



PROVINCIA DI BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale di Benevento n. 786 del 22 DIC. 2009

Oggetto: MANIFESTAZIONE "BENEVENTO" - ASSOCIAZIONE MADE IN ITALY - PROVVEDIMENTI.

L'anno duemilanove il giorno ventidue del mese di DICEMBRE presso la Rocca dei Rettori si è 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 A.M. | BOZZI | - Assessore | <u>ASSENTE</u> |
| 6) Ing. | Carlo | FALATO | - Assessore | _____ |
| 7) Dott. | Nunzio | PACIFICO | - Assessore | _____ |
| 8) Dott.ssa | Annachiara | PALMIERI | - Assessore | _____ |
| 9) Geom. | Carmine | VALENTINO | - Assessore | _____ |

Con la partecipazione del Segretario Generale Dott. Claudio UCCELLETTI _____

L'ASSESSORE PROPONENTE Carmine Valentino

LA GIUNTA

Preso visione della proposta del Settore Attività Produttive, Sviluppo Attività Economiche e Agricoltura, qui di seguito trascritta:

Vista l'istanza fatta pervenire dall'Associazione Made In Italy di Benevento, prot. gen. 28262 del 24/11/2009, con la quale si chiede un contributo a sostegno della manifestazione "BenEvento" volta alla promozione dell'enogastronomia beneventana;

Vista la delibera di G.P. n. 698 del 27/11/2009 ad oggetto "Promozione del territorio - Provvedimenti" con cui l'Amministrazione ha inteso sostenere iniziative che per l'alta valenza e l'elevato spessore favoriscono lo sviluppo e la crescita del territorio e dei suoi abitanti;

Rilevato che la manifestazione prevede numerose azioni utili alla valorizzazione e alla promozione delle tradizioni enogastronomiche del territorio sannita;

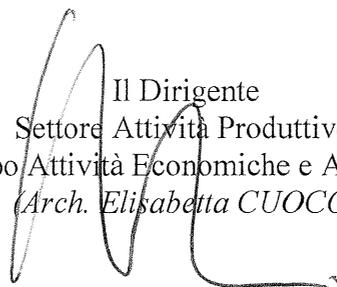
Vista la delibera di G.P. n. 11 del 23/01/2004 con la quale si definiscono gli indirizzi in materia di concessione di contributi e sovvenzioni a terzi;

Considerato pertanto che l'Assessore al ramo ha inteso assicurare il sostegno dell'Ente alla manifestazione di cui sopra e provvedere alla concessione di un contributo di carattere economico;

Esprime parere favorevole circa la regolarità tecnica della proposta.

Li _____

Il Dirigente
Settore Attività Produttive,
Sviluppo Attività Economiche e Agricoltura
(Arch. Elisabetta CUOCO)



Esprime parere favorevole circa la regolarità contabile della proposta.

Li _____

Il Dirigente
Settore Gestione Economica
(Dott.ssa Filomena LAZZERA)



UFFICIO IMPEGNI
REGISTRAZIONE IMPEGNO CONTABILE
CAP. 10411/2 PROG. N. 463/09 Inv. Prov.
cod. 1.09.02.05

LA GIUNTA

Su relazione dell'Assessore Carmine Valentino, *ad insinuante*;

DELIBERA

Per quanto in premessa esposto, che forma parte integrante e sostanziale del presente atto:

1. Aderire alla richiesta di contributo economico formulata dall'Associazione Made In Italy di Benevento, prot. gen. 28262 del 24/11/2009, a sostegno dell'organizzazione della manifestazione "BenEvento";
2. Concedere all'Associazione Made In Italy un contributo economico, proposto dall'Assessore al ramo, di € 4.000,00, che trova copertura finanziaria sul cap. 10411/2 del bilancio 2009;
3. Autorizzare la spesa di € 4.000,00 (quattromila/00) con imputazione sul cap. 10411/2 del bilancio 2009, previo esibizione di adeguato rendiconto;
4. Trasmettere il presente atto al Dirigente del Settore Attività Produttive, Sviluppo Attività Economiche e Agricoltura, per tutti gli adempimenti connessi e consequenziali;
5. Dichiarare il presente atto immediatamente eseguibile

Verbale letto, confermato e sottoscritto

IL SEGRETARIO GENERALE

(Dr. Claudio UCCELLETTI)

IL PRESIDENTE

(Prof. Ing. Aniello CIMITILE)

N. 996

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

24 DIC. 2009

IL MESSO

IL SEGRETARIO GENERALE
IL VICE SEGRETARIO GENERALE
(Dr.ssa Patrizia TARANTO)

La suesata deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio in data 24 DIC. 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.

li 11 GEN. 2010

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 04 GEN. 2010

- 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, 11 GEN. 2010

IL SEGRETARIO GENERALE

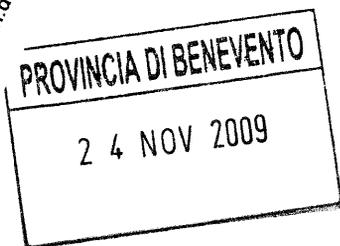
IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott. Claudio UCCELLETTI)

Copia per

- SETTORE A. Prod. Sviluppo AH. Ed. Apzic/ prot. n. _____
- SETTORE Gestione Econ. il 21/24 prot. n. _____
- SETTORE _____ il 29.12.09 prot. n. _____
- Revisori dei Conti il _____ prot. n. _____
- Nucleo di Valutazione il _____ prot. n. _____
- ✓ Conferenza dei Capigruppo il _____ prot. n. _____

ASSOCIAZIONE MADE IN ITALY

Provincia di Benevento
AOO: Prot. Generale
Registro Protocollo Entrata
Nr. Prot. 0028262
Oggetto RICHIESTA CONTRIBUTO
MANIFESTAZIONE - BEN
Data 24/11/2009
Dest. n.d.



Spett.le

Provincia di Benevento

Piazza Castello, Rocca dei Rettori,
82100 Benevento

C.A. Assessore Dr. Carmine VALENTINO

Oggetto: Richiesta Contributo Manifestazione "BenEvento – Festival Campano della Cultura, dell'Arte, dell'Informazione e dei Sistemi Produttivi".

