



# PROVINCIA DI BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale di Benevento n. 586 del 30 OTT. 2009

**Oggetto:** APPROVAZIONE PROGETTO ESECUTIVO - "LE QUATTRO STAGIONI. INVERNO 2009-2010. RITORNO AL BAROCCO E ... NON SOLO: PROGETTO "NOTTE DI NATALE...NOTE DI BAROCCO" FESR 2007-2013 Ob. Op. 1.12.

L'anno duemilanove il giorno due del mese di OTTOBRE presso la Rocca dei Rettori si è riunita la Giunta Provinciale con l'intervento dei Signori:

1) Prof. Ing.	<i>Aniello</i>	<b>CIMITILE</b>	- Presidente	_____
2) Avv.	<i>Antonio</i>	<b>BARBIERI</b>	- Vice Presidente	<b>ASSENTE</b>
3) Dott.	<i>Gianluca</i>	<b>ACETO</b>	- Assessore	<b>ASSENTE</b>
4) Ing.	<i>Giovanni Vito</i>	<b>BELLO</b>	- Assessore	_____
5) Avv.	<i>Giovanni A.M.</i>	<b>BOZZI</b>	- Assessore	_____
6) Ing.	<i>Carlo</i>	<b>FALATO</b>	- Assessore	_____
7) Dr.ssa	<i>Annachiara</i>	<b>PALMIERI</b>	- Assessore	_____
8) Dott.	<i>Nunzio</i>	<b>PACIFICO</b>	- Assessore	<b>ASSENTE</b>
9) Geom.	<i>Carmine</i>	<b>VALENTINO</b>	- Assessore	<b>ASSENTE</b>

Con la partecipazione del Segretario Generale Dott. Claudio UCCELLETTI \_\_\_\_\_

L'ASSESSORE PROPONENTE - Ing. Carlo Falato \_\_\_\_\_

## RELAZIONE

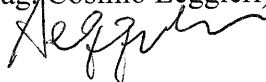
La Provincia di Benevento, con delibera di G.P. n. 395 del 04/08/2009, approvava la propria manifestazione di interesse a valere sul "Le Quattro Stagioni-Inverno 2009-2010:" "Ritorno al Barocco...e non solo" "Progetto Notte di Natale...Note di Barocco" per un importo complessivo di € 350.000,00 a totale carico della Regione Campania.

La Regione Campania con nota prot. n. 2009 0845111 del 2.10.2009, comunicava che con deliberazione di Giunta Regionale n. 1495 del 25/09/2009, valutando positivamente la proposta presentata da questa Provincia, approvava il Progetto, "Le Quattro Stagioni-Inverno 2009-2010:" "Ritorno al Barocco...e non solo" "Progetto Notte di Natale...Note di Barocco" e disponeva un finanziamento pari ad € 50.000,00.

Con la medesima nota, la Regione Campania, chiedeva la trasmissione del Progetto esecutivo dell'evento, rimodulato alla luce del finanziamento assentito.

Si ritiene dover approvare il progetto esecutivo in considerazione del nuovo finanziamento concesso dalla Regione e nel contempo, si ritiene che sussistano i presupposti per l'affidamento della realizzazione del Progetto "Notte di Natale...Note di Barocco", all'Agenzia Art Sannio Campania Scpa, società in house providing di questo Ente.

Il Responsabile dell'U.O.  
(rag. Cosimo Leggieri)



Il Responsabile del Servizio  
(dr. Luigi Insogna)



Preso atto della relazione del responsabile dell'istruttoria, il sottoscritto Dirigente esprime parere favorevole circa la regolarità tecnica della proposta.

Li \_\_\_\_\_

Il Dirigente del Settore  
ATTIVITÀ CULTURALI, ARTISTICHE,  
TURISMO E SPORT  
(dr.ssa Pierina Martinelli)

### **LA GIUNTA**

Su relazione e proposta dell'Assessore alla Cultura Ing. Carlo Falato, ad unanimità,

### **DELIBERA**

Per tutto quanto in narrativa richiamato, che qui si intende integralmente riportato e trascritto:

1. **di approvare** l'allegato progetto esecutivo "Le Quattro Stagioni. Inverno 2009-2010. Ritorno al Barocco e ... non solo: Progetto "Notte di Natale...Note di Barocco" per un importo complessivo di € 50.000,00 a totale carico della Regione Campania;
2. **di dare atto** che la quota di finanziamento di € 50.000,00 a carico della Regione Campania verrà iscritta in Bilancio previa variazione dello stesso;
3. **di dare atto** che ricorrono i presupposti per l'affidamento della realizzazione dell'evento all'Agenzia Art Sannio Campania S.c.p.a. società in house providing della Provincia di Benevento;
4. **di trasmettere** per quanto di competenza al Dirigente del Settore Attività Culturali, Artistiche, Turismo e Sport;
5. **di dare** alla presente immediata esecutività.

Verbale letto, confermato e sottoscritto

**IL SEGRETARIO GENERALE**

**IL PRESIDENTE**

(Prof. Ing. Aniello CIMITILE)

N. 772 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** 03 NOV. 2009

**IL MESSO**

**IL SEGRETARIO GENERALE**

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dott. Claudio UCCELLETTI)

La suestesa deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio in data 03 NOV. 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.

il 20 NOV. 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 14 NOV. 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 li, 20 NOV. 2009

**IL SEGRETARIO GENERALE**

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dott. Claudio UCCELLETTI)

Copia per

SETTORE A. Cult. Art. Tur. Sport il \_\_\_\_\_ prot. n. \_\_\_\_\_  
 SETTORE Gen. Economica il 1485 prot. n. \_\_\_\_\_  
 SETTORE \_\_\_\_\_ il 5.11.09 prot. n. \_\_\_\_\_  
 Revisori dei Conti il \_\_\_\_\_ prot. n. \_\_\_\_\_  
 Nucleo di Valutazione il \_\_\_\_\_ prot. n. \_\_\_\_\_

*Conf. Capigruppo*

La presente deliberazione viene affissa il \_\_\_\_\_ all'Albo Pretorio per rimanervi 15 giorni

