



REGIONE BASILICATA



Parco Regionale Gallipoli Cognato
Piccole Dolomiti Lucane

REGIONE BASILICATA PO-FESR 2014-2020

Azioni 6 Asse 6.C.6.6.2

Programma: InnGreenPAF

D.G.R. 1546 del 30/12/2016

Scheda n.2
TITOLO
NATURARTE
alla scoperta dei Parchi della Basilicata

I Progettisti:

Dott.ssa Labbate Roberta



Dott. Marco Delorenzo



Introduzione	4
Descrizione del contesto e finalità	7
Intervento 1 - Coordinamento comunicazione	10
Azione A – Piano strategico di coordinamento	10
Azione B - Verifica puntuale del raggiungimento degli obiettivi di comunicazione	
10	
Intervento 2 - Promozione Radiofonica sponsorizzazione e posizionamento	
online annunci stampa su quotidiani locali + riviste di settore	11
Azione A - Ideazione, produzione e pianificazione Spot Radio	11
Azione B – Ideazione, produzione e pianificazione Annunci Stampa Locale	12
Azione C – Ideazione, produzione e pianificazione Annunci stampa su Rivista di	
settore.....	12
Azione D – Pianificazione e realizzazione campagna media sponsorizzata sui	
social network.....	12
Intervento 3 - Stampa locandine e volantini e distribuzione, gadget, stampa e	
affissione manifesti 70x100 - DESK front office NATURARTE nei 5 parchi ...	13
Azione A – Stampa e distribuzione locandine, volantini, manifesti.....	13
Azione B – Ideazione, produzione e distribuzione Gadget.....	13
Azione C – Ideazione, produzione e installazione Desk personalizzati	13
Intervento 4 - Press Tour nei 4 parchi con giornalisti specializzati	14
Azione A – ideazione, realizzazione e gestione press tour.....	14
Intervento 5 - Ideazione e impaginazione grafica del materiale promo-	
pubblicitario	14
Azione A – ideazione, realizzazione e realizzazione esecutivi per materiale	
promo-pubblicitario	15
Intervento 6 - Cura e promozione profili social facebook, twitter, instagram +	
ufficio stampa	15
Azione A – Ideazione strategia editoriale social, gestione pubblicazioni.....	15
Azione B – Ufficio stampa	16
Intervento 7 - Spazio web + Aggiornamento sito web fino al 2021	16
Azione A – Tenuta spazio web	17

Azione B – Aggiornamento sito web.....	17
Intervento 8 - Partecipazione a fiere di settore in stand + spese personale..	17
Azione A – Organizzazione e pianificazione partecipazione a fiere, noleggio stand e personalizzazione.....	17
Intervento 9 - Analisi, raccolta e sistematizzazione dati x pacchetti turistici brandizzati naturarte + vettori per lo spostamento tra le attività pianificate	18
Azione A – definizione pacchetti turistici	18
Azione B – definizione vettori per lo spostamento.....	19
Intervento 10 - Riprese video e ottimizzazione per visione vr e narrazione immersiva da utilizzare a BTO BIT, TTG.....	19
Azione A – riprese video.....	19
Azione B – post produzione per visualizzazione in VR	19
Intervento 11 - Spese generali	20
Azione A – Spese generali di gestione.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
Tempi e fasi	20
Localizzazione	23
Società esecutrice.....	23
Beneficiari e destinatari dell'intervento.....	23
Soggetti coinvolti	23
Risultati attesi.....	23
Impatti ambientali	24
Fattibilità Tecnico procedurale.....	24

Introduzione

Il Progetto “**NaturArte alla scoperta dei Parchi di Basilicata**”, nato da un’idea del 2012, persegue l’ambizione di creare una rete immateriale tra le comunità dei Parchi della Basilicata, per consentire di portare alla ribalta internazionale una regione da scoprire attraverso un turismo naturale virtuoso e sostenibile. Il progetto è finanziato all’interno del programma InnGreenPAF D.G.R. 1546 del 30/12/2016.

NaturArte già dalla prima edizione si è rivelato, con il suo programma di eventi, in grado di stimolare la curiosità dei viaggiatori e di riconciliare la comunità lucana ai propri luoghi. Un evento che ha reso attori e protagonisti di grandi spettacoli la natura e il paesaggio narrati e raccontati da attori, musicisti, direttori d’orchestra, compositori, fotografi ecc..