La scrivente associazione, che opera con serietà e competenza nel settore della Produzione, & Grandi Eventi nella persona del suo Presidente Donato ALFANI, produce ed organizza la Manifestazione/Evento **"BenEvento – Festival Campano della Cultura, dell'Arte, dell'Informazione e dei Sistemi Produttivi 2009"**.

L'obiettivo primario rimane quello di Organizzare un Festival di livello qualitativo alto tale da attirare l'interesse di un ampio strato di utenza.

E' evidente che l'organizzazione del Festival in parola assume un carattere di interesse Nazionale, Regionale e Provinciale.

Per tali motivi la scrivente Associazione che, per le sua idea progettuale, per i contenuti finalizzati e per il positivo piano di comunicazione e promozione alla manifestazione e risalto alla prestigiosa presenza della Provincia di Benevento, si propone, a nostro avviso, come un evento qualitativamente adeguato a ricevere un contributo finanziario a copertura delle spese da sostenere.

Per ragioni strettamente organizzative è attesa una Vs. sollecita comunicazione al riguardo.

L'occasione ci è gradita per porgere Cordiali Saluti.

Benevento li, 22.11.2009

Associazione Made In Italy
Il Presidente
Donato ALFANI

Allegato: Progetto

ASSOCIAZIONE MADE IN ITALY

Oggetto: Preventivo analitico manifestazione "BenEvento - Festival Campano della cultura, dell'arte, dell'informazione e dei sistemi produttivi.

➤ **SPESE** :

- Costi inerenti all'idea-progetto, di ideazione e contenuti
Importo : € 20.000,00
- Costo tecnico-allestitivi
Importo : € 10.000,00
- Costi logistici
Importo : € 5.000,00
- Costi organizzativi
Importo : € 20.000,00
- Costi di comunicazione
Importo : € 15.000,00

➤ TOTALE SPESE : € 70.000,00

✓ **ENTRATE** :

- Contributi Enti Pubblici: Regione Campania L.R. 7/2003:
Importo richiesto € 30.000,00
- Contributo Enti: Provincia Ass. Cultura:
Importo richiesto € 10.000,00
- Contributo Enti: Provincia Ass. Attività Produttive:
Importo richiesto € 10.000,00
- Contributo Enti: Camera di Commercio:
Importo richiesto € 10.000,00
- Contributi Sponsor:
Importo previsto: € 10.000,00

➤ TOTALE ENTRATE : € 70.000,00

SCHEDA PROGETTO

**Proponente: Associazione Made in Italy,
Via Pio IX Parco Bellosguardo 82100 Benevento
Tel 0824 363323**

Titolo:

BenEvento – Festival campano della cultura, dell'arte, dell'informazione e dei sistemi produttivi.

Durata:

21 Dicembre 2009 – 30 Dicembre 2009

1) Oggetto

Coerentemente con quanto disposto dalla legge regionale n. 7 del 14 marzo 2003 sulla "Disciplina organica degli interventi regionali di promozione culturale", il presente progetto, denominato *BenEvento – Festival campano della cultura, dell'arte, dell'informazione e dei sistemi produttivi*, nasce con l'intento di operare nel campo della valorizzazione delle iniziative culturali finalizzate a favorire l'integrale sviluppo della personalità dei cittadini ed il progresso civile della comunità campana, valorizzandone la storia, l'identità collettiva e l'integrazione nel contesto nazionale ed internazionale, puntando alla valorizzazione del cittadino inteso come risorsa. A tal fine, la manifestazione intende programmare e implementare un cartellone di attività, iniziative ed appuntamenti multidisciplinari che oltre a valorizzare il patrimonio artistico, storico e culturale della Regione Campania mirino a creare uno spazio ed un'occasione concreta di formazione, discussione e condivisione di contenuti culturali, storici, filosofici, artistici e sociali con l'esplicito obiettivo di accrescere la sensibilità, l'interesse e la partecipazione dei cittadini campani. Un progetto di turismo culturale che alimenta l'immagine della Campania e del Sannio come regione della cultura in Italia e in Europa e partecipa alla costituzione di un genere colto di fruizione popolare.

2) Settore ed area d'intervento del progetto con relativa codifica (allegata)

Iniziativa per la valorizzazione del patrimonio culturale.

3) Descrizione del contesto settoriale entro il quale si realizza il progetto

3.1) La valorizzazione culturale

Il crescente interesse per il *patrimonio culturale*, inteso come l'insieme degli elementi materiali frutto del processo storico prodotto dall'uomo sul territorio (continuamente rielaborato con modificazioni fisiche e di senso) al quale sono riconosciuti/attribuiti nel tempo significati e valori è dovuto al bisogno di ricercare nuovi modelli capaci di utilizzare le risorse disponibili, naturali e antropiche, garantendone il mantenimento per il futuro, ma anche al riconoscimento nel patrimonio culturale di nuovi *valori e "utilità"*, nell'ambito di un approccio concentrato sul contesto e sull'insieme dei beni e le loro relazioni, piuttosto che sulle singole emergenze. Ne sono testimonianza l'affermarsi del concetto di *valorizzazione*, variabile secondo modalità e

finalità, e la diffusione di *processi di sviluppo di territori e città centrati sulla valorizzazione del patrimonio e delle attività culturali*. Queste tendenze e aspirazioni, tuttavia, sembrano scontrarsi, soprattutto nel caso italiano, con la condizione di *separazione* che spesso caratterizza, nella città e nel territorio, ciò che era con il "resto del mondo". La separazione può essere fisica e funzionale e diventare facilmente culturale e sociale; può essere dovuta a "naturale" abbandono, all'aver smarrito la "competenza di edificare e abitare" (Choay), ma anche all'"accanimento" protezionistico e conservativo, che di frequente ha portato ad estraniare i beni culturali ed i tentativi della loro valorizzazione dal contesto della contemporaneità. Ciò pone la *pianificazione territoriale* di fronte alla necessità di assumere approcci, metodi e tecniche capaci di promuovere il coinvolgimento dei beni culturali, come componenti strutturanti e significanti per lo sviluppo di territori e città, e di favorire comportamenti virtuosi di progettazione, "trasformazione" e uso degli stessi beni. Inoltre, l'inevitabile relazione con altri settori ed elementi del territorio e della città chiama in causa la pianificazione, per il contributo che le sue capacità e competenze le consentono di fornire, soprattutto per rispondere alla necessità di *integrazione* degli effetti della valorizzazione dei beni nelle politiche di sviluppo locale.

