La presente deliberazione viene affissa il 20 MAR. 2009 all'Albo Pretorio per rimanervi 15 giorni.

PROVINCIA di BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale di Benevento n. 83 **del** 20 MAR. 2009

Oggetto: APPROVAZIONE SCHEDA DI MANIFESTAZIONE DI INTERESSE INERENTE LA PROPOSTA PROGETTUALE "IN@NATURA- ITINERARI DEL GUSTO".

L'anno duemila~~otto~~ nove il giorno VENTI del mese di MARZO presso la Rocca dei Rettori si é riunita la Giunta Provinciale con l'intervento dei Signori:

1)	**Prof.Ing**	**Aniello**	**CIMITILE**	**- Presidente**	
2)	**Avv.**	**Antonio**	**BARBIERI**	**- Vice Presidente**	
3)	**Dott.**	**Gianluca**	**ACETO**	**- Assessore**	
4)	**Ing.**	**Giovanni Vito**	**BELLO**	**- Assessore**	
5)	**Avv.**	**Giovanni Angelo Mosè**	**BOZZI**	**- Assessore**	
6)	**Dott.ssa**	**Annachiara**	**PALMIERI**	**- Assessore**	
7)	**Ing.**	**Carlo**	**FALATO**	**- Assessore**	
8)	**Dott.**	**Nicola Augusto**	**SIMEONE**	**- Assessore**	*ASSENTE*
9)	**Geom.**	**Carmine**	**VALENTINO**	**- Assessore**	

Con la partecipazione del Segretario Generale Dott. Claudio UCCELLETTI

L'ASSESSORE PROPONENTE : Ing. Carlo Falato

LA GIUNTA

Preso visione della proposta del Settore Servizi ai Cittadini, fatta istruire dal responsabile del Servizio "Cultura –Turismo -Sport- Sviluppo Economico", dr. Giuseppe Marsicano, qui di seguito trascritta :

PREMESSO che con la deliberazione n. 184 del 06/02/2009, nel perseguire l'obiettivo della costruzione di unprogramma regionale unitario di eventi, articolato per differenti categorie e target di destinatari, laGiunta Regionale ha ritenuto necessario garantire, oltre alla concentrazione degli interventi, la piena
espressione alla domanda di sviluppo delle collettività locali, applicando i principi di concertazione e

partenariato, sussidiarietà e decentramento. Nel dettare gli opportuni indirizzi finalizzati all'attivo coinvolgimento del territorio nella programmazione e definizione degli eventi e manifestazioni che costituiranno parte integrante e qualificante dell'offerta turistica per l'anno 2009, si è determinato di attivare gli Enti Pubblici a proporre propri progetti ed iniziative, coerenti con gli obiettivi fissati nella
programmazione regionale per l'anno 2009.
Nell'ambito degli interventi sul territorio, il filo conduttore della programmazione regionale in materia di
eventi sono alcuni percorsi tematici che prevedono più manifestazioni racchiuse in un arco temporale
medio-lungo, che interessano tutto il territorio regionale. I percorsi, o, meglio, i "***Viaggi***", sono i seguenti:

A. **Il Viaggio nella memoria:Natale 2008**, già definito con la D.G.R. n. 1723 del 31/10/2008
B. **Il Viaggio nelle emozioni: Pasqua 2009**, già definito con la D.G.R. n. 184 del 06/02/2009
C. **Il Viaggio nella storia: Il Maggio dei Monumenti 2009 in Campania**
D. **Il Viaggio nell'arte: Napoli Teatro Festival Italia 2009**
E. **Il Viaggio nella creatività: il Festival itinerante della creatività**
F. **Il Viaggio nella tradizione: Piedigrotta 2009 – la festa di Napoli**

VISTA L'avviso pubblico a presentare manifestazione di interesse da sottoporre al tavolo di concertazione istituito con DGR n. 184 del 6 febbraio 2009, relativamente a progetti inerenti al "*Viaggio nella storia: Il Maggio dei Monumenti 2009 in Campania*" e al "*Viaggio nell'arte: Napoli Teatro Festival Italia 2009*":

VISTI gli art. 3 e 19 del D.Lgs 267/2000 e rilevata la conformità dell'iniziativa di cui trattasi alla funzione di promozione e di coordinamento delle attività che perseguono l'interesse e lo sviluppo della propria comunità conferita alla provincia dalla norma citata;