L’idea progettuale prevede la realizzazione di manifestazioni culturali nei fine settimana con la formula del **trekking per grandi eventi** nei luoghi più suggestivi della Basilicata. Le prime tre edizioni 2013-2014-2015 (finanziato con il PO-FESR Basilicata 2007-2013) sono state testate come esperienze destinate a diventare un modello italiano: far partecipare le comunità di una regione alla costruzione di un progetto condiviso; proporre eventi artistico-musicali affianco a percorsi escursionistici, itinerari gastronomici e dell’artigianato, allestiti all’interno dei centri storici di piccoli borghi. In tal modo la conservazione di un territorio può realizzarsi in un progetto di fruizione sostenibile che diventa elemento di stimolo economico per le popolazioni locali, ponendo l’accento sulla tutela e la conservazione della biodiversità e sul valore dell’accoglienza.

In questi tre anni la condivisione di un progetto comune ha consentito un maggiore dialogo tra i Parchi nazionali e regionali, attraverso un efficace esercizio di scambio di esperienze e conoscenze, valorizzando le singolarità di ogni territorio. Il primo tassello di un mosaico che porta alla realizzazione un concetto di rete che non riguarda solo la rete ecologica, ma si è estesa alla rete sociale dei territori dei Parchi attraverso il binomio ambiente-uomo in modo da concretizzare obiettivi di sostenibilità ambientale.

In linea con gli obiettivi *del PO-FESR Basilicata 2014-2020 Azione 6 Asse 6.C.6.6.2 "PRESERVARE E TUTELARE L'AMBIENTE E PROMUOVERE L'USO EFFICIENTE DELLE RISORSE"* il progetto si prefigge di:

- **Accrescere l'attrattività** della Basilicata trasformando in vantaggio competitivo la grande ricchezza di risorse culturali, naturali e di biodiversità presenti sul territorio regionale;
- **Creare consapevolezza** sulla ricchezza di risorse naturali e di biodiversità oggi ancora poco nota.
- **Realizzare una buona pratica** in grado di stimolare la vitalità economica dei territori interessati e dei suoi abitanti, facendo leva sui suoi elementi caratterizzanti ovvero cultura, natura, paesaggio;
- **Infittire le connessioni** tra la rete ecologica e la rete sociale entro il territorio dei 5 Parchi, focalizzando l'attenzione sul binomio ambiente-uomo in un'ottica di sostenibilità ambientale;
- **Creare sinergie tra gli enti interessati**, al fine di rafforzare la propria azione sul territorio;
- **Porre un tassello** verso la creazione di una "rete" tra le molteplici realtà di interesse turistico, ambientale, paesaggistico nonché storico e culturale della regione;
- **Accrescere** la visibilità della Basilicata a livello nazionale ed internazionale.

E' anche dall'analisi delle criticità riscontrate collegialmente nelle scorse edizioni che nasce il progetto 2019-2021 con l'obiettivo primario di coniugare in un processo virtuoso arte e territorio, mediante la formula del Trekking per Grandi Eventi, formula utile a tradurre l'evento in promozione efficace del territorio e dei suoi valori, naturalistici, storici e culturali, nonché in elemento di stimolo economico.

Sin dalla prima annualità NaturArte non si è posto l'obiettivo di avere grandi numeri, ma quello di creare un'eco legata all'immagine della Basilicata come regione in cui la cultura, l'arte e il patrimonio naturalistico e ambientale si coniugano tra loro esprimendo un proprio valore tangibile.

Anche per questa edizione, la manifestazione, che riguarderà l'intero territorio dei Parchi di Basilicata, sarà incentrata su un programma escursionistico dedicato al corretto uso del territorio, con attività SILENZIOSE di ESPLORAZIONE e CONOSCENZA, alla scoperta della natura, della storia e degli spettacolari e multiformi paesaggi che caratterizzano le nostre aree protette, in compagnia delle guide dei parchi, di artisti e di studiosi.

L'attività escursionistica sarà collegata ad eventi artistici e/o culturali il cui palcoscenico sarà rappresentato dagli angoli più suggestivi e meno conosciuti dei parchi.

La proposta è quella di abbinare al Trekking per Grandi Eventi itinerari gastronomici ed artigianali con mercatini a Km 0, laboratori didattici e spettacoli itineranti che permettano al visitatore di conoscere ed apprezzare in modo più appropriato i luoghi e le genti che li abitano. Non ci sarà la necessità di creare eventi ex-novo ma si opererà con l'obiettivo di mettere a sistema le esperienze di valorizzazione dei territori già in essere, affiancando le comunità locali nella creazione di una comunità di cittadinanza temporanea basata sui temi chiave del progetto:

- SOSTENIBILITÀ,
- BIODIVERSITÀ,
- GREEN JOBS,
- COLLABORAZIONE,
- Co-CREAZIONE.

