

La best practice Ecco una "Booking-Amazon" la piattaforma tutta Lucanya

■ Si chiama «Lucanya.com», la piattaforma digitale che raccoglie oltre 250 aziende, tutti i comuni della Basilicata, e grazie ad un accordo sottoscritto con le Proloco lucane (Unpli), saranno inserite anche tutte le attività e gli eventi in programma sul territorio. Insomma uno sguardo a 360 gradi su tutta la Basilicata frutto di una start up, «Destinazione Basilicata srl», nata per promuovere le potenzialità turistiche e attrattive della regione. Completamente finanziata da privati ha un capitale sociale di 405 mila euro.

«Con un crowdfunding - sottolinea il presidente di Destinazione Basilicata Francesco Garofalo - sono stati già raccolti 600 mila euro, ma l'obiettivo è di arrivare a 1,2 milioni entro il 2021. Presentata il 9 febbraio alla Bit di Milano, anche se con il lockdown è stata frenata l'attività di inserimento delle aziende interessate, i numeri nonostante la pandemia sono tornati a crescere: è aumentata l'offerta di prodotti e servizi e il livello di interesse da parte degli utenti».

Da un lato e-commerce per prenotazioni, dall'altro, acquisti prodotti e servizi e di comunicazione del territorio. Il coronavirus ha portato alla ribalta strumenti e forme di promo-commercializzazione che sono ormai una realtà. «E una decina di giorni fa - ha spiegato Garofalo - è partita anche la campagna di comunicazione della piattaforma. Bisogna insistere sulla condivisione sul co-marketing territoriale. E la piattaforma è già diventata una best practice, lo strumento per fare rete che mette insieme tutti gli stakeholder della Basilicata». Narrare, raccontare questa terra: è una nuova opportunità anche se non è stato semplice. La sfida è divenire il booking lucano, commercianti e imprese e imprese che fanno promozione e al tempo stesso l'amazon lucano per acquisti e distribuzione. «Un'alternativa importante, insomma, e forte con un proprio motore di ricerca. La piattaforma www.lucanya.com è stata realizzata, infatti, grazie a una partnership con la scale up italiana Facilitylive, azienda di punta dell'hi tech europeo».

Numerose le partnership, anche importanti, attivate. «Prima fra tutte quella con Aeroporti di Puglia con la quale si stanno intensificando azioni di promo-commercializzazione per il 2021, senza trascurare altre partnership, alcune in corso di definizione, con Parco nazionale del Pollino, Gal Cittadella del Sapere, Coldiretti Basilicata, Apt Basilicata. Il lockdown - ha spiegato, infatti, il presidente di Destinazione Basilicata - ci ha fatto metabolizzare l'importanza del digitale».



Francesco Garofalo

[l.ier.]