Secondo questa prospettiva la *valorizzazione del patrimonio culturale*, obiettivo generale del presente progetto, riguarda tre aspetti:

- la rivisitazione del concetto di patrimonio culturale rispetto a quello di beni culturali, nonché del concetto di valorizzazione in rapporto alle politiche di tutela e ai presupposti e alle condizioni necessarie alla sua effettualità, evidenziando i caratteri propri e le potenzialità della pianificazione nei confronti della diffusione di tali concetti e della predisposizione di dette condizioni;
- le opportunità culturali e operative offerte dai caratteri di sistemicità, integrazione e processualità della pianificazione che risultano utili alla valorizzazione e alle politiche di sviluppo integrato e sostenibile;
- i contenuti specifici per una pianificazione utile al patrimonio culturale in materia di conoscenza "unitaria", di occasioni di partecipazione finalizzate alla condivisione di valori, di scelte e di progetti, di procedure di collaborazione tra attori dello sviluppo, anche per un nuovo rapporto tra tutela e pianificazione, nonché in materia di trattamento tecnico dei contenuti progettuali volto a favorire una accezione patrimoniale delle risorse culturali, propedeutica alla collocazione del patrimonio culturale nella contemporaneità.

3.2) Dati e statistiche sulla situazione culturale del mezzogiorno

Al Sud un giovane su quattro lascia la scuola dopo la licenza media, con punte di oltre il 25% in Campania, Sicilia e Puglia. Un dato nettamente superiore alla media nazionale che si ferma poco sotto il 20%, con il Nord-Ovest più o meno al 18%, il Nord-Est al 15% e il centro Italia a circa il 13%. L'allarme è stato lanciato da uno studio della Banca d'Italia su "La dispersione scolastica e le competenze degli studenti" che sottolinea come mentre al Centro e al Nord la percentuale degli abbandoni precoci è in linea con la media europea, il Mezzogiorno "si caratterizza per una maggiore dispersione scolastica e una più elevata incidenza di giovani con scarse competenze". Ed è proprio il Sud ad allontanare l'Italia dai parametri concordati nell'ambito della strategia di Lisbona. Secondo via Nazionale, infatti, mentre il Centro e il Nord-Est hanno concrete possibilità di centrare l'obiettivo di una dispersione scolastica vicina al 10% entro i prossimi tre anni, il Sud continuerebbe comunque a registrare una media superiore al 20%. Per spiegare il ritardo del Mezzogiorno Bankitalia punta il dito su due motivi principali: i "divari del grado di alfabetizzazione della popolazione adulta" e la "dotazione scolastica locale". Secondo lo studio, avere i genitori laureati piuttosto che con la sola licenza media "allontanerebbe di circa 10 volte la probabilità di essere in ritardo o di abbandonare gli studi". Ma nel Mezzogiorno la situazione è critica: il 57% della popolazione tra i 35 e i 55 anni, verosimilmente i genitori dei quindicenni attuali, ha al massimo il titolo di licenza media. Ben il 13% in più rispetto al Centro-Nord.

Le statistiche dell'Istituto Nazionale di Statistica (Istat) confermano questi dati e sottolineano la necessità di un intervento organico che coinvolga non solo le istituzioni ma anche le associazioni di promozione culturale e quelle cittadine. Le spese per cultura ed istruzione al Sud rimangono ancora troppo basse, soprattutto rispetto alla media europea. L'interesse per patrimonio artistico è paradossalmente molto basso, nonostante la più alta concentrazione di siti storici, archeologici e monumentali sia concentrata proprio in Campania, Puglia e Sicilia. Le differenze tra nord e sud sono rilevabili anche attraverso la valutazione della fruizione del tempo libero.

Secondi l'Istat, infatti, la percentuale di cittadini interessata a spettacoli teatrali, concerti e mostre al Sud è molto bassa. Un altro indicatore è la percentuale dei libri posseduti o letti nell'ultimo anno che al Sud, registra l'Istituto, rimane inferiore rispetto alla media nazionale.

a) Cultura e l'istruzione nel Mezzogiorno secondo le statistiche dell'Istat

Tra le voci di spesa per l'istruzione, ai libri scolastici corrisponde l'esborso più consistente, pari in media a 153,89 euro. I valori di spesa più elevati si osservano nel Mezzogiorno (203,40 euro nel Sud e 157,83 euro nelle Isole), mentre quelli più bassi nel Nord-est (122,70 euro). Passando alle spese legate alla cultura e all'informazione, per i libri non scolastici, acquistati da circa una famiglia su dieci, si spendono in media 55 euro al mese. A livello territoriale, la spesa più elevata si osserva nel Nord-ovest (circa 60 euro al mese), dove supera di 15 euro quella sostenuta dalle famiglie del Sud. Oltre la metà (il 53,7 per cento) delle famiglie residenti in Italia acquista giornali e riviste, spendendo in media 23 euro al mese; la quota scende al 45 per cento nelle Isole e raggiunge il 61 per cento nel Nord-ovest, mentre è nel Sud che si registra la spesa più bassa (19,87 euro al mese).

Le caratteristiche strutturali della fruizione del patrimonio artistico da parte degli italiani risultano sostanzialmente stabili e non evidenziano una particolare mobilità socio-culturale nel corso degli ultimi anni.

In particolare, dai dati rilevati nel 2007, risulta che la quota di italiani che ha visitato almeno una mostra o un museo è pari complessivamente al 27,9 per cento della popolazione con almeno 6 anni di età, con una distribuzione sostanzialmente omogenea per genere e una partecipazione particolarmente significativa nelle fasce d'età dagli 11 ai 19 anni. Più bassa la quota di italiani che hanno visitato monumenti e siti archeologici, pari complessivamente a circa il 21,6 per cento della popolazione con almeno 6 anni di età. Anche in questo caso, la distribuzione per genere è sostanzialmente omogenea e risulta costante per tutte le fasce di età fino ai 59 anni. A livello territoriale si conferma ancora la forte sperequazione rispetto ai livelli di fruizione culturale tra le regioni italiane, per la minore propensione a frequentare luoghi d'arte da parte della popolazione delle regioni del Mezzogiorno.