La proposta progettuale, quindi, prende spunto dall'esperienza delle scorse edizioni 2013, 2014 e 2015 di NaturArte e si propone l'obiettivo di dare **maggiore respiro all'intero progetto non fermandosi alle sole giornate degli eventi, ma generando un processo di comunicazione e condivisione che sia costante durante tutto l'arco della programmazione** (proponendolo ad esempio come pacchetto turistici da offrire ai tour operator italiani).

Descrizione del contesto e finalità

Attualmente le aree protette della Basilicata stanno vivendo un periodo di rinascimento, grazie al profondo impegno delle istituzioni regionali, della Federparchi, dei Comuni, dell'APT Basilicata, dei CEAS e delle nuove tendenze del turismo esperienziale che vedono nell'outdoor e nelle proposte autentiche un motore di sviluppo e una nuova concezione delle aree protette che non vengono più viste come riserve ma come luoghi da abitare.

La collocazione della Basilicata, nel panorama nazionale e, in particolare, del sud Italia rappresenta e deve sempre più rafforzare il proprio ruolo di "snodo", anche culturale. **Una centralità che non è da intendersi solo in termini geografici o infrastrutturali ma da assumersi come promozione attiva delle relazioni tra i territori dell'Italia meridionale e come rafforzamento delle relazioni tra aree mediterranee e centro-nord del Paese, specialmente se lette in chiave di sviluppo turistico e culturale.**

Da punto di vista strettamente comunicativo è fondamentale raccogliere dati sulla percezione del territorio lucano da parte dei "cittadini temporanei" (turisti in una concezione più moderna ed aperta).

In questo senso possiamo citare il fatto che la il territorio della Basilicata si presenta, all'analisi effettuata da Travel Appeal sulla verifica della qualità percepita e della reputazione come la migliore regione in Italia. Questo ci pone in una posizione di vantaggio da cui poter governare le dinamiche comunicative e spingere nella direzione di far conoscere, in maniera puntuale e coinvolgente, il territorio dei 5 parchi lucani.

Il piano di comunicazione, in definitiva, deve mirare al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- **Accrescere e fidelizzare** la presenza nel sistema turistico disegnato dal progetto NaturArte, mediante l'estensione e la qualificazione dell'assistenza, accoglienza e informazione del turista;

- **Realizzare** una rete delle strutture operanti nell'informazione ed accoglienza al turista per l'accesso all'intero sistema turistico regionale ed ai relativi servizi, in stretto raccordo con APT Basilicata, Fondazione Matera 2019, Polo Museale della Basilicata.
- **Creare una rete diffusa** di accoglienza e informazione, interoperabile, in grado di fornire informazioni ed assistenza al turismo per la corretta fruizione del patrimonio culturale, artistico, naturalistico e paesaggistico sotteso al progetto NaturArte;
- **Implementare modelli e soluzioni innovative** che abbiano come obiettivo anche lo sviluppo sociale, in una sinergia fra tutte le forze sociali che compongono il tessuto economico, turistico e culturale del territorio;
- **Fornire** modalità di accesso a servizi, mediante l'utilizzo delle tecnologie di evoluzione della telefonia mobile e attraverso connessioni wireless, che garantiscano una ampia fruibilità anche da parte di soggetti diversamente abili. In questa ottica si tenteranno anche sperimentazioni connesse al sistema di connessione 5G che sarà presente nell'area parco della Murgia Materana.

La costituzione e messa in funzione e in rete dei punti di informazione rappresenta anche il punto di partenza per un'altra attività fondamentale: la **realizzazione di un archivio in grado di costituire uno spazio organico capace di "raccontare" la visione del progetto NaturArte e del territorio in cui essa si sviluppa che si può riassumere in alcune regole fondamentali:**

- *Abitiamo la natura ricercando un rapporto diverso fra noi e i luoghi.*
- *Abitiamo la natura dei parchi, cercando di uscire dal concetto di riserve, che le città hanno imposto a questi luoghi, come rifugi da sé stesse, superando in qualche modo i confini delle aree protette.*
- *I parchi sono luoghi dove le comunità locali hanno trovato un rapporto secolare di coesistenza, di "vivere lento".*
- *Recuperiamo questo rapporto diventando "cittadini temporanei" di queste comunità, nutrendo con la cultura e l'arte il dialogo fra noi e la natura.*

- *Facciamo sì che i paesi dei parchi tornino ad essere luoghi di un confronto rispettoso fra natura e donne e uomini, perché abbandonando i paesi rischiamo di abbandonare la cura di un territorio.*
- *Abitiamo la nostra storia, le nostre memorie, il senso di una nostra presenza in questa natura.*

Gli operatori volontari del sistema (sarà lanciata una call volontari del progetto NaturArte), avranno il compito di raccogliere e distribuire le informazioni attraverso differenti approcci conoscitivi e percettivi all'interno della matrice complessiva, per facilitare al potenziale utente l'accesso al patrimonio di informazioni.