CONSIDERATO che la Provincia di Benevento, così come indicato nello Statuto dell'Ente, tra gli obiettivi da perseguire, oltre a quelli di tipo istituzionale, annovera la valorizzazione delle risorse culturali e turistiche, attribuendo a tutte le azioni volte in tal senso una funzione essenziale anche per lo sviluppo economico, sociale e culturale della propria collettività, indispensabile all'affermazione dei valori umani, al soddisfacimento dei bisogni collettivi, ed a garantire una migliore qualità della vita alla collettività tutta;

VISTA la scheda progettuale predisposta dal settore Servizi ai Cittadini inerente la valorizzazione del turismo enogastronomico provinciale dal titolo "IN@Natura- Itinerari del Gusto"

CONSIDERATO che la realizzazione di eventi ed attività rientranti nell'ambito artistico e culturale costituisce anche un elemento capace di attrarre pubblico ed incentivare, così, una forma di turismo qualitativamente e quantitativamente rilevante, con sicuri benefici per il nostro territorio, sia a livello d'immagine che sul piano economico;

RITENUTO di dover aderire all'avviso pubblico della Regione Campania a presentare manifestazione di interesse a valere sui "*Viaggio nella storia: Il Maggio dei Monumenti 2009 in Campania*" e "*Viaggio nell'arte: Napoli Teatro Festival Italia 2009*":

Esprime parere favorevole circa la regolarità tecnica della proposta.

Lì _____

Il Dirigente del Settore
SERVIZI ai CITTADINI
(dr.Raffaele Bianco)

Esprime parere favorevole circa la regolarità contabile della proposta,

Lì _____

Il Dirigente del Settore
FINANZE E CONTR. ECONOMICO
(dott. Andrea Lanzalone)

LA GIUNTA

Su parere favorevole dell'Assessore Ing. Carlo Falato , ad unanimità di voti,

D E L I B E R A

Per quanto in premessa esposto:

1) **ADERIRE** aderire all'avviso pubblico della Regione Campania a presentare manifestazione di interesse a valere sui "*Viaggio nella storia: Il Maggio dei Monumenti 2009 in Campania*" e "*Viaggio nell'arte: Napoli Teatro Festival Italia 2009*":

2) **APPROVARE** la scheda progettuale relativa alla iniziativa IN@Natura -itinerari del gusto, allegata alla presente deliberazione

3) **ONERARE** il Dirigente Settore Servizi al Cittadino a tutti gli adempimenti consequenziali.

4) DICHIARARE la presente delibera, con separata unanime votazione, immediatamente esplicabile.

Verbale letto, confermato e sottoscritto

IL SEGRETARIO GENERALE — **IL PRESIDENTE**
(Prof. Ing. Aniello CIMITILE)

N. 182 **Registro Pubblicazione**

Si certifica che la presente deliberazione è stata affissa all'Albo in data odierna, per rimanervi per 15 giorni consecutivi a norma dell'art. 124 del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267.

BENEVENTO 20 MAR. 2009

IL MESSO — **IL SEGRETARIO GENERALE**
IL SEGRETARIO GENERALE
((Dott. Claudio UCCELLETTI))

La suestesa deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio in data 0 MAR. 2009 e contestualmente comunicata ai Capigruppo ai sensi dell'art. 125 del T.U. – D. Lgs. vo 18.8.2000, n. 267.

SI ATTESTA, che la presente deliberazione è divenuta esecutiva a norma dell'art. 124 del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267 e avverso la stessa non sono stati sollevati rilievi nei termini di legge.

lì 05 MAG. 2009

IL RESPONSABILE DELL'UFFICIO — **IL SEGRETARIO GENERALE**
IL SEGRETARIO GENERALE
((Dott. Claudio UCCELLETTI))

Si certifica che la presente deliberazione è divenuta esecutiva ai sensi del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267 il giorno 31 MAR. 2009

- ☒ Dichiarata immediatamente eseguibile (art. 134, comma 4, D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267).
- ☐ Decorsi 10 giorni dalla sua pubblicazione (art. 134, comma 3, D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267).
- ☐ E' stata revocata con atto n._____del_____

Benevento lì, 05 MAG. 2009

IL SEGRETARIO GENERALE
IL SEGRETARIO GENERALE
((Dott. Claudio UCCELLETTI))

Copia per

- 2 SETTORE Serv. Cittadino il 1574 23.3.09 prot. n._____
- SETTORE Finanze il _____ prot. n._____
- SETTORE _____ il 1577 prot. n._____
- Revisori dei Conti il 24.3.09 prot. n._____
- √ Nucleo di Valutazione il _____ prot. n._____

√ Conferenza Capogr.