**Ritorno Barocco... e non solo**  
**Le Quattro Stagioni – Inverno 2009/2010**



Assessorato al Turismo  
e ai Beni Culturali

**Notte di Natale... Note di Barocco**



Provincia di Benevento



**eptbenevento** }  
ente provinciale per il turismo

## INDICE

<b>Identificazione dell'evento</b>	<b>Pag.</b>	<b>3</b>
1. Nome		
2. Ente Beneficiario		
3. Localizzazione dell'intervento		
4. Costo dell'intervento		
<b>Descrizione e caratteristiche dell'intervento</b>	<b>Pag.</b>	<b>4</b>
1. Descrizione dell'intervento – finalità – obiettivi		
2. Mercato nazionale/internazionale di riferimento		
3. Luogo di svolgimento – Locations		
3.1 Collegamento con il bene o sito culturale e naturale valorizzato con l'evento		
4. Date di svolgimento degli eventi		
5. Palinsesto e programma dettagliato		
6. Cast artistico		
7. Direttore Artistico		
8. Coerenza del progetto con l'idea forza della "Stagione Inverno 2009-2010"		
9. Piano di comunicazione dell'evento – descrizione		
10. Piano di marketing – Attività di veicolazione dell'offerta con il coinvolgimento degli operatori turistici		
11. Cronogramma dell'evento		
<b>Analisi della domanda</b>	<b>Pag.</b>	<b>17</b>
12. Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi turistici		
13. Tipologia dei destinatari		
14. Priorità dell'intervento per il territorio		
<b>Fattibilità finanziaria</b>	<b>Pag.</b>	<b>18</b>
15. Quadro economico dell'intervento		
16. Altre risorse finanziarie		
17. Analisi finanziaria dell'evento, con particolare riferimento a quanto disposto dall'art.55 del reg. CE 1083/2006		
<b>Risultati Attesi</b>	<b>Pag.</b>	<b>20</b>
18. Risultati attesi		
Flussi turistici movimentabili		
Durata della permanenza degli stessi		
Grado di soddisfazione dei turisti con particolare attenzione alle metodologie che si intendono utilizzare per la verifica di quest'ultime		
<b>Impatti socio economici attesi</b>	<b>Pag.</b>	<b>21</b>
19. Quantificazione e stima degli impatti attesi		

## IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO

**1. Nome** **Notte di Natale... Note di Barocco**

### **2. Ente Beneficiario**

**Ente** **Provincia di Benevento**

**Indirizzo (Civico, CAP, Località)** Rocca dei Rettori, Piazza Castello, 82100 Benevento

**Telefono** 0824 21390

**FAX** 0824 355160

**E-Mail** presidenza@provinciabenevento.it

### **3. Localizzazione dell'intervento**

L'intervento ha una localizzazione nella provincia di Benevento, articolandosi in una serie di tappe che interessano diversi comuni della provincia.

### **4. Costo dell'intervento**

**TOTALE** € 50.000,00

**Finanziamento richiesto  
alla Regione** € 50.000,00

## DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO

### 1. Descrizione dell'intervento

Il Seicento si apre con la celebrazione del giubileo indetto da papa Clemente VIII e con la condanna e l'esecuzione di Giordano Bruno, arso sul rogo a Roma. Il Seicento è un autentico "secolo di ferro" percorso da guerre in quasi ogni regione, ma è anche un secolo eccezionale per gli avanzamenti in campo tecnico e scientifico. È indubbio, infatti, che il XVII secolo si caratterizzi attraverso forti contrasti. Le guerre che flagellano l'Europa prosciugano le finanze degli Stati e portano con sé fame, carestia ed epidemie, eppure in molte regioni d'Europa si registrano i cosiddetti "periodi d'oro" in cui la cultura e l'arte eccellono grazie alla presenza di artisti di indiscussa grandezza e genio.

È consuetudine far coincidere il Seicento con il movimento culturale del Barocco, stile che abbraccia ogni forma artistica dalla letteratura all'arte, dalla filosofia alla musica. "Barocco" è un aggettivo di cui ancora oggi non si è rintracciata l'origine etimologica certa: probabilmente deriva dallo spagnolo *barrueco* che nella forma portoghese diviene *barroco*, e indica una perla dalla forma irregolare, stravagante e bizzarra, corrispondente al termine italiano di scaramazza. L'opposizione ad alcune precise regole che avevano caratterizzato il Rinascimento, in particolare nello sfuggire alle regole classiche e all'armonia di volumi, luci e colori, aveva generato una considerazione negativa dell'arte definita barocca, poiché si sosteneva che fosse generata dal capriccio dell'artista.

Anche la produzione musicale dei primi decenni del XVII secolo mostra, in tutte le nazioni d'Europa anche se in forme diverse, la comparsa di generi e caratteri stilistici tipicamente "barocchi". Così come le altre forme d'arte del periodo, la musica barocca era votata al desiderio di stupire e divertire l'ascoltatore: cambi repentini di tempo, passaggi di grande virtuosismo strumentale o vocale e l'uso del contrappunto e della fuga, sono gli elementi che più caratterizzano la produzione musicale di questo periodo, insieme ad uno sviluppato senso dell'improvvisazione.

Marginalizzata dal punto di vista civile e culturale nel corso del Cinquecento, Napoli si avvia con l'alba del nuovo secolo a riconquistare un ruolo di primaria importanza come centro dinamico e vitale di nuove esperienze in campo culturale e artistico. In questi anni si assiste all'affermazione della Scuola musicale napoletana, che dal Cinquecento a tutto il secolo decimottavo raccoglie a Napoli i più insigni musicisti, i cantanti più celebrati, gli strumentisti più virtuosi. Questo non è certo un caso del destino ma una propensione naturale del popolo napoletano alla musica e alla sua organizzazione. In campo musicale quando si parla di scuola napoletana non si può che partire col barocco, il grande barocco napoletano, che tra i suoi maggiori esponenti annovera artisti del calibro di Domenico Scarlatti, le cui celebri sonate per clavicembalo sono sempre presenti nei repertori dei più grandi pianisti internazionali, Giovanni Battista Pergolesi, celebre compositore dello *Stabat Mater*, ma anche Alessandro Scarlatti, Leonardo Leo, Nicola Porpora e Francesco Durante. Musicisti che avevano proposto con successo lo stile musicale napoletano nelle corti di tutta Europa, tanto che la definizione che nel 1739 lo scrittore e politico francese Charles de Brosses rese riferendosi a Napoli quale capitale mondiale della musica non lasciava affatto sorpresi.



In effetti l'opera napoletana costituisce in sé un fatto nuovo in quanto, abbandonando i soggetti mitologici e tragici del teatro antico, affronta soggetti più vicini alla realtà umana, determinando lo stile operistico di tutto il Settecento con il modello *recitativo, aria, finale, orchestra*.

### **Finalità**

Con il progetto *Notte di Natale, Note di Barocco* la Provincia di Benevento e l'Ente Provinciale per il Turismo di Benevento intendono promuovere un cartellone di eventi e concerti per il periodo natalizio che sia anche occasione di riscoperta di uno stile culturale e musicale troppo spesso connotato in maniera non positiva. Infatti, è piuttosto comune dare al termine Barocco un'accezione negativa con un significato che spesso è equiparabile ad "esagerato" o "pesante". Il presente intervento, invece, vuole scardinare questa diffusa convinzione, sottolineando che nel tempo l'originario giudizio negativo è stato moderato, riabilitando completamente la scelta del virtuosismo di forme e di colori che ha investito le arti figurative, l'architettura e scultura del XVII secolo.