Al fine di definire il piano di comunicazione integrata in tutte le sue sfaccettature, si seguito saranno elencati i vari interventi e le azioni relative ad ogni intervento, con relativa quantificazione di costo.

Intervento 1 - Coordinamento comunicazione

Il coordinamento delle attività di comunicazione ha il compito di supervisionare le attività di comunicazione inerenti il progetto NaturArte, per assicurare l'omogeneità degli interventi sull'intero territorio e garantirne l'efficacia. Per l'attuazione della strategia di comunicazione, è assicurato il coordinamento fra gli strumenti di comunicazione messi a disposizione dalle politiche nazionali e regionali, la condivisione delle migliori pratiche di comunicazione e la promozione di iniziative finalizzate a dare visibilità e rafforzare strumenti e strategie previste nel piano di comunicazione integrata. Nello specifico Il Coordinatore dovrà definire:

- A. Un piano strategico di coordinamento**
- B. La verifica puntuale del raggiungimento degli obiettivi di comunicazione**

Azione A – Piano strategico di coordinamento

Nell'ambito delle sue funzioni, il coordinatore delle attività di comunicazione dovrà:

- Coordinare tutti gli aspetti delle diverse attività e strategie di Relazioni Pubbliche per gestire l'immagine pubblica del progetto;
- gestire i rapporti con i media ed il pubblico generale;
- supervisionare tutte le comunicazioni stampate e online;
- tenere il gruppo di lavoro aggiornato;
- partecipare ad eventi di networking e media, nonché incontri con portatori di interesse e organizzazioni partner per discutere i diversi aspetti di visibilità del progetto

Azione B - Verifica puntuale del raggiungimento degli obiettivi di comunicazione

Il coordinatore avrà il compito di valutare lo stato di attuazione dei processi, attività o azioni progettate e programmate sulla base degli obiettivi fissati durante la fase di pianificazione. Le informazioni sono raccolte attraverso uno studio

d'analisi che si rivolge tanto alle conseguenze previste quanto a quelle non previste nella fase di programmazione.

All'interno di questa azione il coordinatore comunicazione dovrà definire delle KPI di progetto funzionali alle attività in corso, che soddisfino determinati requisiti:

- **Quantificabilità**, devono poter essere presentati sotto forma numerica;
- **Praticità**, devono integrarsi perfettamente con i processi in corso;
- **Direzionalità**, devono essere in grado di definire se la percezione delle attività sta migliorando o meno;
- **Operatività**, devono poter relazionarsi con il contesto di qualità percepita nelle aree protette per misurarne l'effettivo cambiamento.

Le attività dovranno essere espletate nelle 3 annualità e si dovranno garantire almeno n. 150 ore lavoro su un progettista senior (almeno 10 anni di attività nel coordinamento eventi).

Costo complessivo: € 18.000,00

Intervento 2 - Promozione Radiofonica e televisiva - sponsorizzazione e posizionamento online annunci stampa su quotidiani locali + riviste di settore

Al fine di garantire la diffusione dei messaggi e l'informazione del pubblico potenzialmente interessato alle manifestazioni in programma nelle 3 annualità è prevista una pianificazione media che comprenda l'utilizzo dei seguenti strumenti:

Azione A - Ideazione, produzione e pianificazione Spot Radio

Ideazione di script radiofonico e realizzazione di spot con utilizzo di almeno due voci certificate, musica con acquisizione di licenza di utilizzo, realizzazione di "codino" personalizzato per ogni evento in programma. Lo spot radiofonico avrà la durata di 30" e dovrà essere pianificato su almeno 5 radio locali e in un circuito interregionale. Il numero minimo di spot da pianificare è di almeno 1000 con campagne settimanali che comprendano almeno n. 10 spot al giorno.

Costo complessivo: € 6.000,00

Azione B – Ideazione, produzione e pianificazione Annunci Stampa Locale

Ideazione, produzione e pianificazione annunci stampa su quotidiani locali per garantire la pubblicità degli eventi. La grafica sarà coordinata con il resto degli impianti grafici.

Dovranno essere garantite almeno n. 35 annunci stampa mezza pagina colore.

Costo Complessivo: € 5.500,00

Azione C – Ideazione, produzione e pianificazione Annunci stampa su Rivista di settore

Al fine di garantire massima visibilità anche a livello nazionale si prevede la pianificazione di almeno n. 3 inserzioni (n. 1 per ogni annualità) su una rivista nazionale di settore con una tiratura minima di n. 20.000 copie.