ALLEGATO "C"

IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO

1. Nome ***In@natura – Itinerari del gusto***

2. Ente pubblico realizzatore/Beneficiario

Ente PROVINCIA DI BENEVENTO

Indirizzo (Civico, CAP, Località) **Rocca dei Rettori - Piazza Castello -Comune di Benevento**
Provincia__ BN __CAP__ 82100

Telefono **0824 21390**

FAX **0824 355160**

E-Mail presidenza@provinciabenevento.it

3. Localizzazione dell'intervento

località: Benevento;
località: Guardia Sanframondi Prov. (BN);
località: Campoli del Monte Taburno Prov. (BN);
località: Castelvenere Prov. (BN);
località: Torrecuso Prov. (BN);
località: Solopaca Prov. (BN);
località: Sant'Agata de' Goti Prov. (BN);

4. Costo dell'intervento

TOTALE	**€ 213.600,00** , di cui :
Finanziamento richiesto alla Regione	**€ 149.520,00**
Altre Risorse pubbliche	**€ 64.080,00**
Risorse private	**€ 0,0**

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

IL PRESIDENTE
Prof. Ing. Aniello Cimitile

DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO

1. Descrizione dell'intervento - finalità – obiettivi

"IN@NATURA - Itinerari del gusto" è uno straordinario viaggio tra i profumi ed i colori, la cultura e la storia, alla scoperta dei luoghi del gusto tra tradizioni, saperi e sapori del Sannio. Le attività si svolgono nella città di Benevento e nella provincia puntando ad animare e promuovere le aree interne del territorio Sannita.

Curato da giornalista RAI Puccio Corona, il progetto si fonda principalmente sull'azione di coordinamento operativo tra i singoli eventi che, da decenni, valorizzano i vari centri della provincia (Sant'Agata de' Goti, Guardia Sanframondi, Castelvenere, Torrecuso, Solopaca e Campoli di Monte Taburno) e l'ideazione di nuovi appuntamenti come "Benvenuti nel Sannio" e lo stage "La cultura dell'accoglienza e la qualità dell'ospitalità".

"Benvenuti nel Sannio" consiste in una serie di iniziative che comprendono un *press tour*, *convegni* ed una pluralità di *eventi* di intrattenimento tra cui un concerto/spettacolo. Per il *press-tour* saranno invitati a Benevento 6/7 giornalisti specializzati nel settore del turismo, per i quali verrà organizzato un tour di due giornate, che permetta loro di conoscere e visitare i principali attrattori turistici della città e della provincia.
Lo schema che segue rappresenta un esempio del tour.

Venerdì 19 giugno	Giornata dedicata ai convegni
Sabato 20 giugno	*Ore 10.30:* Viaggio tra i monumenti di Benevento a bordo del Trenino dell'Arte e visita del Museo Arcos *Ore 13.30:* Pranzo presso locale tipico di Pietrelcina e visita del borgo e dei luoghi natali di Padre Pio *Ore 16.30:* Partenza per Sant'Agata dei Goti e visita del borgo *Ore 19.00:* Visita a cantine delle aziende vinicole
Domenica 21 giugno	*Ore 10.30:* Partenza per Cerreto Sannita con visita del centro storico e del Museo civico, dove sono conservate pezzi di inestimabile valore delle famose ceramiche cerretesi *Ore 13.30:* Pranzo a Cerreto Sannita *Ore 16.00: Visita* del Museo Geopaleontologico di Pietraroja, dove è conservato il fossile del cucciolo di dinosauro Scipionyx Samniticus detto *Ciro* *Ore 20.00:* Cena presso Locale tipico di Cusano Mutri

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

L'intera giornata di Venerdì 24 ottobre sarà dedicata al dibattito ed al confronto scientifico sullo "stato dell'arte" ed i progetti già realizzati e da realizzare nel settore della promozione turistica nella provincia di Benevento
I due *convegni* saranno dedicati rispettivamente all'approfondimento di questioni tecnico-scientifiche e politico-istituzionali sui temi del turismo nel Sannio secondo il seguente programma tipo:

