiettivi diretti di comunicazione sono l’incremento della *brand awareness* e della *brand reputation* della Puglia, da realizzare attraverso l’associazione del marchio del territorio e dei valori tangibili e intangibili a esso connessi con azioni di comunicazione, attività ed eventi efficaci in termini di riconoscibilità, notorietà e conseguente soddisfazione di utenti e visitatori.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

**Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8
Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP B39D20002200009**

L'obiettivo ultimo è di incentivare l'incoming di prossimità e invitare i pugliesi stessi a vivere il territorio, dunque invogliare i turisti a desiderare il territorio pugliese come destinazione di viaggio, nel periodo di bassa stagione dall'autunno alla primavera. Pertanto, il piano si prefigge di mettere in campo azioni efficaci per la destagionalizzazione e promozione della destinazione e del prodotto turistico per l'anno 2023.

2. Oggetto

Le azioni di comunicazione intendono promuovere la Puglia come destinazione sicura e di qualità. Luogo ideale dove scoprire luoghi meno noti che consentono di vivere appieno la bellezza autentica del territorio nel suo patrimonio materiale e immateriale: dai luoghi alle persone, dalle esperienze di tipo sensoriale agli eventi. Dunque, una regione che preserva nel tempo valori antichi come la lentezza e l'accoglienza, confermandosi anche come luogo ideale per godere di un evento musicale, sportivo, culturale e letterario.

Al contempo, oltre alla comunicazione della destinazione, si intende promuovere il prodotto turistico pugliese nelle sue principali declinazioni:

- **Arte e cultura:** patrimonio materiale e immateriale di arte, storia, archeologia, architettura, usanze e tradizioni nelle proprie espressioni religiose culturali e sociali. Nello specifico, ci si riferisce a borghi, cammini e itinerari culturali, turismo spirituale;
- **Sport natura e benessere:** turismo sportivo a contatto con la natura in Puglia per il benessere psicofisico suscitando interesse per il contatto, il paesaggio e le esperienze di benessere fruibili nel territorio. Nello specifico ci si riferisce a cicloturismo e cammini;
- **Enogastronomia:** esperienza eno-gastro-turistica pugliese che riflette l'autenticità e la genuinità del luogo con l'alta qualità del prodotto;

3. Concept

La Puglia è unica, ma non è una. Cambia volto ad ogni stagione e regala scorci e sfumature diverse durante tutto l'anno. In inverno e in autunno, le spiagge bianche e il mare cristallino regalano una



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

**Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8
Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP B39D20002200009**

dimensione più intima. Il clima si fa mite e la natura cambia colore. La luce del sole scolpisce la pietra di cattedrali, castelli e torri. Le tipiche luminarie accendono le piazze, la tradizione continua a fare festa e l'atmosfera si fa magica. È il momento ideale per scoprire, a passo lento, l'animo più genuino della Puglia. In questo periodo dell'anno, scegliendo itinerari insoliti o percorrendo strade poco battute si va alla scoperta di borghi incredibili e storie meno conosciute.

Con l'arrivo della Primavera, la natura torna a fiorire. I colori vibranti del paesaggio e i profumi intensi della natura accompagnano alla scoperta di luoghi unici da raggiungere a piedi o in bicicletta, all'ombra di querce millenarie, ulivi monumentali e della fitta macchia mediterranea che disegna il profilo della regione, dal Gargano al Salento.

La Puglia diventa un racconto di sfumature e profumi da cogliere e vivere tra esperienze in natura, eventi enogastronomici e della tradizione, borghi storici, cucina, arte e cultura. Un mosaico che si completa con la luce e i colori dei paesaggi: dalla campagna al mare, dalle murge alle gravine.

La Puglia in bassa stagione può essere un luogo ideale per ritemperarsi dalla frenesia quotidiana, immergersi in contesti intimi e naturali, per rigenerare corpo e mente, a pochi chilometri da casa.

Al contempo, diventa anche la meta ideale per vivere eventi diretti a offrire la migliore esperienza possibile del territorio stesso.

4. Target

Il brief di comunicazione si propone di raggiungere il potenziale turista autoctono, residente temporaneo e di prossimità: un target eterogeneo per età e gusti con particolare riferimento agli amanti dello sport a contatto con la natura, dell'arte, della cultura, delle tradizioni, dell'enogastronomia e dei borghi.

Al contempo, si punta a raggiungere il turista in vacanza/soggiorno in Puglia per offrire un maggior coinvolgimento grazie all'attrattività del territorio, di modo da stimolare l'innamoramento per la regione al fine di un ritorno (c.d. turista *repeater*).

5. Periodo durata campagna



UNIONE EUROPEA



**Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 – 2020 “Attrattori culturali, naturali e turismo” Asse VI – Tutela dell’ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali – Azione 6.8
Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP B39D20002200009**

Per incentivare l’incoming dei visitatori di prossimità, invitare i pugliesi stessi a vivere il territorio e coinvolgere maggiormente i turisti presenti, si intende comunicare la Puglia come destinazione di viaggio e soggiorno e il prodotto turistico nella stagione 2023, con particolare riferimento ai periodi primaverile e autunnale di bassa stagione turistica generalmente caratterizzati da un clima mite.

6. Formati produzione campagna

Per la realizzazione della suddetta campagna, l’A.RE.T. Pugliapromozione intende utilizzare:

- Per le emittenti televisive: Spot da 30” o 15”, redazionali, puntate speciali dedicate o format TV. Nello specifico, la descrizione del format TV dovrà prevedere una presentazione con un concept chiaro, semplice e sintetico, in linea con la strategia di comunicazione dell’A.RE.T. Pugliapromozione presentata nel brief. Il progetto dovrà prevedere necessariamente una struttura narrativa esplicativa (intro, svolgimento, conclusione) e un titolo rappresentativo del progetto. Occorre anche indicare il genere di format Tv (esempio: documentario, magazine, intrattenimento, eccetera), la sua collocazione, la fascia oraria di messa in onda, la durata e il numero di puntate da realizzare.
- Per la stampa ON e OFF Line: scatti fotografici, publiredazionali, speciali e approfondimenti;

7. Media ON e OFF Line

Il presente brief di comunicazione dovrà trovare attuazione attraverso canali media ON e OFF line (stampa, tv, web display, video banner, outdoor statica/dinamica e similari).

Per la **comunicazione regionale**, si utilizzeranno i seguenti media:

- Spazi di comunicazione ON e OFF line;
- Emittenti televisive con una copertura regionale del territorio e che registrano dati di ascolto significativi per il target di riferimento della proposta;



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

**Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8
Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP B39D20002200009**

Le proposte/offerte per la campagna di comunicazione da diffondere attraverso i media regionali possono essere presentate fino al **1 marzo 2023**, fatta salva la facoltà dell'A.R.E.T. di revocare, modificare o prorogare gli anzidetti termini, attraverso la candidatura all'Avviso pubblico (call) "Manifestazione d'interesse per l'acquisizione di proposte di servizi di comunicazione pubblicitaria in regime di esclusività, ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b), n. 3, del d.lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii. per il piano di comunicazione nazionale e regionale della destinazione Puglia", visionabile al seguente link: [Piano di Comunicazione nazionale e regionale della destinazione Puglia 2022 \(AVVISO PUBBLICO\)](#)