Costo complessivo: € 1.500,00

Azione D – Pianificazione e realizzazione campagna media sponsorizzata sui social network e passaggi televisivi.

Generare comunità e diffusione del messaggio all'interno di territori più sensibili al tipo di messaggio comunicato attraverso il progetto NaturArte, presume l'utilizzo strutturato degli strumenti di social media marketing. Oltre a garantire una gestione organica (non a pagamento) delle informazioni, si deve prevedere anche una attività di "sponsorizzazione", ovvero di posizionamento di annunci a pagamento all'interno dei maggiori social network (facebook, instagram). Nello specifico è prevista la pianificazione e realizzazione di campagne di visibilità georeferenziate (definite a livello territoriale) che abbiano un minimo di n. 15.500.000 visualizzazioni nell'arco delle 3 annualità.

Si procederà inoltre alla realizzazione di "passaggi" televisivi su tv locali.

Costo Complessivo: € 11.000,00

Intervento 3 - Stampa locandine e volantini e distribuzione, gadget, stampa e affissione manifesti 70x100 - DESK front office NATURARTE nei 5 parchi

Con la stampa e distribuzione di: manifesti 6x3, manifesti 70x100, volantini, locandine, brochure, carte di cittadinanza temporanea si persegue l'obiettivo di informare e coinvolgere il pubblico. Con l'ideazione, la realizzazione e distribuzione di gadget si vuole creare il sentimento di comunità che è necessario a garantire la buona riuscita dell'evento nel suo complesso.

Azione A – Stampa e distribuzione locandine, volantini, manifesti

Nel piano di comunicazione è necessario stampare e distribuire materiale cartaceo da affissione nelle quantità che seguono:

- Affissioni e stampa 6x3 Potenza e Matera : n. 20
- Manifesti 70x100 + affissione e distribuzione: n.1000
- Pieghevoli a 3 ante f.to aperto A4: n. 7000

Azione B – Ideazione, produzione e distribuzione Gadget

- Gadget Artigianale: n. 1500
- Carta Identità Del Cittadino Temporaneo: n. 7000
- T-shirt: n. 2000

Azione C – Ideazione, produzione e installazione Desk personalizzati

Al fine di garantire visibilità al progetto NaturArte nei punti informativi, sarà realizzato un allestimento funzionale come segue:

- Pannelli forex: n. 18
- Totem da interno: n. 7
- Striscione stradale: n. 5

Costo complessivo € 40.000,00

Intervento 4 - Press Tour nei 4 parchi con giornalisti specializzati

Azione A – ideazione, realizzazione e gestione press tour

Per raccontare le particolarità del progetto NaturArte e coinvolgere il maggior numero di soggetti che possano influenzare le scelte di esperienza di gruppi specifici di persone, è inserito, all'interno del piano di comunicazione, un press tour. Il **Press Tour** detto anche "*viaggio stampa*" è un itinerario organizzato per i giornalisti che vi partecipano su invito. Lo scopo è ovviamente quello di far conoscere le peculiarità dei soggetti suddetti. Normalmente un **Press Tour** è organizzato da agenzie specializzate, capaci di dialogare con i giornalisti.

Nel nostro caso il press tour sarà organizzato con una visita di almeno 4 giornalisti, per 5 giornate di scoperta all'interno del territorio dei parchi di Basilicata. Ogni parco avrà a disposizione una giornata per raccontare e mostrare le peculiarità del territorio, in modo da far sì che i giornalisti possano raccogliere materiale utile alle loro pubblicazioni, che avverranno nelle settimane e mesi successivi al viaggio. In questo modo influenzeranno le scelte di altri soggetti che sceglieranno di voler vivere l'esperienza NaturArte.

Costo Totale: € 10.000,00

Intervento 5 - Ideazione e impaginazione grafica del materiale promo-pubblicitario

Al fine di garantire riconoscibilità del brand NaturArte e comunicare in maniera facilmente percepibile le peculiarità e la programmazione degli eventi, è prevista l'attività di ideazione, progettazione e realizzazione grafica di tutto il materiale promo-pubblicitario. A questo scopo sarà indispensabile la produzione di un manuale d'uso che sarà utilizzato per garantire univocità di utilizzo degli strumenti creativi di comunicazione visiva.

Azione A – ideazione, realizzazione e realizzazione esecutivi per materiale promo-pubblicitario

L'attività dovrà essere implementata da un grafico professionista con almeno 15 anni di attività in campo internazionale e che abbia le competenze per assicurare l'attività di verifica e controllo pre stampa e ottimizzazione della produzione multimediale di tutti i materiali. Dovrà assicurare l'utilizzo professionale del pacchetto Adobe Creative Suite e gestire i formati sorgenti che dovranno essere consegnati alla committenza a chiusura di ogni lavoro.