Venerdì 19 giugno Al mattino: *Lo scenario di mercato per il turismo nel Sannio. Le opportunità*	*Ore 9:30:* Registrazione dei partecipanti con welcome coffee *Ore 10:30*: Inizio del convegno scientifico Prima sessione – La comunicazione nel turismo • *Gli approcci al marketing territoriale* • *Strategie Turistiche* • *Come realizzare un piano di comunicazione nel turismo* • *Il co-marketing nel turismo* Seconda sessione – Le applicazioni *Ore 13.30:* Trasferimento al ristorante e pausa pranzo
Al pomeriggio: *Un'agenda per la politica turistica del Sannio*	*Ore 16.30:* Inizio del convegno volto ad illustrare i progetti già realizzati.

I pacchetti turistici - All'agente di viaggio prescelto per la gestione del *press tour* verrà chiesto di organizzare pacchetti turistici di 2-3 notti nel Sannio, ponendo il pernottamento a Benevento in relazione con visite ai diversi luoghi e attrazioni della provincia.
Per potenziare l'esperienza turistica, così come avviene in alcune capitali internazionali, verrà organizzato un "*Sannio Carnet*", consistente di un carnet di ticket che permetteranno l'accesso ad un servizio, a scegliersi, per ciascuna tipologia. Per esempio,
il *ticket degli alberghi*, utilizzabile in un albergo scelto tra la lista di quelli aderenti;
il *ticket dei ristoranti,* idem;
il *ticket degli agriturismo,* idem;
il *ticket del torrone,* utilizzabile per acquisti presso commercianti di torrone;
il *ticket dei "vini pregiati",* idem presso cantine;
il *ticket delle ceramiche,* idem;
etc.

L'obiettivo dello stage "La cultura dell'accoglienza la qualità dell'opsitalità" è quello di trasferire modelli di gestione del servizio turistico e fornire ai responsabili dei vari eventi gli strumenti adeguati per accrescere e migliorare le proprie competenze.

L'accoglienza e la qualità dell'ospitalità sono fattori sempre più determinanti per lo sviluppo turistico. Nello scenario attuale, caratterizzato da dinamiche turistiche sempre più complesse e mutevoli, il

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento

IL PRESIDENTE
Prof. Ing. Aniello Cimitile

"sistema di accoglienza" delle nostre aree turistiche, assume un'importanza strategica sia in quanto principale strumento di promozione a disposizione degli operatori turistici, sia quale elemento determinante per il "ritorno". In un sondaggio rivolto a persone che per la prima volta si recavano in vacanza in una determinata località, alla domanda "perché avete scelto questo luogo?" nel 51% dei casi la risposta era "perché ne ha parlato bene chi ci è stato". Una percentuale ancora maggiore (il 58%) decide di tornare a visitare una determinata località perché ha un bel ricordo di come si è trovato. Analisi di mercato di questo tipo mostrano, con tutta evidenza, come il "trovarsi bene" dipenda in buona parte dall'accoglienza ricevuta. Di fronte a un'offerta turistica affollata delle più disparate proposte - molte delle quali accattivanti per qualità e per prezzo - è il fattore dell'accoglienza a rappresentare uno dei maggiori punti di forza di una proposta turistica di qualità. Il ruolo che il turista attribuisce all'ospitalità ricevuta assume un'importanza sempre maggiore, fino a diventare elemento determinante e strategico: è il vero "valore aggiunto" della proposta turistica. Il "sistema accoglienza" è fatto, principalmente, di strutture e di persone. Per strutture si intendono tutti gli strumenti atti a favorire un buon accesso al servizio turistico: servizi informativi, accessibilità fisica (strade, ecc.), trasporti, presenza di servizi alla persona, ecc. Per persone non si intendono solamente coloro che sono addetti direttamente ai servizi turistici, bensì anche coloro che operano in altri ambiti, ma entrano a contatto con gli ospiti: trasporti, sanità, banche, esercizi commerciali, servizi pubblici, ecc." (G. Dall'Ara "Comunicazione e marketing" FrancoAngeli editore, Milano 2003). La nuova frontiera del marketing territoriale è quella che si occupa delle persone. Sono le persone ad accogliere, non i depliant o gli Uffici informazioni turistiche, o le hall degli alberghi. E l'accoglienza non è una questione di sole procedure da imparare.