A fronte dell'offerta precedentemente descritta, sulla base dei dati dell'indagine multiscopo dell'Istat dedicata agli "Aspetti della vita quotidiana", la quota di persone di almeno sei anni d'età che dichiara di aver letto almeno un libro per motivi non scolastici o professionali nel corso del 2007 è pari al 43,1 per cento della popolazione, un valore che corrisponde ad un incremento pari a 1,7 punti percentuali rispetto all'anno 2002.

È bene considerare che nel 2007, rispetto all'anno precedente, si è registrata una flessione dei lettori corrispondente a 1 punto percentuale; inoltre, soltanto in alcune regioni dell'Italia settentrionale e in particolare in Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Lombardia, Valle d'Aosta e Piemonte, poco più della metà della popolazione ha letto almeno un libro nel corso dell'anno.

Per l'anno 2007, sulla base dei dati rilevati si calcolano complessivamente 1.266.082 giorni di spettacolo cinematografico; per quanto concerne il numero di biglietti venduti, tra il 2006 e il 2007 si registra un aumento del pubblico delle sale cinematografiche pari al 10,9 per cento: complessivamente, infatti, sono stati emessi oltre 116 milioni 429 mila biglietti nel 2007 a fronte di circa 104 milioni 979 mila biglietti emessi nell'anno precedente. Infine, l'ammontare della spesa complessiva sostenuta dal pubblico per assistere a proiezioni cinematografiche, ha superato i 740 milioni di euro. In media in Italia, per l'anno 2007, si calcolano circa 2 biglietti venduti per abitante, con una spesa media pro capite di 11,28 euro; i livelli di consumo risultano, inoltre, significativamente inferiori alla media nazionale nelle regioni del Mezzogiorno, per le quali si calcolano 1,3 biglietti venduti per ogni abitante con una spesa media pro capite di 7,12 euro, mentre nel Centro Italia i biglietti venduti e la spesa media pro capite risultano vistosamente superiori.

b) Si leggono più libri nel Nord meno nel Sud

Si legge di più nel Nord-ovest (67,5%) e nel Nord-est (66,9%), mentre nel Sud e nelle Isole la percentuale di lettori è di circa il 50%. In posizione intermedia si colloca, invece, l'Italia centrale (62,3%). Se si prendono in considerazione le regioni e le province autonome, al primo posto si colloca Trento (73,9%), seguita da Bolzano (73,2%), dalla Valle d'Aosta (69,5%), dal Friuli-Venezia Giulia (69,0%) e dalla Lombardia (68,7%); agli ultimi posti si collocano Basilicata (50,2%), Calabria (49,6%) e Sicilia (48,3%).

c) Più del 12% delle famiglie non possiede neanche un libro in casa

Nel 2006 l'84,1% delle famiglie dichiara di possedere libri in casa: il 62,6% delle famiglie possiede in casa al massimo 100 libri (il 32,5% fino a 25 libri, il 30,1% da 26 a 100 libri), meno di un quarto dichiara di possederne più di 100 (21,5%), mentre il 12,3% dichiara di non possederne (pari a 2 milioni e 800 mila famiglie).

Focalizzando l'attenzione sulle famiglie che non possiedono libri in casa e su quelle che ne possiedono più di 100 emergono forti differenze territoriali. Le regioni con la percentuale più alta di famiglie che non possiedono in casa alcun libro sono quelle meridionali (19,2%) ed insulari (18,2%), mentre nel Centro-nord tale quota non arriva al 10%. In particolare il primato spetta alla Puglia dove il 24,2% delle famiglie residenti non possiede alcun libro. Seguono la Sicilia (21,3%), la Basilicata (20,2%) e la Calabria (17,5%). All'opposto, le quote più basse di famiglie che non possiedono libri in casa si riscontrano in Trentino-Alto Adige (4,5%).

Le quote maggiori di famiglie con oltre 100 libri in casa si riscontrano nel Centro-nord, dove circa un quarto delle famiglie residenti possiede 100 o più libri, mentre nel Sud tale quota scende sotto il 16%. Friuli-Venezia Giulia (31,3%) e Sardegna (27,2%) sono le regioni con le più alte percentuali di famiglie con 100 o più libri in casa; seguono a pari merito, con valori che oscillano intorno al 25%, il Veneto, la Valle d'Aosta, il Trentino-Alto Adige, la Lombardia e il Lazio. In Calabria, Campania, Sicilia e Puglia, invece tale quota non raggiunge il 15%. Il 58,4% delle famiglie ha in casa almeno un'enciclopedia su carta: il 30,2% ne possiede una, il 14,1% due e il 14,1% tre o più. Le famiglie che non ne possiedono alcuna sono pari al 41,6% del totale. Analogamente a quanto accade per i libri, nel Sud e nelle Isole si registrano le percentuali più alte di famiglie che non possiedono enciclopedie su carta (rispettivamente 45,4% e 47,6%), mentre nel Centro-nord le quote scendono sotto il 40%.

d) Aumentano le famiglie che non possiedono libri

Rispetto al 2000 aumenta la quota di famiglie che non possiedono alcun libro in casa, passando dal 10,8% al 12,3%; tale incremento si riscontra in particolare tra le famiglie residenti nel Mezzogiorno. Nel Sud, infatti, la percentuale di famiglie che non possiedono libri passa dal 15,9% al 19,2% e nelle Isole dal 14,5% al 18,2%.

Cresce anche la quota di famiglie che non possiede un'enciclopedia su carta (dal 36,2% del 2000 al 41,6% del 2006), ma parallelamente aumentano le famiglie che hanno enciclopedie su Cd-Rom o DVD (dall'11,7% all'20%).

e) Forti differenze territoriali nel ricorso alla biblioteca

Le biblioteche sono più frequentate nel Nord-est (16,1%), segue il Nord-ovest con il 13,5%; il Centro si attesta sull'11,1%. Le percentuali minori si riscontrano nel Sud (7,7%) e nelle Isole (9,4%).