Tra le finalità principali del progetto vi sono anche quelle mirate a:

- ricordare il musicista sannita Nicola Sala, tra i più importanti insegnanti napoletani, allievo di Nicola Fago e Leonardo Leo, che al Conservatorio della Pietà dei Turchini formò musicalmente molti compositori;
- valorizzare le numerose testimonianze dell'arte barocca nel Sannio.

### **Obiettivi**

La presente proposta si prefigge di perseguire obiettivi di diversa natura:

- culturale, promuovendo l'approfondimento delle manifestazioni artistiche legate ad un periodo storico in cui fondamentali sono stati i progressi nei campi della scienza, dell'arte e della musica;
- sociale, contribuendo a rafforzare l'attenzione e lo scambio culturale tra visitatori e residenti, favorendo l'interesse dei turisti anche per le altre proposte legate più strettamente al territorio;
- turistico, incrementando la conoscenza e la capacità attrattiva del territorio attraverso azioni di comunicazione e valorizzazione inerenti anche alla storia e alla cultura locali;
- economico, in quanto volto a produrre non solo un incremento delle presenze turistiche a favore degli operatori delle strutture ricettive, ma anche a muovere l'indotto legato al settore dei professionisti della musica, dell'artigianato artistico di qualità, delle sartorie e laboratori di costumi, nonché del settore editoriale.

## **2. Mercato nazionale/internazionale di riferimento**

Gli eventi proposti con il presente progetto si propongono di incontrare il favore di flussi turistici di provenienza interna ed extra-regionale (anche per soggiorni brevi o giornalieri) veicolati attraverso più canali: quello del turismo culturale, con proposte di musica e letteratura da fruire presso le chiese ed i palazzi più suggestivi di Benevento e provincia, nonché quello del turismo enogastronomico, attratto dalla importante produzione dolciaria della zona che nel periodo delle feste natalizie fa registrare il momento di maggior consumo. Il periodo di svolgimento dell'evento permette di intercettare anche i flussi turistici internazionali (anche per soggiorni di più giorni), legati al turismo dell'*incoming* di provenienza extra-regionale che spesso si concentra nel periodo delle vacanze legate al Natale, particolarmente attratti dalla "scoperta del territorio", quindi un misto di interessi di natura culturale, eno-gastronomica ed ambientale che riguarda tutte le fasce di età.

## **3. Luogo di svolgimento – Locations**

- San Giorgio la Molara
- Sant'Arcangelo Trimonte
- Buonalbergo
- Morcone
- San Marco dei Cavoti
- San Bartolomeo in Galdo

### **3.1 Collegamento con il bene o sito culturale e naturale valorizzato con l'evento**

#### ***Centro storico di San Giorgio la Molara***

Le prime tracce che comprovano la presenza di popolazioni nel territorio sangiorgese (deducibili da reperti lapidei ritrovati nella zona a valle del territorio comunale) risalgono ad epoca romana e comprovano la presenza dei Liguri Bebiani nella zona di Calise compresa tra il fiume Tammaro ed il Regio Tratturo. Ma la prima volta che si rinviene inequivocabilmente menzionato il "Castellum Sancti Georgi" è nel cronista Falcone Beneventano il quale riferisce della conquista da parte del re Ruggiero II (in epoca normanna e precisamente nel 1137) del castello longobardo di San Giorgio. Da questo primo, e da ulteriori documenti storici si evince che, almeno dal XII° secolo, è incontestabile l'esistenza di San Giorgio e la sua importanza. Nel 1350, a seguito della bolla di Papa Urbano V, San Giorgio divenne dipendenza del governo Pontificio con il nome di "Castrum Sancti Georgi Molinari" e nel 1362 passò dalla competenza territoriale di Ariano Irpino a far parte del territorio beneventano. Nel 1765 – dopo il periodo di vicissitudini legate al periodo della rivoluzione di Masaniello, alla peste del 1656 e ad un forte calo demografico - il comune passò al demanio regio. Successivamente, a seguito dell'abolizione della feudalità grazie al decreto del 1806 di re Giuseppe Napoleone Bonaparte, finalmente libero dagli onerosi tributi feudali, San Giorgio divenne il comune più "cospicuo della Regione" (come riportato dal Galanti), con una popolazione di 5878 unità. Nel 1801 il comune fu donato da Ferdinando I al cardinale Fabrizio Ruffo, che assunse il titolo di

Duca di San Giorgio fino al 1827. San Giorgio partecipò attivamente anche ai moti rivoluzionari del 1820-21, che avrebbero portato in seguito alla caduta definitiva del regno borbonico. Nel 1943 il paese fu duramente colpito dai bombardamenti del conflitto bellico.

Arrivando ai giorni nostri, il centro storico del paese risultò fortemente danneggiato dal sisma del 1962 prima e da quello del 1980 poi. A seguito di tali sismi il centro presenta numerosi episodi di aree urbane non più agibili e disabitate, seppur preservate nella loro conformazione tipologica e nella loro struttura urbana originaria.

Diverse sono le emergenze architettoniche di particolare rilievo.

#### ***Il Castello lazeolla***

Grande complesso a pianta quadrangolare con torri, contrafforti, spalto e due cortili interni, è ubicato sulla sommità del paese, a circa 660 metri sul livello del mare. La sua costruzione risale a periodi differenti, ma la struttura originaria si può ritenere anteriore al 1500 mentre nel 1600 vi fu un notevole ampliamento della stessa. Ad oggi l'impianto generale risulta abbastanza ben conservato, particolarmente nella sua parte a nord, ad ovest ed a sud-ovest.

Il castello è stato proprietà della famiglia lazeolla dal 1600 fino al 1950. Successivamente è stato diviso in più proprietà ed è tuttora abitato.

#### ***La Cappella del Purgatorio***

Piccola cappella eretta nel 1678 dal Rev. Donato Cimaglia a sua devozione e la festa della congrega si celebrava il 2 novembre. Faceva parte della parrocchia di San Luca (chiesa demolita nella seconda metà del '900) a pianta rettangolare, con tetto a due falde ad embrici e pavimento a mattoni. Nel 1707 il Cardinale Orsini ne fece diroccare l'altare per cui la chiesa assunse la semplice funzione di oratorio viale. Oggetto di un recente restauro, si presenta in una struttura semplice e raccolta. Nella parte di fondo dell'unica navata, dietro una finta parete, vi è un cospicuo ossario.