Il primo obiettivo dovrà essere quello di far crescere la coscienza turistica e la cultura dell'accoglienza nei cittadini. Qualsiasi operazione di marketing all'esterno sarà pressoché inutile se prima non si è sensibilizzata la popolazione e il sistema turistico locale - se prima, insomma, non si sarà fatto "marketing interno".

2. Mercato nazionale/internazionale di riferimento

Destinatari dell' evento sono principalmente i flussi turistici di provenienza interna ed extra-regionale, veicolati attraverso più canali: quello del turismo culturale e religioso, con proposte di visite di siti archeologici ed architettonici "minori"; quello del turismo naturalistico, nonché di aziende specializzate nel settore dell'escursionismo; quello del turismo eno-gastronomico; Infine destinatari gli operatori dell'incoming.

Le motivazioni dell'incoming di provenienza extra-regionale che, comunque, tenderà a concentrarsi nei mesi primaverili, estivi ed autunnali, saranno la "scoperta del territorio", quindi un misto di interessi di natura culturale, eno-gastronomica e di natura ambientale che riguarda tutte le fasce di età.

Destinatari complessivamente marginali dell' evento, sono i flussi turistici internazionali, legati al turismo religioso ed ai riti tradizionali popolari, concentrati prevalentemente nel periodo estivo, usuale periodo di rientro nei luoghi natii della popolazione emigrata.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento
IL PRESIDENTE
Prof. Ing. Aniello Cimitile

Come detto i mercati di riferimento sono sia quelli interni, con incremento dell'offerta turistica per soggiorni brevi o giornalieri, sia quelli extra-regionali, di durata maggiore, in linea con la media regionale di soggiorno, ed orientata verso tutte le fasce di età, al fine di garantire un gradimento del prodotto turistico all'intero nucleo familiare che, attraverso la tecnica del "passa-parola", possa costituire un flusso auto-alimentante

3. Luogo di svolgimento – Locations

località: Benevento;
località: Guardia Sanframondi Prov. (BN);
località: Campoli del Monte Taburno Prov. (BN);
località: Castelvenere Prov. (BN);
località: Torrecuso Prov. (BN);
località: Solopaca Prov. (BN);

località: Sant'Agata de' Goti Prov. (BN);

3.1 Bene o sito culturale valorizzato con l'evento

località: Benevento; Museo del Sannio, Arco di Traiano, Chiesa di S. Sofia, Rocca dei Rettori, MUSA Polo museale della tecnica e del lavoro in agricoltura.
località: Guardia Sanframondi Prov. (BN); Castello Medievale dei Sanframondo, Collezione di Farfall, Basilica Santuario dell'Assunta, Centro Storico.
località: Campoli del Monte Taburno Prov. (BN); Chiesa San Nicola di Bari, Centro Storico
località: Castelvenere Prov. (BN);
località: Torrecuso Prov. (BN);
località: Solopaca Prov. (BN);

località: Sant'Agata de' Goti Prov. (BN);

4. Date di svolgimento degli eventi

DAL 19 AL 21 giugno 2009 – Benvenuti nel Sannio - BENEVENTO - POLO MUSEALE DELLA TECNICA E DEL LAVORO IN AGRICOLTURA (MUSA)

10 luglio 2009 – Stage "La cultura dell'accoglienza e la qualità dell'ospitalità" -BENEVENTO - POLO MUSEALE DELLA TECNICA E DEL LAVORO IN AGRICOLTURA (MUSA)

DAL 4 al 10 AGOSTO 2009 – VINALIA – GUARDIA SANFRAMONDI
Evento enogastronomico con percorsi del gusto, laboratori e convegni

DALL'8 AL 10 AGOSTO – CALICI DI STELLE – CAMPOLI DI MONTE TABURNO

DAL 21 al 23 AGOSTO 2009 – LA FESTA DEL VINO – CASTELVENERE
Itinerario "sotterraneo" del vino

DAL 4 AL 6 SETTEMBRE 2009 – VINESTATE – TORRECUSO
Manifestazione artistico-culturale con spettacoli, concerti, mostre, convegni e appuntamenti con la gastronomia locale

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento
IL PRESIDENTE
Prof. Ing. Aniello Cimitile

12 e 13 SETTEMBRE 2009 – FALANGHINA FELIX – SANT'AGATA dei GOTI
Rassegna regionale dei vini da uve falanghina

