



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

## BRIEF PER LA PRODUZIONE DI CONTENUTI ARTISTICI AUDIOVISIVI E MULTIMEDIALI PER LA PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA 2024

Nell'ambito del Programma POC Puglia 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 brief per la produzione di contenuti artistici, audiovisivi e multimediali per la promozione della Destinazione Puglia per il 2024 a cura dell'A.RE.T. Pugliapromozione.

### 1. Obiettivi

Il presente brief indica le linee guida per raccontare la Puglia come destinazione di viaggio 2024, con particolare attenzione alla destagionalizzazione e alla delocalizzazione dei flussi turistici. La narrazione deve considerare il patrimonio materiale e immateriale della regione, la bellezza e i valori di una terra che si presenta subito al visitatore come **terra di accoglienza**. Gli obiettivi per la produzione di contenuti artistici e multimediali sono:

- Promuovere il valore dell'accoglienza pugliese come patrimonio immateriale;
- Valorizzare i tratti distintivi che caratterizzano il patrimonio umano pugliese, per consolidare e mantenere un senso di appartenenza e di orgoglio verso il territorio;
- Far conoscere meglio il territorio, con particolare attenzione alle destinazioni meno note (delocalizzazione);
- Incrementare i flussi turistici durante tutto l'anno (destagionalizzazione) attraverso la promozione dei prodotti turistici e della destinazione;

### 2. Concept contenuti artistici audiovisivi e multimediali



UNIONE EUROPEA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

Nella produzione di contenuti, il concept da rispettare è la narrazione della Puglia che si mostra come una straordinaria terra accogliente caratterizzata da valori autentici che restano impressi nel cuore di chi la vive per la prima volta, o torna per scoprirla nuovamente. In Puglia, le relazioni umane diventano autentiche esperienze di viaggio. I pugliesi e i loro valori sono riconosciuti e apprezzati da coloro che visitano la regione e che grazie ad essi finiscono per sentirsi cittadini temporanei.

La Puglia con tutte le sue sfumature, è nelle grandi e piccole cose. È in un gesto di gentilezza, è in un paesaggio mozzafiato, in una tradizione conservata. La Puglia è in un cibo antico, è nel profumo del mare, è nelle storie tramandate. La Puglia è nella pietra scolpita, è nei mestieri antichi, è nei volti del futuro e in quelli segnati dal tempo. La Puglia è allegra contagiosa, è nel tempo che scorre a tavola tra i sapori della terra. La Puglia è una meravigliosa terra dove l'accoglienza e la bellezza della lentezza sono valori antichi da preservare, di cui godere tutto l'anno.

I contenuti per la promozione della destinazione Puglia, in sintesi, possono raccontare l'accoglienza pugliese declinata in varie situazioni che usualmente accadono tra pugliesi e turisti. La **spontaneità di un abbraccio** che nasce dall'incontro e dal dialogo, l'empatia che si instaura fra cittadino e turista. Tutto racconta di una terra portatrice di valori di pace e serenità.

2

Al contempo, i contenuti possono narrare il territorio nelle sue località meno conosciute per diffondere tradizioni, saperi e cultura sia riguardo alla destinazione che ai prodotti turistici (Mare e nautica, Sport, natura e benessere, Arte e cultura, Borghi, Enogastronomia, Wedding destination).

### 3. Target

I contenuti devono raggiungere il pubblico nazionale e internazionale. Si tratta di quei turisti/cittadini orientati a vivere una vacanza nella stagione turistica 2024. Il pubblico in questione si compone dei viaggiatori che arrivano per la prima volta, di chi conosce la terra pugliese perché ci risiede o perché ci ritorna (c.d. repeaters).



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

Nello specifico, il target è rappresentato da un pubblico di età eterogenea, interessato in particolar modo a tematiche culturali, artistiche, ambientali e sportive.

#### 4. Tipologia dei contenuti artistici

Per la realizzazione della suddetta campagna, l'A.RE.T. Pugliapromozione richiede:

- Spot pubblicitario della durata di 60, 30 e 15 secondi per uso tv e web;
- Creatività declinata in scatti fotografici per spazi ON e OFF line (minimo n. 6 a copertura di tutte le province, sia nel formato orizzontale che verticale);
- Spot radiofonico della durata di 30 e 15 secondi;

Si richiede anche la traduzione in lingua inglese e francese dei contenuti proposti.

#### 5. Destinazione d'uso dei contenuti artistici

I contenuti devono essere ideati e realizzati per essere veicolati attraverso spazi di comunicazione ON e OFF line su:

- Emittenti televisive/siti web/social network;
- Emittenti radiofoniche;
- Stampa/riviste di settore;
- Canali e piattaforme di comunicazione outdoor.

In conclusione, si intende acquisire contenuti artistici che rispondano all'indirizzo strategico e tecnico dell'A.RE.T. e che andranno a costituire l'oggetto della campagna di comunicazione 2024 che sarà veicolata secondo i tempi e le modalità definite dall'A.RE.T. Pugliapromozione. Si precisa, tuttavia, che l'A.RE.T. si riserva ogni iniziativa diretta per acquisire contenuti artistici agli stessi fini ove ciò si ritenga strategicamente opportuno e necessario.