#### ***L'ex Convento dei Domenicani***

Complesso di notevole valenza architettonica, è ubicato sulla sommità del paese a fa parte della stessa cortina del contiguo Castello lazeolla da cui è separato dalla piccola chiesa della SS. Maria del Rosario (XVII sec.). L'ex Convento dei Domenicani (per un periodo utilizzato anche quale sede della Pretura) attualmente presenta sostanzialmente integro l'impianto originario: dal portale di ingresso in pietra si accede al cortile centrale a pianta quadrata, con pavimentazione in pietra calcarea e perimetrato sui tre lati da un porticato. A destra del porticato vi è la navata centrale dell'originaria chiesa, all'interno della quale vi sono tracce degli stucchi e decori originali, mentre il tetto di copertura, andato distrutto, è stato sostituito da un a copertura a capriate metalliche. Sempre dal porticato, una scala in pietra porta al livello superiore, costituito da un largo corridoio su 4 lati sovrapposto al sottostante porticato, con numerose aperture sul cortile centrale. Sempre al secondo livello, vi sono poi due terrazzi da cui è godibile un ampio e suggestivo panorama verso nord.

### ***Centro storico di Sant'Arcangelo Trimonte***

Piccolo comune campano in provincia di Benevento con circa seicentonovanta abitanti. Sorge in prossimità della confluenza fra il torrente Miscanello nell'Ufita. L'antico nome del luogo era Montemalo. Poiché il nome non dava una bella immagine del luogo, l'amministrazione decise di cambiarlo in quello attuale e di aggiungervi la specifica Trimonte per distinguerlo dagli omonimi. Già frequentato al tempo dei Romani, come conferma la presenza del ponte "Latrone", di cui restano solo limitati ruderi, lungo la Via Traiana, il territorio di Sant'Arcangelo

Trimonte vide la presenza dell'originario nucleo abitato, denominato Montemalo, già esistente nel 737. Secondo alcuni la fondazione andrebbe ascritta ai Longobardi, secondo altri dovrebbe retrodatarsi al 640-641 ed attribuirsi ad una colonia di Dalmati Schiavoni sbarcati a Siponto. L'esistenza del feudo di Montemalo è, invece, certa al 1150 e dal Catalogo dei Baroni Napoletani del Regno si legge il nome di Guglielmo di Fontanarosa, primo Signore di Montemalo. Il borgo irpino partecipò alla crociata organizzata durante il regno di Guglielmo II il Buono, fornendo 7 militi e 10 inservienti, come pure contribuì nel 1269 alla difesa del castello di Crepacuore, ubicato nella Contea di Ariano, con 5 militi e 2 inservienti. Tra i vari feudatari successivi, ricordiamo innanzitutto Pietro Guevara, Conte di Ariano e Signore di Montemalo, che perse il feudo nel 1468, poiché prese parte ad una congiura contro il Re Ferdinando, che fece acquisire il feudo di Montemalo al Demanio Regio. I Guevara acquisirono successivamente nuovamente il dominio su Montemalo, che passò nel 1576 ai Diana della Tolfa, nel 1628 agli Spinelli (Giovanni Battista), Marchesi di Buonalbergo, che lo cedettero 1727 ai Coscia (Baldassarre), Duchi di Paduli, che lo tennero fino all'abolizione dei diritti feudali nel 1806 (ultimo Signore fu Raffaele Coscia). L'originaria denominazione di Montemalo venne tramutata nel 1862 in Sant'Arcangelo, poiché nel suo territorio insistono i ruderi di un antico insediamento (forse di origine saracena) detto appunto Sant'Arcangelo, che ancora oggi dà il nome alla Contrada e che si trovava lungo la Via Appia. Nel 1864 venne coniata l'attuale denominazione, con l'aggiunta di "Trimonte", in modo da distinguere Sant'Arcangelo da omonimi Comuni nelle Province di Potenza e di Forlì. "Trimonte" trova giustificazione dal fatto che sull'emblema della municipalità sono raffigurati tre monti in argento (sulla cima centrale figurano tre spighe d'oro poste a ventaglio).

### ***Centro storico di Buonalbergo***

La storia di Buonalbergo è strettamente legata alle vicende dei territori circostanti ed alla sua particolare posizione geografica. Le vallate del Miscano sono infatti state, per secoli, naturali vie di comunicazione, come testimoniano il tratturo Pescasseroli-Candela e la via Traiana.

Nei pressi di Buonalbergo sorgeva l'antica città di 'Cluvia', chiave delle comunicazioni interne fra gli Irpini ed i Pentri, e fra i Caudini ed i Dauni, per mezzo di quelle vie a pascoli, dette tratturi.

Fortezza naturale di prim'ordine, i Romani vi posero il loro accampamento contro i Sanniti, nel luogo detto ancora Valli, quindi vi dedussero una propria colonia.

Il poggio dove è ubicato il santuario della Madonna della Macchia permette una piacevole sosta al fresco di secolari olmi. La chiesa, ad una navata con annesso eremo, pur se non di eccelsa fattura, ben si armonizza con l'amenità del luogo. La Madonna della Macchia è considerata da tutti la protettrice del paese. La statua lignea che raffigura la Vergine con in braccio il Bambino, di pregevole fattura, è di epoca bizantina (XII secolo). Un manto la ricopre per intero, ad eccezione della testa della Madre e del Bambino precludendo la vista dell'intera statua. Solo in occasione dell'annuale festa, il 12 settembre, in chiesa ed alla presenza del popolo tutto, durante il rito della vestizione del manto di cerimonia ricoperto di ori ed ex voto, è possibile vederla "nuda" ed ammirarne le originali sembianze. La leggenda vuole che la statua sia stata portata a Buonalbergo dai Crociati di Boemondo di ritorno dalla Terra Santa e, nascosta in una macchia di alberi (da cui il nome), fu ritrovata da una pastorella muta che,

alla vista della sacra immagine, ritrovò la parola. Il popolo eresse l'attuale santuario nel luogo del miracoloso ritrovamento.

### ***Centro storico di Morcone***

La città sorge sul colle fortificato e abitato dai Sanniti verso il V secolo avanti Cristo. Il centro abitato si erge sulle ripide falde del monte Mucre, diramazione del Matese, affacciandosi sulla valle del Tammaro che qui si chiude offrendo la visione di un ampio paesaggio collinare. L'etimologia del nome deriva dal Monte Mucre, che si è evoluto diventando Mucrone ed in seguito Morcone.

Di particolare pregio è il ben conservato centro storico di struttura medievale.

Morcone conserva avanzi del castello medievale che fu edificato sulle mura poligonali di un'arce sannita. Il castello fu costruito per dominare la sottostante vallata. Il portale d'ingresso, ancora quasi intatto, è con arco ogivale in conci di pietra intagliati secondo il gusto saraceno

Il castello normanno fu roccaforte sicura, al punto che fu scelto dalla regina Margherita di Durazzo come base operativa per la guerra combattuta per motivi dinastici, nel 1381. Il XVIII secolo corrisponde alla fase di massima espansione demografica ed economica del borgo, in rapporto alla crescita dell'industria della lana, basata sulle gualchiere (macchine idrauliche per la follatura dei panni).