Le regioni con la più alta quota di frequentatori di biblioteche sono il Trentino Alto-Adige con il 28,8% e la Valle d'Aosta (27%). Segue a grande distanza l'Emilia Romagna (16,1%), la Sardegna (14,6%), la Lombardia (14,5%) e il Veneto (14,2%). La quota più bassa si riscontra in Campania (6,2%). Il Trentino Alto-Adige e la Valle d'Aosta, oltre a presentare le più alte quote di utenti di biblioteche, presentano anche le maggiori quote di utenti assidui (oltre il 50%). Specularmente la quota più bassa si riscontra in Campania (27,5%), dove è anche più basso il numero di frequentatori.

4) Gli Obiettivi specifici del progetto

Alla luce dei dati statistici sulla situazione culturale nel Mezzogiorno e viste le attuali tendenze in materia di valorizzazione del patrimonio culturale, lo scopo principale del progetto è quello di qualificare l'offerta culturale del territorio attraverso un'manifestazione che offra spazi ed occasioni concrete di formazione, discussione e condivisione a contenuto culturale, storico, filosofico, artistico e sociale con l'esplicito obiettivo di accrescere la sensibilità, l'interesse e la partecipazione dei cittadini campani.

Rispetto alle attività da implementare, gli obiettivi specifici sono:

- valorizzare il patrimonio e la sua fruizione
- migliorare la qualità della vita e del territorio
- preservare l'identità culturale della Regione Campania in tutte le sue svariate forme e assecondare o promuovere le iniziative innovative e creative
- in un quadro di programmazione sul territorio – incentivare quelle iniziative che promuovano, soprattutto presso i giovani, l'interesse e la sensibilità per l'eccezionale patrimonio storico,

archeologico, filosofico, monumentale, folkloristico, musicale e paesaggistico della Regione Campania. In questo senso l'obiettivo è valorizzare con opportune iniziative quel patrimonio intangibile ed immateriale legato ai centri storici delle città euromediterranee, lavorando soprattutto per il potenziamento dell'antico artigianato locale e lo scambio tra le varie culture, al fine di creare un laboratorio per l'innovazione e la ricerca di soluzioni strategiche, che consenta la sopravvivenza delle tradizioni e dei costumi e relazioni tra i saperi delle generazioni. In questo senso, la Campania è un serbatoio di patrimoni culturali intangibili: essi sono il possibile catalizzatore di un cambiamento. In tutto il territorio regionale vi sono processi di interazione tra memoria del passato e ricerca di nuovi sbocchi lavorativi, recupero delle tradizioni e nuovi modelli di vita e lavoro influenzati dai processi di trasformazione delle organizzazioni sociali.

- valorizzare l'attività dei giovani artisti ed intellettuali campani, che hanno la vitale necessità di poter comunicare le proprie esperienze, di poter dialogare e confrontarsi in una società in cui è estremamente difficile poter emergere, farsi conoscere da un pubblico sempre più vasto e consapevole. L'impegno deve tendere anche a promuovere a livello internazionale le attività creative dei giovani, fornendo loro delle opportunità di crescita che fino ad oggi non sono state esaltate e favorite.
- promuovere una consapevole cultura scientifica, intendendo per essa non solo la ricerca scientifica *tout court*, di competenza di altre Istituzioni, ma la riflessione sul linguaggio scientifico che permea la nostra vita comune e rappresenta un tema centrale, specialmente per la formazione dei giovani, divenendo una questione di formazione democratica e non più una questione puramente specialistica.
- coinvolgere e reintegrare i soggetti a rischio di esclusione sociale, motivandoli ad un atteggiamento positivo verso la formazione e la società, favorendo così una partecipazione consapevole alla crescita personale tesa all'inserimento attivo nella vita civile.
- rafforzare l'identità culturale e il senso di appartenenza della popolazione locale
- far risaltare vocazioni, potenzialità, attrattiva e accoglienza del territorio (luoghi "slow"),
- coordinare interventi, progetti eventi fra comuni, associazioni e operatori e sviluppare un calendario unificato e percorsi/itinerari artistici, naturalistici, turistici ed enogastronomici integrati in una rete fruibile dalla popolazione locale e dal "turistaviaggiatore".

5) Pubblico di riferimento

Considerato lo scopo principale del progetto, che è quello di qualificare l'offerta culturale del territorio attraverso attività di formazione, discussione e condivisione a contenuto culturale, storico, filosofico, artistico e sociale e visto l'esplicito obiettivo di accrescere la sensibilità, l'interesse e la partecipazione dei cittadini campani, i pubblici di riferimento sono:

- Le famiglie
- I cittadini delle principali zone urbane e metropolitane
- I cittadini delle comunità montane
- Gli studenti delle scuole primarie e secondarie, gli studenti di Conservatorio, gli studenti universitari, i dottorandi di ricerca e i ricercatori
- I giovani artisti e appassionati alle diverse espressioni artistiche
- I docenti delle scuole primarie e secondarie
- Il corpo accademico e i docenti universitari
- I rappresentanti dei maggiori centri di ricerca scientifica
- I rappresentanti dei maggiori centri di cultura superiore e alta formazione
- Le categorie di soggetti economicamente e culturalmente svantaggiati
- Le categorie di soggetti socialmente emarginati
- I rappresentanti e gli appartenenti alle associazioni di promozione culturale
- I rappresentanti, i sostenitori e i beneficiari delle associazioni di recupero e promozione sociale

- Le case-famiglia, la cui finalità è l'accoglienza di minori, disabili, anziani e persone con problematiche psico-sociali
- Le *onlus* e le organizzazioni non profit
- Gli imprenditori locali
- Le associazioni imprenditoriali nazionali e locali
- Gli enti di promozione culturale
- Gli enti di promozione del turismo (EPT)
- Le camere di commercio
- Le associazioni di categoria
- Le cooperative
- I rappresentanti delle associazioni sindacali
- I centri per l'impiego delle province