Dovranno essere garantire almeno n. 150 ore uomo.

Costo complessivo: € 8.000,00

Intervento 6 - Cura e promozione profili social facebook, twitter, instagram + ufficio stampa

Si richiede l'individuazione e l'adozione di una modalità di gestione delle attività redazionali necessarie alla presenza quotidiana sui social media del progetto NaturArte. A questo scopo sarà indispensabile definire un piano redazionale social (pianificazione della pubblicazione dei contenuti raccolti dai 5 parchi e definiti in un unico racconto narrativo di progetto). Le risorse narrative dovranno essere concordate con la committenza che una volta approvata la linea editoriale darà il visto si proceda per la pubblicazione dei post sui sociale network. Si richiede la definizione di una metodologia di storytelling che contempli ogni aspetto del progetto, ogni sua attività e peculiarità, ogni tipologia di informazione possa essere di interesse per il pubblico.

Azione A – Ideazione strategia editoriale social, gestione pubblicazioni

Al fine di definire una identità online precisa, la strategia editoriale dovrà definire:

- Tono di voce
- Numero di pubblicazioni settimanali
- Tipo di pubblico da ingaggiare

- Base territoriale su cui agire
- Metriche di verifica dell'efficacia ed efficienza della diffusione del messaggio e dell'ascolto delle interazioni

Azione B – Ufficio stampa

L'ufficio stampa è l'organo che diffonde notizie per conto del progetto. La funzione dell'ufficio stampa NaturArte è prettamente giornalistica e svolge le seguenti funzioni:

- Individuazione mailing list giornalisti di settore
- Individuazione testate di settore e contatti con le rispettive redazioni
- Redazione dei comunicati stampa
- Organizzazione di conferenze stampa
- Divulgazione verso carta stampata, radio , tv e testate online di contenuti inerenti il progetto

Costo complessivo: € 15.000,00

Intervento 7 - Spazio web + Aggiornamento sito web fino al 2021

Al fine di garantire la presenza e visibilità sul web del progetto NaturArte, dovrà essere fornito un servizio di tenuta del dominio “naturartebasilicata.org”. Il servizio dovrà essere di tipo “chiavi in mano” termini di hosting, connettività, software, manutenzione, caricamento contenuti, sicurezza, aggiornamenti e gestione quotidiana.

Il Fornitore deve mettere a disposizione un data center e un sistema di web server che permettano di ospitare e gestire l'attuale portale web compreso tutti i moduli del CMS e i relativi servizi richiesti, nel rispetto delle caratteristiche base dell'attuale architettura.

Il sistema server deve mettere a disposizione tutti gli applicativi necessari per la pubblicazione e la gestione del sito web ed uno spazio di capacità minima e flessibile in base alle esigenze di archiviazione dei dati e dei backup.

Azione A – Tenuta spazio web

La tenuta dei contenuti dovrà avvenire in maniera sicura con la gestione di copie di backup che consentano il recupero dei dati in caso di disastri o hackeraggio del sito web.

Azione B – Aggiornamento sito web

L'aggiornamento dovrà essere garantito entro 24 ore dalla richiesta di inserimento o modifica dei contenuti e per l'intera durata delle 3 annualità. Inoltre dovranno essere garantite restyling della UI UX, con particolare riferimento alle ultime tendenze in tema di usabilità ed accessibilità e armonizzazione con le indicazioni di AGID in tema di web design; implementazione di un CMS per la gestione agevole dei contenuti da parte dei singoli parchi, con la previsione di gestione di aree a gestione autonoma; implementazione di metodi di interazione con l'area social; definizione di metriche di valutazione

Costo totale: € 7.000,00

Intervento 8 - Partecipazione a fiere di settore in stand + spese personale

Verranno individuate, di concerto con il gruppo di lavoro manifestazioni fieristiche a cui partecipare per la presentazione delle attività del progetto NaturArte.

Al fine di garantire economie di scala si dovrà analizzare la partecipazione di altri enti regionali al fine di ottimizzare i costi e massimizzare la visibilità.