### ***Centro storico di San Marco dei Cavoti***

In provincia di Benevento, un angolo di Provenza tutto italiano. Le origini di San Marco dei Cavoti risalgono alla lontana epoca sannitica, ma l'assetto e il nome attuale si devono ai provenzali che fra il 1353 e il 1355 si stabilirono sul territorio rispondendo all'invito di Luigi di Shabran, il quale intendeva così ripopolare il paese reso disabitato dalla peste del 1348 e dal terremoto del 1349. I provenzali chiamarono il paese San Marco in onore del loro santo protettore, mentre la denominazione di Cavoti deriva da Gavots, che indicava la provenienza dei coloni dalla cittadina di Gap. Dal 1861 San Marco, appartenente al Principato Ultra, entrò a far parte della provincia di Benevento.

Principali aree urbane del paese sono oggi Piazza Risorgimento e Via Roma ove famosa sin dagli ultimi anni del XIX secolo è la produzione di Torrioni, avviata dal cavalier Innocenzo Borrillo. Tra le opere d'arte che si ammirano a San Marco dei Cavoti si ricordano il palazzo Jelardi (sec. XIX) in Piazza Risorgimento, tuttora dimora di una antica famiglia nobile del luogo, il palazzo marchesale appartenuto ai Cavaniglia ed oggi proprietà Zurlo (altra nota nobile famiglia del luogo), i palazzi Zurlo di Via Roma e Piazza Risorgimento, la Porta Grande, la chiesa di San Rocco e quella di Maria SS. del Carmine, la torre provenzale (ex carcere). Il Museo degli orologi espone circa 100 antichi orologi da torre restaurati dal maestro artigiano Salvatore Ricci che, con il patrocinio del Comune e del CNR ha fondato il museo nel 1997. Gli orologi sono di epoca compresa tra il XVII ed il XX secolo, nonché ricambi, materiali e documenti di orologeria donati dal dr. Andrea Jelardi e provenienti dall'antica oreficeria-orologeria sammarchese del prof. Francesco Paolo Cocca.

### **Centro storico di San Bartolomeo in Galdo**

Su un costone roccioso, in alto sull'ampia distesa ondulata che fa da letto al fiume Fortore, si allunga l'abitato di San Bartolomeo in Galdo. La cupola della Cattedrale, ornata di maioliche gialle e verdi come i colori del paesaggio, segna da lontano il culmine del centro antico, edifici di pietra disposti lungo una strada principale che è la spina dorsale da cui si dipartono, numerosi, i nervi sottili dei vicoli stretti e sassosi. Nel secolo XIV, quando l'abate del poco distante monastero di Santa Maria del Gualdo in Mazzocca concesse le franchigie ed i privilegi per favorire l'insediamento dei coloni nel luogo dell'odierna San Bartolomeo, un bosco fitto (il *wald* longobardo) ricopriva ancora le alture a ridosso del fiume e sorgeva isolata, al posto della Cattedrale, una cappella rurale dedicata all'apostolo San Bartolomeo.

Alcuni interessanti edifici spiccano ancora oggi tra le case più modeste, ornate da portali di bugne e impreziosite da fregi, a volte anche da insegne con motti. Essi testimoniano la ricchezza passata della cittadina, come il palazzo vescovile, che si sviluppa tra la Cattedrale e la Chiesa dell'Annunziata. Il suo ingresso, con un'iscrizione latina che sollecita chiunque lo attraversi a denunciarsi al vescovo, si apre ad arco tra i due portali sacri, dalle forme tardogotiche molto vicine a quelle dell'arte pugliese. Torrette e bastioni, strettoie ripide che fino ai recenti tempi del brigantaggio, di notte, venivano serrate con porte di legno sono i resti di tempi crudi, come pure i sotterranei del palazzo vescovile, divisi equamente tra stalle e prigioni. La torre campanaria, con il Guerriero scolpito in alto fra le sue pietre faceva da richiamo ad un'altra torre fortificata che oggi non esiste più, all'estremità opposta del paese ed a strapiombo sulla valle, completando l'immagine antica del borgo, in analogia con molti altri borghi del Sannio.

Nel cuore del Paese, la Cripta della Cattedrale è aperta ogni sera per l'Adorazione del Santissimo Sacramento. La Cripta ospitava delle sepolture che, recentemente riscoperte, hanno restituito un tesoro in ori e abiti che arricchivano le spoglie mortali dei Vescovi. Ciò che resta delle basse volte affrescate raffigura questi stessi luoghi, il bosco vicino e la città in fiamme, contornati dagli stemmi delle nobili famiglie cui appartenevano i Vescovi. Al centro del soffitto, l'Immacolata Concezione, assieme a San Michele e ad altre figure di oranti, una nave in tempesta e un morente disteso nel suo letto completa il decoro delle volte. La Cattedrale al di sopra della Cripta ha una pianta a croce greca e possiede, oltre alla struttura d'insieme, alcuni elementi di pregio come il rosone in alto sulla facciata principale; lo stemma Carafa è scolpito nella pietra alla parete d'ingresso, mentre il coro ligneo avvolge l'altare maggiore. Alcuni stucchi decorano le volte ed incorniciano affreschi recenti e le nicchie con i busti reliquari d'argento di San Bartolomeo e del Beato Giovanni da Tufara. Le numerose chiese, di cui alcune sono divenute adesso abitazioni private, mentre altre già erano di proprietà private in quanto cappelle gentilizie, punteggiano il centro storico e danno il nome alle località, come il Calvario, di poco più in alto rispetto alle altre case. Oggi l'edificio nella via omonima continua ad ospitare due luminose suore dell'età di ottantadue e centotre anni, sorridenti e benedette dalla comunità di San Bartolomeo. Sempre in altura, in Piazza San Francesco, da cui si può godere la veduta estesa della Val Fortore, sorge un Convento di Francescani, con l'iscrizione sul portale della Chiesa di Santa Maria degli Angeli che data la sua costruzione al 1630.

#### 4. Date di svolgimento degli eventi

17 dicembre 2009 - 5 gennaio 2010

#### 5. e 6. Palinsesto, programma dettagliato e cast artistico

##### ***Non solo Gospel***

Ensemble vocale e strumentale composto da venti elementi (voci soliste, coro e musicisti)

Repertorio natalizio e gospel con incursioni jazz, pop, rock, rhythm and blues, hip-hop, che trova la sua massima espressione attraverso esibizioni in chiese e siti architettonici di pregio, di cui il barocco Campano ha lasciato notevoli esempi a Benevento e provincia.