DAL 15 AL 20 SETTEMBRE 2009 – FESTA DELL'UVA – SOLOPACA
Manifestazione con sfilata di carri allegorici

5. **Palinsesto e programma dettagliato**

Come già specificato, si tratta di mettere a sistema, potenziare e rilanciare su un mercato più ampio delle iniziative già consolidate del territorio che segnano condizioni di debolezza relative alla mancanza di una adeguata comunicazione, e di organizzazione in termini turistici. La presente proposta, quindi, si inserisce per aumentare la riconoscibilità degli eventi e per aumentarne il livello qualitativo sia per quanto riguarda l'offerta artistica, sia per quanto riguarda i rapporti tra evento-territorio-paesaggio-prodotti tipici. Pertanto il programma dettagliato si dovrà definire con il concerto delle altre iniziative che fanno parte del progetto.

6. **Cast artistico**

Il Cast artistico sarà definito attingendo dalle risorse locali e campane, mirando alla valorizzazione della musica tradizionale campana, ed incentrata anche su aspetti della valorizzazione della cultura contadina e di tradizione. In particolare si realizzeranno ex novo due produzioni musicali e teatrali, una riguardante i "Valani", i cosiddetti garzoni, che in un passto non molto antico, venivano "venduti" come merce in cambio di pochi quintali di grano e pochi soldi per un anno di lavoro come pastori, bifolchi, stallieri e piegati ad ogni tipo di lavoro nei campi e nei vigneti,ed una riguardante le "Streghe di Benevento" dal titolo "La Strega e Pulcinella", una storia montata in un contesto narrativo moderno ove i due continuano ad inseguirsi senza però, mai incontrarsi, in un viaggio nel tempo evidenziando le bellezze artistiche di Benevento e Provincia, nonché le evoluzioni storiche e culturali. Tali produzioni oltre ad essere utilizzate per i vari eventi programmati, rappresentano strumenti di promozione da esportare in altri territori italiani (Festival, delle Province, rete di cultura popolare ecc...)

7. **Direttore Artistico/Curatore scientifico Giornalista RAI PUCCIO CORONA**

8. **Coerenza del progetto con l'idea forza del "Viaggio nell'arte"**

In coerenza con gli orientamenti regionali per uno sviluppo policentrico della Campania, attraverso un programma unitario di sviluppo in cui le specifiche vocazioni di ciascun territorio sono valorizzate in un'ottica di sistema integrato regionale e non di singole individualità, la proposta progettuale *risulta coerente con i seguenti documenti di programmazione regionale e anche provinciale.*

Per quanto concerne la programmazione regionale, si segnala, in particolare la coerenza con i seguenti documenti:

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

a)"Linee guida per lo sviluppo turistico della Campania", approvate con Delibera di Giunta Regionale nel 2002. Tali linee guida, pur non entrando nel merito del prodotto ciclo-turistico, prevedono lo sviluppo di segmenti quali il turismo culturale, enogastronomico, ambientale, con particolare riferimento alla Provincia di Benevento.

b)"Documento strategico regionale preliminare per la politica di coesione 2007 – 2013" pubblicato sul BURC n. 68 bis del 27.12.2005. In particolare si fa riferimento alla proposta "La Campania una regione patrimonio del mondo" e "Una Regione alla luce del sole".

c)"Documento strategico regionale per la politica di coesione 2007-2013", laddove si evidenzia tra le priorità specifiche la realizzazione di un' offerta turistica diversificata nel segmento ambientale, sportivo, culturale oltre che allo sviluppo specifico del turismo rurale.

d)"Programma Operativo Interregionale – (POIN)" per attrattori culturali, naturali e turismo , la strategia interregionale per la valorizzazione turistica degli attrattori culturali e naturali nelle Regioni dell'obiettivo "Convergenza", che intende aumentare omogeneamente gli standard di qualità dell'offerta, che puntano a far crescere e differenziare le modalità di fruizione turistica sostenibile del patrimonio, e riuscire a mettere a sistema l'offerta culturale, ambientale e turistica. Il fine è quello di generare "attrazione" di flussi turistici di qualità e a maggior valore aggiunto.

9. Piano di comunicazione dell'evento – descrizione

Area media

E' prevista la pianificazione dell'acquisizione di spazi publi-redazionali sui principali quotidiani e periodici regionali e nazionali oltre che sulle riviste di settore.