Azione A – Organizzazione e pianificazione partecipazione a fiere, noleggio stand e personalizzazione

Per la partecipazione alle fiere si dovranno garantire i seguenti servizi e le seguenti forniture:

- Individuazione fiere
- Noleggio spazi
- Implementazione allestimento
- Predisposizione e stampa materiali

- Spese per garantire presenza e assistenza in fiera

Costo Totale € 40.000,00

Intervento 9 - Analisi, raccolta e sistematizzazione dati x pacchetti turistici brandizzati

NaturArte + vettori per lo spostamento tra le attività pianificate

All'interno di un piano di azione del progetto NaturArte è stata prevista la necessità di implementare una attività strategica di analisi, raccolta e sistematizzazione dati per l'implementazione di pacchetti turistici brandizzati NaturArte all'interno dei quali devono essere individuati e coordinati i vettori per lo spostamento tra le attività pianificate sul territorio dei 5 parchi.

Azione A – definizione pacchetti turistici

Il passaggio dalla definizione degli itinerari alla costruzione di proposte turistiche commercializzabili è ciò che rende fruibile il percorso di scoperta.

Sulla base di tale premessa, un'analisi desk dovrà consentire di:

- mappare e descrivere gli operatori turistici interessati a sviluppare e/o valorizzazione il prodotto 'parchi' tra natura e arte;
- identificare gli attrattori turistici di potenziale maggior interesse;
- identificare i target group primari di una potenziale offerta naturalistica e artistica;
- tracciare obiettivi strategici ed operativi e piano di lavoro di breve periodo finalizzato a facilitare la costruzione/integrazione di primi pacchetti e la loro immediata promozione;
- facilitare la costruzione di un network con gli attori-chiave coinvolti.

Nell'insieme, quindi, accanto all'esigenza di una consistente e continua attività di branding, è indispensabile realizzare le seguenti attività:

- Pacchetti di fruizione dei territori 3/4/5/7 giorni
- Individuazione di strutture per il pernottamento, il ristoro, lo svago, con attivazione di specifiche convenzioni per il pubblico del progetto NaturArte.

Azione B – definizione vettori per lo spostamento

Una volta definiti i pacchetti, al fine di agevolare la partecipazione, è previsto l'utilizzo di vettori per lo spostamento delle persone all'interno dei territori di riferimento.

Costo Complessivo: € 9.920,00

Intervento 10 - Riprese video e ottimizzazione per visione vr e narrazione immersiva da utilizzare a BTO BIT, TTG

Il progetto NaturArte, all'interno dell'azione considerata, ha la necessità di pianificare le riprese video degli eventi e delle attività implementate dai 5 parchi, al fine di costruire un archivio video/fotografico in grado di testimoniare le attività pianificate e realizzate. Inoltre, è prevista la raccolta di immagini nei 5 parchi e nelle 4 stagioni, in modo da realizzare un video della durata massima di 5 minuti in cui raccontare le aree protette della Basilicata in maniera originale e declinabile sulle piattaforme social utilizzate.

In questa fase si richiederà, in linea con la filosofia del progetto e con il metodo di raccolta aperto e condiviso, l'invio, da parte degli abitanti dei parchi e dei cittadini temporanei, di video girati attraverso dispositivi mobili, per riuscire a guardare la natura da punti di vista differenti e quindi riuscire ad interpretare in maniera sfaccettata la realtà. Questo al fine di definire un nuovo racconto originale e fuori dagli schemi, da poter portare, nelle fiere di settore.

Azione A – riprese video

Le riprese video dovranno essere realizzate con una qualità minima HD e massima 8K. Alle riprese con camera a terra dovranno aggiungersi anche riprese effettuate con drone e con telecamere 360°.

Azione B – post produzione per visualizzazione in VR

Dopo la fase di acquisizione delle riprese video/fotografiche i materiali dovranno essere prodotti ed ottimizzati per i seguenti scopi:

- Diffusione via web

- Diffusione via tv
- Diffusione via dispositivi mobili
- Fruizione attraverso google cardboard

Costo complessivo: € 8.400,00

Intervento 11 - Spese generali ed imprevisti

Al fine di garantire la corretta attuazione delle fasi della programmazione, della progettazione, dell'affidamento, dell'esecuzione delle attività previste nel piano di comunicazione integrata per il progetto NaturArte, è opportuno prevedere una somma da destinare a spese generali e/o imprevisti che dovessero sopraggiungere durante la realizzazione del progetto.

Costo Complessivo: € 3.680,00

Tempi e fasi

Vista la necessità di concentrare le attività all'interno di n. 5 fine settimana nella stagione autunnale e di effettuare una anteprima primaverile unica, si considera la necessità di articolare gli interventi come da seguente cronoprogramma.

Si precisa, inoltre, che tutte le attività di pianificazione media terranno in considerazione la necessità di dare la massima visibilità ad ogni evento.

Si aggiunge che in fase di pre-lancio sarà inviato un vademecum per garantire il coordinamento e l'armonizzazione della comunicazione all'interno delle comunità e si prevede di organizzare un workshop unico in cui far confluire tutti i portatori di interesse dei territori per agevolare la diffusione delle informazioni con una logica di carattere virale (anche attraverso la definizione di una call per volontari).

Localizzazione

In merito alla localizzazione, le attività saranno garantire sul territorio della Basilicata. Per tutti gli interventi al di fuori dei confini regionali dovranno essere concordati modi e tempi di attuazione.

Società esecutrice

La società esecutrice è il soggetto che si aggiudicherà la gara per la fornitura dei beni e l'erogazione dei servizi connessi all'azione.

Beneficiari e destinatari dell'intervento

Il beneficiario è la rete dei parchi della Basilicata e le comunità sottese:

- le **Proloco** dei territori nel cui comune verranno installate le forniture ed attivati i servizi;
- Le **associazioni** che si candideranno, attraverso manifestazione di interesse, alla gestione delle case cantoniere rifunzionalizzate;
- I **gestori** degli spazi afferenti agli attrattori di rilevanza strategica individuati dal MiBACT;
- **La comunità territoriale economica e sociale** che sarà agevolata nel raggiungimento dei rispettivi obiettivi di crescita e sviluppo.

Soggetti coinvolti

I soggetti coinvolti nell'implementazione sono le proloco, le associazioni culturali presenti sui territori, che si occupano nello specifico di valorizzazione culturale, naturalistica, artistica, sociale, le amministrazioni comunali, le attività commerciali affini al settore turistico e dell'accoglienza. Nello specifico, questi ultimi soggetti saranno chiamati, anche attraverso il coordinamento delle attività con la misura relativa alla implementazione di un marchio d'area, a fornire tutte le informazioni utili al popolamento del database utile per implementare l'applicazione georeferenziata.

Risultati attesi

I risultati attesi coincidono con il miglioramento della struttura delle informazioni e delle modalità di fruizione da parte dei turisti.

In particolare si indicano i seguenti risultati:

- **Miglioramento della percezione naturalistica dell'area;**
- **Sviluppo di opportunità** legate al connubio tra arte e natura;
- **Riscoperta del territorio;**
- **Incremento della qualità percepita;**
- **Incremento della collaborazione tra istituzioni e privati operanti nell'area;**
- **Aumento del numero di occupati nel settore della tutela ambientale e dell'accoglienza;**
- **Incremento della percezione positiva della cultura del turismo inclusivo, lento, sostenibile;**
- **Sensibilizzazione delle istituzioni pubbliche** e dei soggetti privati verso il turismo sostenibile.

Impatti ambientali

Trattandosi di interventi sostanzialmente immateriali, non si ravvisano condizioni potenzialmente capaci di risultare impattanti da punto di vista ambientale. Tuttavia, qualunque attività umana, o scelta di materiali di supporto, sarà svolta nel pieno rispetto dell'ambiente e della sua biodiversità.

Fattibilità Tecnico procedurale

Alla luce delle disposizioni di cui al D. Lgs. 18 aprile 2016 n. 50 così come modificato dal Decreto Correttivo di cui al D. Lgs. 19 aprile 2017 n. 56, si ritiene che tutte le procedure per le acquisizioni di cui alle azioni di progetto, possano essere espletate secondo le procedure di cui all'art. 36.

Per la struttura dell'azione non è necessaria l'acquisizione di pareri di alcun tipo.

Quadro Economico:

Intervento	Costo complessivo
Coordinamento comunicazione	€ 14.754,10
Promozione Radiofonica/televisiva - sponsorizzazione e posizionamento online annunci stampa su quotidiani locali + riviste	€ 19.672,13
Stampa Locandine e Volantini e distribuzione, gadget, stampa e affissione manifesti 70x100 - DESK front office NATURARTE nei 5 parchi	€ 32.786,89
Press Tour nei 4 parchi con giornalisti specializzati	€ 8.196,72
Ideazione e impaginazione grafica del materiale promo-pubblicitario	€ 6.557,38
Cura e promozione profili social facebook, twitter, instagram + ufficio stampa	€ 12.295,08
Spazio web + Aggiornamento sito web fino al 2021	€ 5.737,70
Partecipazione a fiere di settore in stand + spese personale partecipante	€ 32.786,89
Analisi, raccolta e sistematizzazione dati x pacchetti turistici brandizzati naturarte + vettori per lo spostamento tra le attività pianificate	€ 8.131,15
Riprese video e ottimizzazione per visione vr e narrazione immersiva da utilizzare a BTO BIT, TTG	€ 6.885,25
Spese generali ed imprevisti	3.016,39
Totale imponibile	150.819,67
Totale Iva	€ 33.180,33
Totale (IVA inclusa)	€ 184.000,00