Dal Seicento, proprio mentre nella vecchia Europa in pieno clima di controriforma, si andavano affermando le nuove correnti musicali e operistiche legate all'età barocca, nel continente americano gli schiavi neri deportati davano vita a quella che sarebbe diventata la maggiore fonte originaria della musica moderna, jazz e pop dei giorni nostri. Possiamo quindi affermare che il gospel e la musica barocca, in tutte le sue molteplici componenti, sono figlie complementari delle stesse vicende umane, entrambe elementi imprescindibili e indispensabili per lo sviluppo di tutta la musica contemporanea. Il gospel dunque come contraltare più genuino e sanguigno dell'edulcorato e codificato barocco.

• San Giorgio la Molara	<b>17 dicembre 2009</b>
• Sant'Arcangelo Trimonte	<b>18 dicembre 2009</b>
• Buonalbergo	<b>26 dicembre 2009</b>
• Morcone	<b>28 dicembre 2009</b>
• San Marco de' Cavoti	<b>29 dicembre 2009</b>
• San Bartolomeo in Galdo	<b>5 gennaio 2010</b>

#### 7. Direttore Artistico

**Monica Carbini**

(vedi C. V. allegato)

## **8. Coerenza del progetto con l'idea forza della "Stagione Inverno 2009-2010"**

Il progetto si pone in maniera coerente con gli orientamenti della Regione volti a preferire offerte integrate che favoriscano la conoscenza e la valorizzazione delle risorse inutilizzate o sottoutilizzate della Campania, oltre ad iniziative che sostengono arrivi e presenze durante tutto l'arco dell'anno anche ai fini della destagionalizzazione.

L'idea forza alla base progetto consiste nel voler costruire un sistema basato sulla valorizzazione e fruizione del patrimonio storico-culturale, sul recupero di beni contenitori da destinare ad attività turistico-culturali e su una più ampia qualificazione dell'offerta complessiva a livello turistico, artigianale ed ambientale.

L'idea-forza favorisce lo sviluppo di un sistema di offerta che, facendo leva sulle tipicità dell'area, integra le diverse risorse territoriali esistenti e valorizza le strutture ricettive, che diventano modelli originali di ospitalità per la riqualificazione dell'offerta complessiva.

## **9. Piano di comunicazione dell'evento – descrizione**

La capacità di attrarre flussi turistici è oggi infatti sempre più legata alla disponibilità delle piattaforme web che intermediano buona parte del mercato turistico mondiale; la mancata conoscenza di questi strumenti può determinare un vero e proprio svantaggio competitivo. La comunicazione oggi, in particolare in ambito turistico, è caratterizzata dalla possibilità non solo di emozionare tramite una campagna pubblicitaria tradizionale, ma anche e soprattutto dalla capacità di distribuzione sulle piattaforme digitali delle informazioni, per permettere a chi sta decidendo dove e come trascorrere le proprie vacanze di accedere ai dati riguardanti i luoghi, le culture e le strutture ricettive del territorio che intende visitare.

### Area media

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

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 principali spazi per l'affissione statica (spazi comunali, spazi



pubblicitari, spazi interni) e dinamica (camion vela). Le locandine (30x45) saranno affisse principalmente in spazi interni (alberghi, bar, ristoranti, scuole ed università).

#### Quantità prodotti e tempi di diffusione/Permanenza

Prodotti	Quantità	Tempi di diffusione	Tempi di permanenza
Manifesti (70x100)	250	Dicembre/Gennaio	2 mesi
Inserzioni pubblicitarie	2 uscite	Dicembre/Gennaio	Tutte le uscite 1 giorno
Banner sul web	2	Dicembre/Gennaio	2 mesi
Sito Internet	1 www.artsanniocampania.it	Dicembre/Gennaio	2 mesi

#### 10. Piano di marketing – Attività di veicolazione dell'offerta con il coinvolgimento degli operatori turistici

Il Lavoro espresso nel piano di marketing si suddivide essenzialmente in due parti. Per la prima parte (Identificazione dei fattori chiave per lo sviluppo competitivo) si esplorano innanzi tutto le caratteristiche della domanda, dell'offerta e dei prodotti turistici attualmente presenti in Campania e quelli che raccolgono l'offerta della provincia di Benevento. Per questo lavoro di analisi si utilizzano, tra l'altro:

- dati statistici di diverse fonti (ISTAT – Strutture ricettive, ISTAT – Viaggi e vacanze degli Italiani, dati dell'E.P.T.)
- interviste dirette a alcuni operatori del settore turistico, suddivisi tra le diverse tipologie (gestori di strutture ricettive, enti di gestione di musei e beni culturali o ambientali, cooperative di servizi, ecc.)
- cataloghi e siti web dei principali tour operators e di alcuni operatori turistici di nicchia.

La seconda parte dell'analisi si concentra sull'ambiente competitivo, tracciando un quadro dell'attuale situazione nel bacino del turismo di *incoming* e successivamente approfondendo una serie di concorrenti tra i più diretti in riferimento alle tipologie di vacanza offerte dalla Campania.

La seconda parte del lavoro si articola nei seguenti punti:

- per linee di prodotto (naturalistico, paesaggio culturale, *incentives*)
- per le diverse aree del territorio interessato: la città di Benevento, la Valle Telesina, l'area del Fortore, la Valle Caudina e il Tammaro.

L'elaborazione prende spunto soprattutto da un lavoro di analisi sulle criticità e le priorità per territorio e nell'individuazione degli interventi necessari da realizzare.

Posizionare significa definire lo spazio che un prodotto o una destinazione turistica occupano, di norma, nella mente di un gruppo di turisti o potenziali turisti, rispetto a prodotti concorrenti.

Le considerazioni sin qui fatte mostrano chiaramente come il tema del posizionamento sia a tutti gli effetti un tema strategico per il futuro dell'area del Sistema Turistico, ed ogni decisione in merito vada ponderata attentamente.

L'analisi degli arrivi e delle presenze permette di affermare che sino ad oggi nella provincia di Benevento in quanto destinazione turistica, non ci si è mosso secondo una strategia chiara, ben definita e condivisa. E ciò ha significato:

- a) la rinuncia ad un vantaggio competitivo, quale è a tutti gli effetti una strategia in grado di fare leva su risorse significative;
- b) un posizionamento in larga parte spontaneo.

L'obiettivo immediato di posizionamento è quello di dare maggiore visibilità all'offerta dell'area, mentre l'obiettivo strategico di posizionamento che si intende suggerire è quello di proporre l'area come una marca per una destinazione turistica ambientale di eccellenza, con una forte valenza culturale, ed articolata, cioè ricca di opportunità per chi ama le vacanze attive e di scoperta, la natura, la cultura ed il relax.

#### Filosofia e scelta di posizionamento

Sino ad oggi il tema del posizionamento è stato affrontato pensando solo ad aspetti di comunicazione, trascurando forse il fatto che la componente di base dell'immagine è il prodotto stesso: ciò è particolarmente evidente se solo si pensa alle modalità di informazione e di scelta delle destinazioni da parte della domanda turistica, che vedono privilegiate:

- a) le esperienze precedenti;
- b) il passaparola;
- c) il consiglio di parenti ed amici;
- d) tutti canali strettamente correlati al prodotto.