5.1) Gli interlocutori sociali del progetto

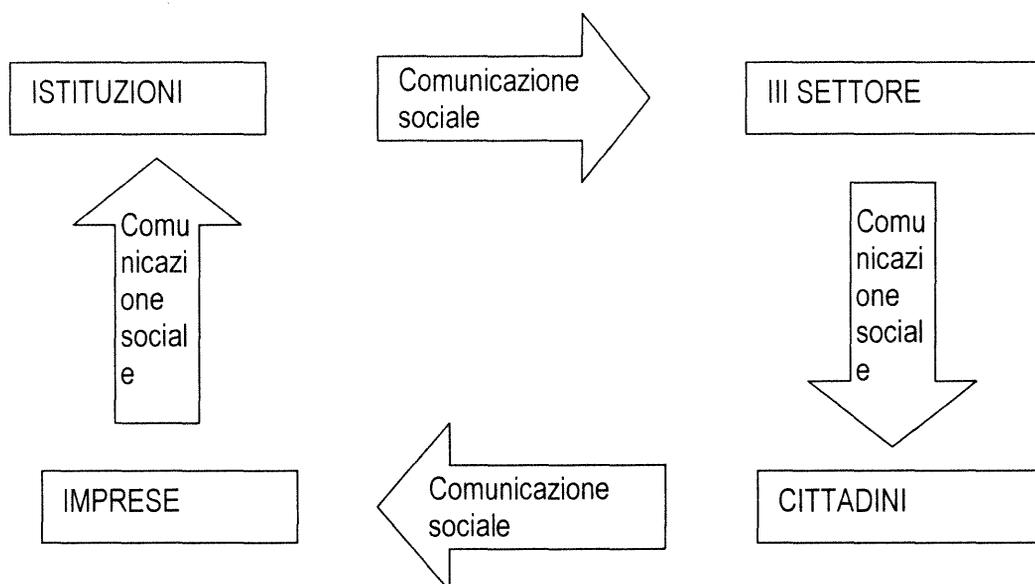
Definiti gli ambiti e le modalità di attuazione del progetto, l'Associazione proponente è chiamata a promuovere il dialogo continuo, ponendosi come piattaforma di comunicazione, discussione, mediazione e confronto tra i diversi attori sociali coinvolti.

Stimiamo che l'area in cui le partnership possono creare maggiore valore è là dove si sovrappongono gli obiettivi sociali ed economici delle imprese e convergono gli interessi di tutti i soggetti coinvolti. Il modello che ricerca la condivisione sociale delle parti sociali può costituire la base di riferimento delle organizzazioni, nell'ambito della sostenibilità sociale, economica, ambientale e dei settori socio-economici di sviluppo, ed avere influenza sulla stessa organizzazione sociale e nella ridefinizione delle pratiche di lavoro, anche in una dimensione europea.

La promozione delle collaborazioni e delle partnership tra istituzioni, imprese e organizzazioni no profit, offre la possibilità di un confronto sul campo e di un monitoraggio costante sulle trasformazioni delle relazioni sociali tra tutti gli attori in gioco. Questa formula, frequentissima nel mondo anglosassone, sarebbe lo strumento ideale per garantire il successo di iniziative sociali sul territorio ed aumentare le utilità e gli interessi dello stesso progetto.

Da un'attenta analisi dello scenario di riferimento, i pubblici interessati a possibili attività di partenariato risultano essere molteplici:

- le aziende che contemplanano nel piano di comunicazione industriale strumenti interni ed esterni di responsabilità sociale
- le fondazioni d'origine bancaria
- le BCC e le altre banche locali
- le camere di commercio e organizzazioni di categorie interessate a promuovere fra i propri soci progetti ed iniziative fondamentali per lo sviluppo della responsabilità sociale d'impresa ossia lo sviluppo di attività di solidarietà sociale promosse da queste ultime. In particolare le strutture di filantropia comunitaria possono permettere alle piccole e medie imprese che ben difficilmente potrebbero dar vita ad una propria fondazione, di poter gestire al meglio le proprie erogazioni per finalità d'utilità sociale
- gli enti pubblici territoriali che possono, grazie al presente progetto di valorizzazione culturale, ampliare lo spettro delle proprie attività di sostegno a progetti d'utilità sociale
- le amministrazioni centrali dello Stato
- i comitati di gestione fondi per il volontariato
- le organizzazioni non-profit, soprattutto quelle che operano a livello locale



6) Ambiti tematici e piano delle attività

Considerato l'obiettivo generale, che consiste nel favorire l'integrale sviluppo della personalità dei cittadini ed il progresso civile della comunità campana, valorizzandone la storia, l'identità collettiva e l'integrazione nel contesto nazionale ed internazionale, la manifestazione *BenEvento – Festival campano della cultura, dell'arte, dell'informazione e dei sistemi produttivi* intende programmare e implementare un cartellone di attività, iniziative ed appuntamenti multidisciplinari che oltre a valorizzare il patrimonio artistico, storico e culturale della Regione mirino a creare uno spazio ed un'occasione concreta di formazione discussione e condivisione a contenuto culturale, storico, filosofico, artistico e sociale con l'esplicito obiettivo di accrescere la sensibilità, l'interesse e la partecipazione dei cittadini campani. Gli ambiti tematici ed i settori disciplinari oggetto delle attività saranno:

1. Patrimonio storico, archeologico, architettonico, artistico e paesaggistico
2. Arte e creatività
3. Enogastronomia, paesaggi e sapori: dalla identificazione e riscoperta di prodotti tipici e ricette tradizionali alla promozione dei prodotti tipici
4. Filosofia
5. Scienza
6. Attualità e convivenza civile
7. Letteratura
8. Sostenibilità

Il piano delle attività prevede :

A) Ciclo di convegni e workshop

Prenderanno parte ai convegni referenti del mondo scientifico, accademico ed imprenditoriale. L'obiettivo è quello di promuovere presso i cittadini e l'opinione pubblica campana una consapevole cultura scientifica, intendendo per essa non solo la ricerca scientifica *tout court* ma anche la riflessione sul linguaggio scientifico che permea la nostra vita comune e rappresenta un tema centrale, specialmente per la formazione dei giovani, divenendo una questione di formazione democratica e non più una questione puramente specialistica.