Costituiranno mezzi di sicura efficacia la programmazione di spot e radiocomunicati sul circuito di emittenti nazionali e locali della Campania, così come il ricorso al canale televisivo.

La campagna sui media sarà pianificata dall'Ufficio stampa che organizzerà una conferenza stampa iniziale di presentazione dell'intero progetto e conferenze stampa intermedie riferite ai singoli eventi. L'Ufficio stampa curerà la realizzazione oltre che dei comunicati stampa e dei testi per le cartelle stampa anche delle schede informative degli eventi in programma.

Supporti editoriali

E' necessaria la realizzazione di materiale informativo e divulgativo costituito da cartoline, depliant, locandine, poster, brochure, flyers ed inviti.

Cartellonistica e manifesti

Sarà realizzata cartellonistica turistica per indicare i luoghi di svolgimento degli eventi. Per quanto riguarda l'affissione su scala provinciale e regionale di manifesti (nel formato 3x6 m. e 70x100 cm) saranno utilizzati i

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

IL PRESIDENTE
Prof. Ing. Aniello Cimitile

principali spazi per l'affissione statica (spazi comunali, spazi pubblicitari, spazi interni). Le locandine (30x45) saranno affisse principalmente in spazi interni (alberghi, bar, ristoranti, scuole ed università)

Prodotti promozionali

Per rinforzare il messaggio promozionale si prevede di realizzare una serie di gadget promozionali come calendari, cappellini, penne, laccetti, ecc, anch'essi caratterizzati dal logo grafico

Press tour

Saranno organizzati educational tour per giornalisti specializzati della stampa estera ed italiana in modo da poter approfondire la conoscenza del territorio nei suoi aspetti turistici globali. I *Press* rappresentano una componente importantissima del sistema di comunicazione per la costruzione del modello di promozione del territorio ed in tal modo si possono raggiungere tre obiettivi: far conoscere e raccontare nei particolari queste aree ai media; trasformare l'occasione per far sì che chi all'interno dell'organizzazione si occupa della comunicazione, possa confrontarsi con expertise importanti del settore, acquisendo know-how sui modelli di comunicazione innovativi ed efficaci; continuare a far conoscere il programma di "In@natura".

10. **Cronogramma dell'evento** (Inserire il cronogramma relativo a tutte le fasi di realizzazione e rendicontazione dell'evento)

Il progetto si svilupperà attraverso la pianificazione e realizzazione delle seguenti fasi attuative:

- Ideazione dei contenuti
- Individuazione del tema
- Individuazione budget economico
- Scelta del periodo
- Individuazione location
- Definizione dei Partners e degli Enti patrocinanti
- Individuazione strategia di comunicazione (obiettivi, destinatari, strumenti e media)
- Ideazione e realizzazione della veste grafica
- Predisposizione del cronogramma delle azioni di comunicazione
- Definizione calendario eventi
- Individuazione staff organizzativo
- Pianificazione *press tour*
- Pianificazione calendario convegni ed incontri tecnici
- Attività di marketing e promozione (aggiornamento sito internet)
- Predisposizione servizio hosting
- Coinvolgimento scuole (Istituti Istruzione Secondaria)

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

L'inizio delle attività è previsto per il 15 aprile 2009 . Gli eventi sono realizzati secondo le date e i luoghi indicati. La chiusura delle attività e della rendicontazione è prevista per il 30 dicembre 2009.

ANALISI DELLA DOMANDA

11. Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi turistici

L'evento ha una capacità di attrarre un segmento di turismo in crescita per la provincia di Benevento, legato al prodotto vino, ed in particolare all'enogastronomia. Gli eventi di cui al presente progetto, rappresentano già di per se una attrattiva del territorio, ma scoordinato e con problematiche connesse ad una debole comunicazione ed integrazione con le altre offerte del territorio (musei, percorsi religiosi es. via Francigena del Sud, centri storici, ecc.). Dai dati 2008 si è riscontrato un aumento delle presenze negli agriturismi e nei Bed and Breakfast di circa il 18%, in Provincia di Benevento un segnale importante su cui vanno concentrate le attività per fidelizzare gli attuali utenti e per incrementare le presenze. In particolare gli eventi entrano nella promozione complessiva del sistema Sannio che punta a valorizzare il turismo religioso, enogastronomico, culturale e ambientale paesaggistico.

12. Tipologia dei destinatari

I destinatari del progetto sono turisti, proveniente dal territorio campano, dalle regioni circostanti, e agli enoturisti.