Intervenire sull'immagine ed attribuirle più *appeal*, significa dunque in primo luogo porsi un problema di prodotto, adottare scelte che, in considerazione dell'analisi effettuata, dovrebbero comportare una più forte caratterizzazione dell'offerta e delle relative attività di comunicazione e di marketing.

I turisti valutano le destinazioni nel loro complesso, e la loro soddisfazione è legata ad una percezione complessiva; l'accoglienza non è solo frutto dell'attività degli operatori turistici e degli addetti ai lavori, quanto piuttosto il risultato delle relazioni che un turista ha con l'intero sistema locale; "se, da uno o più attori non strettamente turistici (il farmacista, il vigile urbano, il capo stazione), il turista non viene accolto secondo uno standard minimo, la percezione globale che ne avrà sarà negativa, e condizionerà nel tempo i suoi processi di scelta e la comunicazione *bouche à oreil* verso altri clienti potenziali".

I temi della soddisfazione e dell'accoglienza dunque rinviano al problema dell'integrazione dei diversi servizi e delle diverse figure professionali.

Più precisamente oggi il turista, oltre al singolo servizio, dimostra di essere sempre più attento al prodotto turistico globale che include tutti i fattori, i servizi ed i prodotti acquistati, o con i quali si relaziona in occasione di un determinato soggiorno.

#### La strategia

Riassumiamo gli obiettivi strategici che si adotteranno per favorire alleanze strategiche e aggregazioni di scopo in grado di migliorare la qualità dell'offerta e potenziare la forza commerciale dell'area nei mercati;

- generare proposte nuove;
- ampliare la gamma delle offerte;
- cogliere le nuove tendenze;
- attirare nuove forme di domanda;
- consolidare i mercati tradizionali;
- ricercare nuovi mercati e nuovi turisti;
- creare un'immagine in grado di occupare una posizione di meta turistico-ambientale di eccellenza, con una forte valenza culturale;
- stimolare la fidelizzazione dei clienti attuali ed il ritorno in particolare nei periodi stagionali diversi da quelli abituali;
- aumentare gli arrivi stranieri;
- aumentare il soggiorno medio;
- prolungare la stagione;
- diffondere turismo nel territorio;
- valorizzare i prodotti del territorio, il loro processo e le manifestazioni ad essi collegate.

## 11. Cronogramma dell'evento

EVENTO	Data inizio	Data fine	Anno 2009/2010 Ogni colonna corrisponde ad un trimestre		
			Luglio Agosto Settembre	Ottobre Novembre Dicembre	Gennaio Febbraio Marzo
<b>Notte di Natale... Note di Barocco</b>	17.12.2009	5.01.2010			
<b>Fasi di realizzazione:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuazione del tema</li> <li>- Ideazione dei contenuti</li> <li>- Individuazione budget economico</li> <li>- Scelta del periodo</li> <li>- Individuazione locations</li> <li>- Definizione dei partners e degli Enti patrocinanti</li> <li>- Individuazione strategia di comunicazione (obiettivi, destinatari, strumenti e media)</li> <li>- Predisposizione del cronogramma delle azioni di comunicazione</li> </ul>					
<b>Fasi di realizzazione:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ideazione e realizzazione della veste grafica</li> <li>- Realizzazione campagna di comunicazione</li> <li>- Definizione calendario eventi</li> </ul>					

- Individuazione staff organizzativo - Attività di comunicazione - Predisposizione e invio degli inviti - Attività di marketing e promozione (aggiornamento sito internet)				
	<b>Date di svolgimento degli eventi</b>			
<b>San Giorgio la Molarata</b>	<b>17.12.2009</b>			
- Non Solo Gospel				
<b>Sant'Arcangelo Trimonte</b>	<b>18.12.2009</b>			
- Non Solo Gospel				
<b>Buonalbergo</b>	<b>26.12.2009</b>			
- Non Solo Gospel				
<b>Morccone</b>	<b>28.12.2009</b>			
- Non Solo Gospel				
<b>San Marco dei Cavoti</b>	<b>29.12.2009</b>			
- Non Solo Gospel				
<b>San Bartolomeo in Galdo</b>	<b>05.01.2010</b>			
- Non Solo Gospel				
<b>ANALISI E VERIFICA DEI RISULTATI RAGGIUNTI E ATTIVITA' DI RENDICONTAZIONE</b>				

### 12. Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi turistici

Gli eventi in cartellone si propongono di intercettare il favore di un segmento di visitatori in continua crescita nel Sannio, attratti dal patrimonio artistico-monumentale della città di Benevento e dei suggestivi borghi della provincia, dalla storia e dalle tradizioni locali, nonché dalla ricca offerta enogastronomica del territorio.

Nell'ambito del panorama turistico meridionale, la provincia di Benevento si posiziona come area dotata di numerose eccellenze sotto il profilo degli attrattori turistici, della varietà di turismi tematici sviluppati o sviluppabili, del grado di evoluzione del sistema di ospitalità delle destinazioni turistiche e della capacità di attrarre anche lussi turistici internazionali. Tuttavia, troppo spesso il quadro che emerge in merito alle potenzialità e alla competitività effettiva è quello di un territorio in grado di sfruttare solo in parte le opportunità di sviluppo connesse all'industria turistica. L'ideazione e la realizzazione di un ricco e ben articolato programma musicale da svolgersi presso chiese e palazzi di pregio, unita ad una efficace campagna di comunicazione, si propone di incrementare la capacità delle risorse locali di generare flussi turistici.

### 13. Tipologia dei destinatari

Destinatari del progetto sono principalmente gli appassionati di musica e di letteratura, nonché i visitatori attratti da un turismo legato alla rievocazione storica, oltre naturalmente i cittadini residenti.

I flussi turistici, anche internazionali, legati al turismo religioso ed ai riti tradizionali popolari, oggetto di riscoperta soprattutto nel periodo natalizio, sono individuati quali destinatari complessivamente marginali dell'evento.

Una nicchia di mercato è rappresentata dai cultori di musica barocca, disposti anche a spostarsi e ad affrontare lunghe percorrenze per assistere all'evento.

### 14. Priorità dell'intervento per il territorio

Le priorità dell'intervento per il territorio riguardano gli effetti sull'offerta turistica. L'intervento condurrà alla creazione di un sistema di offerta turistica rispondente alla domanda di un turismo evoluto. L'obiettivo è quello di produrre economia attraverso la presa di coscienza del patrimonio e delle professionalità possedute, promuovendo il territorio e facendone conoscere le meraviglie che in esso sono contenute.