> Convegni

ATTIVITA' A) - "Dinamiche competitive e modelli di business nel settore eno-gastronomico. Il caso delle imprese campane". Intervento di esperti, presentazione di casi aziendali e dibattito.

ATTIVITA' B) - "Le nuove tecnologie a protezione dell'ambiente e biodiversità". Intervento di esperti, presentazione di casi aziendali e dibattito

ATTIVITA' C) - "Promuovere lo sviluppo sostenibile in Campania. L'ambiente come opportunità".

ATTIVITA' D) - "L'imprenditoria femminile in Campania come motore dello sviluppo economico e sociale". Intervento di esperti, dibattito e a conclusione *reading* teatrale sul tema.

ATTIVITA' E) - "Professione ed occupazione nel terzo settore". Il focus del convegno riguarderà le professioni e lo sviluppo occupazionale nel Terzo Settore . Il dibattito si chiuderà con una cena di beneficenza.

ATTIVITA' F) - "A vent'anni dalla caduta. Una riconsiderazione del 1989". Il convegno sulla caduta del muro di Berlino sarà un'occasione per discutere a vent'anni dalla caduta del muro di Berlino delle ripercussioni che la fine della guerra fredda ebbe sull'Europa e sul sistema internazionale.

ATTIVITA' G) - "Kant non è morto...". Convegno sull'etica, la morale e il senso civico. Intervento esperti e dibattito finale.

> Workshop

ATTIVITA' A) - "Banche , fiducia e cittadini. Il ruolo del Bilancio Sociale come strumento di trasparenza e coinvolgimento dei cittadini".

ATTIVITA' B) - "Eco-turismo. Criticità e fattori strategici per la valorizzazione del patrimonio turistico-ambientale della Campania".

ATTIVITA' C) - "Borghi e centri storici. Metodologie e strumenti di valorizzazione e comunicazione del patrimonio artistico ed architettonico del Sannio". Analisi del caso Sant' Agata Dei Goti (BN).

B) Museo delle arti e dei mestieri

Spazi espositivo multimediale dedicato all'esposizione e alla messa in scena di opere visive, fotografiche, pittoriche e musicali. L'obiettivo è di valorizzare l'attività dei giovani artisti ed intellettuali campani, che hanno la vitale necessità di poter comunicare le proprie esperienze, di poter dialogare e confrontarsi in una società in cui è estremamente difficile poter emergere, farsi conoscere da un pubblico sempre più vasto e consapevole.

Le attività prevedono:

ATTIVITA' A) - mostra fotografica di artisti campani

ATTIVITA' B) - mostra pittorica di artisti campani

ATTIVITA' C)- *reading* di opere letterarie

ATTIVITA' D) - concerto di musica jazz a contaminazione popolare

ATTIVITA' F) - seminario di storia dell'arte. "Le donne di potere di una volta. Da Matilde di Canossa a Isabella d'Este"

C) Bottega delle arti e dei mestieri

L'attività prevede l'allestimento di una struttura che collezioni, documenti, conservi, mostri ed interpreti testimonianze materiali ed informazioni associate alla storia manifatturiera campana e alle antiche professioni dell'artigianato, testimoniando la volontà di creare un continuum tra passato e presente, tra ciò "che si è stati e si è fatto" e ciò "che si è e si fa", tra memoria storica ed attualità. L'obiettivo è di incentivare , soprattutto presso i giovani, l'interesse e la sensibilità per l'eccezionale patrimonio storico e folkloristico della Regione Campania, un patrimonio intangibile ed immateriale, lavorando soprattutto per il potenziamento dell'antico artigianato locale e lo scambio tra le varie culture, al fine di creare un laboratorio che consenta la vita di tradizioni, costumi e relazioni tra i saperi delle generazioni.

D) Il salotto letterario

L'attività prevede l'allestimento di uno spazio che riprodurrà nelle sembianze e nella sua funzione primordiale, il salotto domestico, inteso come luogo di raccoglimento, studio, lettura e discussione. L'intento è quello di avvicinare i giovani, gli studenti e gli adulti della comunità cittadina alla cultura della lettura, attraverso la presentazione delle novità editoriali ed il coinvolgimento attivo degli spettatori/ lettori. Gli obiettivi specifici sono:

- promuovere le pratiche della lettura e della scrittura favorendo la creazione di momenti specifici in cui si valorizza la lettura e la scrittura creativa degli studenti;
- far conoscere nuovi testi e nuovi autori; favorire la riflessione linguistica e l'analisi del testo; migliorare la padronanza dello strumento linguistico cogliendone le potenzialità comunicative e espressive;
- esplorare i sentimenti e favorirne l'espressione personale; stimolare e promuovere la spontaneità, l'immaginazione, la creatività individuale valorizzando le potenzialità e le abilità comunicative;
- migliorare la propria capacità di giudizio e sviluppare l'attitudine alla percezione consapevole, all'osservazione di sé, dell'altro e dell'ambiente circostante;
- favorire la conoscenza reciproca e il confronto, aumentare la capacità di esplorazione delle situazioni; imparare a ascoltare e accettare le idee degli altri.

ATTIVITA' A) - Aperitivo con l'autore

Presentazioni delle novità editoriali e incontro con l'autore. La discussione finale sarà accompagnata dalla degustazione di prodotti locali.

ATTIVITA' B) - Invito alla lettura.

L'attività prevede la lettura guidata di passi di testi letterari e una dibattito finale. L'obiettivo è rieducare i giovani ad una riqualificazione del tempo libero in un ottica di investimento personale e di crescita.

E) Aperitivo con il produttore

Incontro con alcuni tra i migliori produttori di vini, formaggi e prodotti tipici presenti sul territorio campano, i quali durante la serata proporranno in degustazione alcune delle loro etichette e guideranno alla scoperta delle loro caratteristiche. L'obiettivo è quello di promuovere la cultura enogastronomia Campania, basata sull'eccellenza della lavorazione e la qualità delle materie prime.

