

## **Anagrafica**

Soggetto promotore: Agenzia Regionale per la Promozione Turistica della Liguria In Liguria e Fondazione Carige

Titolo progetto: Art & Culture Experience in Liguria - Travelart

Settore intervento: Arte, Attivita' e Beni Culturali

Territorio di intervento: Comune di Genova e Imperia

Contributo deliberato: 70.000 €

Costo effettivo del progetto: 120.525 €

## **Progetto:**

Breve descrizione dell'iniziativa:

Il progetto prevede lo sviluppo di attività legate al “*tema della creazione dell'esperienza culturale*”. Tali attività hanno avuto il duplice obiettivo di proporre itinerari e percorsi culturali secondo una logica di gioco in grado di coinvolgere un pubblico più ampio del target usuale del turismo culturale e di alimentare la produzione di contenuti multimediali da parte di tutti i soggetti coinvolti, arricchendo in questo modo il patrimonio narrativo di *user generated content* della destinazione.

## **Travel Art in numeri:**

- Sono state organizzate quattro cacce al tesoro che hanno visto la partecipazione di quasi 500 persone: tre su Genova (rispettivamente nelle date del 1, 2, 8 giugno 2019) ed una su Sanremo (15 giugno 2019);
- Nelle giornate dell'1 e dell'8 giugno sono state organizzate due sfilate di quadri viventi;
- Nella giornata conclusiva delle attività promozionali su Genova (8 giugno 2019) è stata organizzata una *live performing art* che ha visto la partecipazione di una ventina di artisti che hanno reinterpretato opere pittoriche di autori famosi legati alla Liguria;
- E' stato creato un sito internet dedicato, che dalla messa online relativa ai primi giorni di giugno fino al 30 giugno è stato visitato 6.703 volte ed è stato visto da oltre 4.800 persone;
- Sono state lette oltre 15.200 pagine del sito e ogni visitatore ha avuto una permanenza media di quasi 2 minuti, con una media di 2,2 pagine lette. Il giorno con il maggior numero di visite è stato venerdì 7 giugno con oltre 500 visitatori;

- In aggiunta al sito, sono state avviate le seguenti attività di comunicazione:
  - web advertising attraverso l'invio di newsletter, banner, ecc sui quotidiani locali;
  - spot radiofonico su Radio Babboleo, Babboleo Suono e Babboleo News. Sono stati mandati in onda 360 spot in 10 giorni;
  - diretta televisiva di 5 ore su Primocanale durante la giornata conclusiva dell'8 Giugno 2019;
  - coinvolgimento di 4 *influencer* di livello nazionale;
  - parallela pubblicazione di post sui canali social: la pagina Facebook ha oltre 178.000 followers e Instagram oltre 44.000 follower.

Di seguito i risultati:

- 2.021.432 impression prodotte dagli *influencers*
- 5.174.653 impression totali
- 1.984.653 persone raggiunte
- 1.034 persone che hanno usato l'hashtag
- 1.343 post pubblicato con l'hashtag #travelartliguria

## **Partenariato:**

Nell'ambito del progetto sono stati coinvolti: Comune di Genova, Camera di Commercio I.A.A. di Genova, Palazzo Ducale, Musei e Palazzi storici di Genova, botteghe storiche di Genova e appartamenti privati solitamente non aperti al pubblico.

**Sulla base degli output evidenziati in precedenza, si ritiene di poter concludere che i risultati raggiunti siano in linea con gli obiettivi prefissati.**

**Si precisa infine che la nostra relazione riporta unicamente gli output ritenuti maggiormente indicativi.**