La realizzazione dell'evento fa prevedere effetti positivi a diversi livelli ed in particolare un importante rafforzamento dell'immagine territoriale.

**FATTIBILITA' FINANZIARIA****15. Quadro economico dell'intervento****QUADRO ECONOMICO GENERALE**

<b>QUADRO ECONOMICO GENERALE <i>Notte di Natale... Note di Barocco</i></b>					
<b>n° ordine</b>	<b>Descrizione</b>	<b>Unità di misura</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Quantità</b>	<b>Totale</b>
<b>a)</b>	<b>PERSONALE/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, ECC. (IVA ed oneri previdenziali inclusi)</b>				
1	Personale adibito ad attività di assistenza tecnica ed organizzativa, consulenza	a corpo	€ 1.000,00	1	€ 1.000,00
<b>TOTALE a)</b>					<b>€ 1.000,00</b>
<b>b)</b>	<b>TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI</b>				
1	Trasferte, vitto e alloggio per il personale, i consulenti e gli artisti	a corpo	€ 800,00	1	€ 800,00
<b>TOTALE b)</b>					<b>€ 800,00</b>
<b>c)</b>	<b>COSTI DI ORGANIZZAZIONE</b>				
1	Concerti, Spettacoli e Animazione	a corpo	€ 30.000,00	1	€ 30.000,00
2	Allestimenti tecnici, service audio-luci, utenze straordinarie, SIAE	a corpo	€ 4.000,00	1	€ 4.000,00
3	Spazi publiredazionali su quotidiani, periodici e riviste, programmazione spot e radiocomunicati	a corpo	€ 3.000,00	1	€ 3.000,00
4	Manifesti, locandine, brochure ed inviti	a corpo	€ 1.500,00	1	€ 1.500,00
<b>TOTALE c)</b>					<b>€ 38.500,00</b>

<b>d) ALTRE CONSULENZE (IVA ed oneri previdenziali inclusi)</b>					
1	Direttore Artistico	a corpo	€ 1.000,00	1	€ 1.000,00
2	Coordinamento organizzativo	a corpo	€ 1.000,00	1	€ 1.000,00
<b>TOTALE d)</b>					<b>€ 2.000,00</b>
<b>QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO</b>					
a)	PERSONALE/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, ECC.				€ 1.000,00
b)	TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI				€ 800,00
c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE				€ 38.500,00
d)	ALTRE CONSULENZE				€ 2.000,00
h)	IVA 20% su voci c)1, c)2, c)3, c)4				€ 7.700,00
<b>TOTALE PROGETTO</b>					<b>€ 50.000,00</b>
<b>Totale a carico della Regione Campania</b>					<b>€ 50.000,00</b>

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

Prospetto Entrate	Prospetto Uscite
Contributo Regionale richiesto € 50.000,00	Contributo Regionale richiesto € 50.000,00
<b>TOTALE COMPLESSIVO OMNICOMPENSIVO</b>	<b>€ 50.000,00</b>

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

Si specifica che il presente non è un progetto generatore di utili pertanto si omette l'analisi finanziaria.

## RISULTATI ATTESI

### 18. Risultati attesi

Per i concerti e gli eventi di *Notte di Natale*, *Note di Barocco* è previsto, oltre ai numerosi artisti che parteciperanno come operatori (tutti potenziali testimonial all'estero e in tutt'Italia delle possibilità attrattive di Benevento), un notevole flusso di appassionati che favorirà la conoscenza del territorio e renderà appetibile la sua frequentazione anche in altri periodi dell'anno.

I benefici sono molteplici e sono tutti quelli legati allo sviluppo turistico: l'organizzazione di eventi che prevedono l'ospitalità di decine di artisti ed operatori dello spettacolo ha un'immediata ricaduta su tutte le strutture legate all'ospitalità, al commercio, alle aziende di servizi, ed è parimenti un nuovo trampolino di lancio per la rivalutazione dell'intero territorio campano.

Il rapporto costi/benefici risulta quindi sicuramente positivo per l'economia locale e per il ritorno d'immagine della città di Benevento e della Campania tutta, nell'ambito del turismo culturale, quale punta di diamante della programmazione turistica della Regione.

- **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 con particolare attenzione alle metodologie che si intendono utilizzare per la verifica di quest'ultime**

attraverso un adeguato coordinamento della comunicazione, mirata a far emergere 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.

Le metodologie che si intendono utilizzare per la verifica della soddisfazione dei turisti sono:



- Applicazione di tecniche di *marketing sociale* che tramite innovative occasioni di contatto con i *target* costituiranno utile strumento di valutazione e, se necessario, miglioreranno i messaggi e le azioni di comunicazione.

- Raffronto e consultazione dei dati acquisiti dall'Osservatorio dello Spettacolo Turistico e Culturale della Provincia di Benevento.

Si evidenziano i seguenti parametri seguiti per la stesura di *reports* che riportino un monitoraggio sistematico della progettazione e dei risultati ottenuti .

- **Efficienza:** la valutazione sarà centrata principalmente sugli aspetti oggettivi dell'organizzazione, analizzata nei suoi elementi operativi, come per esempio: l'articolazione della progettazione esecutiva ed il rapporto fra tempi effettivi e tempi programmati;

- **Efficacia:** rapporto fra i risultati ottenuti e risultati attesi, ottenibile soprattutto attraverso la valutazione delle *rassegne stampa*.

Tutto ciò permetterà una definizione dell'offerta turistica complessiva diversificata, permettendo di incrementare al massimo le potenzialità rispetto alla situazione attuale di partenza.

## IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI

### 19. Quantificazione e stima degli impatti attesi:

Il progetto tende all'utilizzo imprenditoriale ed al potenziamento di imprese già presenti nel territorio sannita, tentando di ottenere una sempre più crescente stabilità di partenariato; è evidente che la natura del progetto prevede ulteriori collaborazioni con imprese – in particolar modo agenzie turistiche, strutture alberghiere e di accoglienza in genere, artigiani ed aziende produttrici di dolci e prodotti tipici – le quali, attraverso l'inserimento del progetto stesso in circuiti turistici già consolidati, promuoveranno l'iniziativa culturale affiancandola ad offerte turistiche locali.

I beneficiari economici principali del progetto saranno tutte le aziende chiamate ad intervenire in prima persona nella realizzazione pratica dell'evento previsto, sia figure professionali tipiche del mondo dello spettacolo tra cui, oltre a musicisti ed attori, anche scenografi, costumisti, attrezzisti, direttori di scena, ed ancora, società di servizi tecnici e di allestimento, società di grafica e stampa, aziende trasporti, aziende turistiche e di accoglienza, attuando in tal modo un incremento dell'occupazione locale diretta e indiretta. In particolare, il tema della manifestazione ben si presta ad una lettura "al femminile", offrendo la possibilità di un vasto coinvolgimento di artiste, tra musiciste ed attrici.