ATTIVITA' A) - workshop sulle microproduzioni agricole di qualità, presentazione di produttori, dei loro prodotti e delle tecniche di lavorazione. Focus del workshop sarà proprio "il modello di filiera corto" come fattore vincente delle microimprese campane, un modello che produce benefici effetti non solo sull'economia del territorio, ma anche sulla valorizzazione del settore agricolo e zootecnico sul mercato del lavoro locale, sulla salvaguardia dell'ambiente, sulla qualità dell'offerta del comparto distributivo e, in ultima analisi, sul benessere del consumatore.

ATTIVITA' B) - degustazione guidata

ATTIVITA' C) - concerto di musica popolare

F) Retrospektiva Cinematografica sulla Campania

E' un'attività di ricerca e documentazione multimediale che ha come oggetto la testimonianza diretta, la vita e le opere di 5 popolari registi di origine campana. L'attività prevede la creazione e la successiva diffusione, nell'ambito della manifestazione, di 5 opere video inedite in cui, ai frammenti cinematografici si alternerà la testimonianza diretta dei loro autori. L'intento è quello di indagare la complessità e l'utilità di queste opere cinematografiche, l'anima profonda che ne ha decretato la popolarità, intervistando e mettendo a nudo i loro autori.

Spesso la Campania è stata palcoscenico o ispirazione per l'opera di grandi registi che ne hanno estratto un'anima contraddittoria ma perfettamente calata nella realtà e nelle vicende storiche. La Retrospektiva Cinematografica sulla Campania nasce proprio con l'obiettivo di raccontare la regione attraverso il linguaggio cinematografico, ovvero di promuovere, in modo diretto ed efficace, il capitale sociale e culturale del territorio e quindi documentando e testimoniando l'attività e l'impegno di alcuni dei migliori cineasta di origine campana.

I documentari saranno proiettati durante la manifestazione e saranno seguiti da un dibattito in cui interverranno illustri accademici, studiosi riconosciuti, artisti e personalità provenienti dal mondo dell'industria culturale.

Il piano delle proiezioni è strutturato come segue:

ATTIVITA' A) - Presentazione dell'autore e proiezione di una sua opera

ATTIVITA' B) - Proiezione del documentario/opera prima

ATTIVITA' C) - Dibattito con relatori ed esperti del mondo del cinema e della sua industria economica.

Le tematiche oggetto del dibattito saranno:

1 Incontro: IL CINEMA E IL SANNIO. Le produzioni cinematografiche girate nel capoluogo sannita

2 Incontro: IL CINEMA, IL TERRITORIO E LE FILM COMMISSION. Il cinema come promotore del territorio.

3 Incontro: IL CINEMA E LA POLITICA. Arte, mercato e incentivi statali.

4 incontro: IL CINEMA INDIPENDENTE. Come sopravvivere tra le distribuzioni americane e la mancanza di un progetto capillare di distribuzione italiana.

5 incontro: IL CINEMA riFLETTE. Partendo dalla famosa intervista di François Truffaut ad Alfred Hitchcock 5 giovani video maker video intervistano 5 registi affermati. Analisi e conclusioni del progetto.

G) Cena benefica

L'attività prevede l'organizzazione di una cena benefica i cui proventi saranno destinati ad una causa di natura sociale, in accordo e diretta collaborazione con le organizzazioni benefiche del terzo settore presenti sul territorio. La cena avrà luogo al termine del convegno "Professione ed occupazione nel terzo settore" (V. Ambiti tematici e piano delle attività – Ciclo convegni e workshop). Interverranno rappresentanti istituzionali, accademici, personalità del mondo della beneficenza e della solidarietà sociale, operatori del settore e i cittadini interessati a sostenere la causa sociale a cui saranno destinati i proventi della cena.

H) Pubblicazione monografica sul patrimonio culturale e territoriale sannita

La pubblicazione, ad opera del comitato organizzatore, conterrà una ricognizione socio-economica sul patrimonio culturale e territoriale campano a partire dalla revisione degli atti del convegno e sarà distribuito come inserto speciale di un quotidiano campano. Includerà, inoltre, una menzione speciale alle idee più innovative emerse durante le attività di discussione e confronto nell'ambito dei convegni e dei workshop organizzati.

7) Piano e metodologia di lavoro

La Campania è dotata di risorse naturali ed intellettuali che rappresentano la principale attrattiva per i turisti ed i cittadini. In questo senso, il piano delle attività e delle iniziative della manifestazione *BenEvento* sarà organizzato ed implementato in un'ottica di sostenibilità turistica, intendendo per questa un percorso di sviluppo che permetta alla risorsa naturale di generare in futuro tanto reddito almeno quanto è capace di generarne oggi. La sostenibilità ambientale e di lungo periodo è associata alla sostenibilità economica, ossia la capacità di generare reddito nel presente e nel futuro, tenendo conto di come le preferenze di cittadini e turisti aumentano nel tempo al crescere o al decrescere del reddito e del livello di istruzione. L'industria turistica e culturale della Campania è un settore integrato che comprende diversi comparti di attività economica: ricettività, ristorazione, trasporti, attrazioni, artigianato, agro-industria, servizi culturali, servizi accessori, edilizia, ecc. Consapevoli di queste premesse e del tessuto economico e sociale campano, il comitato organizzatore del progetto *Campania in Felix* ha deliberatamente deciso di seguire una metodologia di lavoro e una logica degli interventi basata sui criteri di organicità ed integrazione, al fine di superare le tradizionali divisioni di competenze tra assessorati e agenzie regionali.

FASE 1.

- Analisi del contesto culturale, economico e sociale del territorio campano
- Definizione dei campi di intervento del progetto
- Individuazione dei pubblici di riferimento
- Definizione attività/obiettivi

FASE 2.

- Ideazione e progettazione delle attività
- Analisi di fattibilità
- Definizione del piano economico-finanziario

FASE 3.

- Progettazione di un' indagine statistica sui cittadini con oggetto il gradimento e l'utilità della manifestazione
- Definizione disegno di ricerca e campionamento
- Somministrazione questionario
- Raccolta ed analisi dei dati
- Workshop di presentazione dei risultati della ricerca