13. Priorità dell'intervento per il territorio

Incrementare la capacità di comunicazione degli eventi. Promuovere il prodotto integrato Cultura-territorio-ambiente-produzioni tipiche con la predisposizione di offerte turistiche mirate. Incentivare e coordinare le attività al fine di definire un unico cartellone delle manifestazioni enoturistiche.

FATTIBILITÀ FINANZIARIA

14. Quadro economico dell'intervento

(Inserire quadro economico riepilogativo, comprensivo delle voci di entrata e di uscita, comprese le spese per la comunicazione)

Dettaglio dei costi

DESCRIZIONE ATTIVITA'	TOTALE (IVA INCLUSA)	
Direttore Artistico	**€ 30.000,00**	
Personale adibito ad attività di assistenza tecnica ed organizzativa, consulenza, tutoraggio, ricerca e direzione tecnica	**€ 43.000,00**	
Trasferte, vitto ed alloggio	**€ 18.000,00**	
Organizzazione convegni	**€ 13.000,00**	

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

IL PRESIDENTE
Prof. Ing. Aniello Cimitile

Organizzazione *press tour*	**€ 20.000,00**	
Concerti/spettacoli	**€ 50.000,00**	
Progetto i "Valani"	**€ 25.000,00**	
Progetto "La Strega e Pulcinella"	**€ 20.000,00**	
Ufficio stampa	**€ 10.000,00**	
Spazipubli-redazionali su quotidiani periodici e riviste	**€ 28.000,00**	
Manifesti, locandine, brochure ed inviti	**€ 14.000,00**	
Gadgets promozionali	**€ 10.000,00**	
Video e cd-rom	**€ 9.000,00**	
TOTALE COMPLESSIVO OMNICOMPRENSIVO	**€ 290.000,00**	

Dettaglio delle entrate

Costo complessivo	Contributo regionale	Altri contributi	Quota del soggetto organizzatore ed eventuali ricavi
€ 290.000,00	€ 203.000,00		€ 87.000,00

15. **Altre risorse finanziarie (Entità e tipologia finanziamento; risorse pubbliche e private)**

    Non sono previste altre risorse finanziarie

16. **Analisi finanziaria dell'evento, con particolare riferimento a quanto disposto dall'art. 55 del Reg. CE 1083/2006**

    Per la realizzazione di questi eventi non sono previste entrate di qualsiasi tipo da parte dell'Ente Provincia.

RISULTATI ATTESI

17. **Risultati attesi,** con particolare attenzione a:
    - flussi turistici movimentabili
      Sui flussi turistici attraverso la realizzazione del presente progetto si stima un incremento di presenze del 20%
    - durata della permanenza degli stessi
      attraverso la messa a disposizione di pacchetti turistici per ogni evento si mira a determinare un incremento dei pernottamenti del 10% per il periodo di realizzazione degli stessi.
    - grado di soddisfazione dei turisti

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento

Attraverso un adeguato coordinamento della comunicazione, mirata a far emergere, dal tema portante del vino, anche la fruizione delle altre emergenze ambientale e culturali si mira ad incrementare il grado di soddisfazione del turista. Opportuna comunicazione verrà effettuata agli operatori (alberghi, ristoranti, ecc.) al fine di garantire un livello accettabile degli standard qualitativi ed anche al fine di promuovere ed utilizzare le produzioni locali.

IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI

18. Quantificazione e stima degli impatti attesi :

Descrivere, se vi sono, impatti anche indiretti sull'occupazione, sulle pari opportunità e/o sulla Società dell'Informazione

L'impatto sulla occupazione e sull'economia locale sono sicuramente non trascurabili. Questi eventi movimentano una economia di tipo diretto non indifferente. Se si pensa anche al discorso che la presenza di visitatori comporta anche un contatto diretto tra le produzioni tipiche ed i potenziali acquirenti, questo non può che essere un beneficio sia per la valorizzazione dei prodotti, che per la possibilità di venderli a KM zero. Per quanto riguarda gli eventi, essi sono realizzati da parte di Associazioni, Pro loco e comuni che di per se raccolgono ogni forma di volontariato, in particolare di personale femminile. La promozione delle attività verrà effettuata attraverso tutte le possibilità offerte dagli strumenti di comunicazione legati alle nuove tecnologie (e mail, social network ecc.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento