

La presente deliberazione viene affissa il 24 DIC. 2009 all'Albo Pretorio per rimanervi 15 giorni



PROVINCIA di BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale n. 807 del 22 DIC. 2009

Oggetto: PROPOSTA PROGETTUALE "FORCHE CAUDINE - IDENTY FESTIVAL 2^a EDIZIONE". 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 Angelo Mosè	BOZZI	- Assessore	ASSENTE
6. Ing. Carlo	FALATO	- Assessore	_____
7. Dr.ssa Annachiara	PALMIERI	- Assessore	_____
8. Dott. Nunzio	PACIFICO	- Assessore	_____
9. Geom. Carmine	VALENTINO	- Assessore	_____

Con la partecipazione del Segretario Generale Dr. Claudio UCCELLETTI _____

L'ASSESSORE PROPONENTE Ing. Carlo FALATO

RELAZIONE

La Giunta Regionale, con deliberazioni nn. 1094 del 12.6.2009 e 1749 del 20.11.2009, nel perseguire l'obiettivo della costruzione di un programma regionale unitario di eventi, articolato per differenti categorie e target di destinatari, ha ritenuto necessario garantire, oltre alla concentrazione degli interventi, la piena espressione alla domanda di sviluppo delle collettività locali, applicando i principi di concertazione partenariato, sussidiarietà e decentramento. Nel dettare gli indirizzi finalizzati all'attivo coinvolgimento del territorio nella programmazione e definizione degli eventi e manifestazioni che costituiranno parte integrante e qualificante dell'offerta turistica per gli anni 2009-2010, si è determinato di individuare gli Enti abilitati a presentare manifestazione di interesse per la composizione del percorso tematico denominato "Le quattro stagioni - Estate 2010 - La riscoperta del patrimonio culturale" progetto "Forche Caudine - Identity Festival 2^a edizione".

Tra gli enti abilitati a presentare manifestazioni di interesse sono inserite le Province.

La Provincia pertanto ha predisposto la proposta progettuale denominata "*Forche Caudine –Identy Festival 2^ edizione*".

Con il progetto "*Forche Caudine –Identy Festival 2^ edizione*", la Provincia intende presentare la manifestazione di interesse alla presentazione di progetti, eventi, iniziative per la composizione dei percorsi tematici "Le quattro stagioni", pubblicato sul sito web della Regione Campania, a cura della A.G.C. 13 "Turismo e Beni Culturali".

A tal fine è necessario approvare l'allegato progetto al fine aderire all'avviso pubblico della Regione Campania a presentare manifestazione di interesse a valere sulle "Le quattro stagioni – Estate 2010 - La riscoperta del patrimonio culturale - "*Forche Caudine –Identy Festival 2^ edizione*".

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



Il Responsabile del Servizio
(dr. Luigi Insogna)



Il sottoscritto Dirigente, fatta propria la relazione a firma del responsabile dell'Istruttoria, 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 dell'Assessore Ing. Carlo FALATO

A voti unanimi

DELIBERA

Per quanto in premessa esposto:

1. **DI ADERIRE** all'avviso pubblico della Regione Campania a presentare manifestazione di interesse a valere su "Le Quattro Stagioni – Estate 2010 - La riscoperta del patrimonio culturale" con il progetto "*Forche Caudine –Identity Festival 2^ edizione*";
2. **DI APPROVARE** la scheda progettuale relativa alla iniziativa "*Forche Caudine –Identity Festival 2^ edizione*" allegata alla presente deliberazione;
3. **DI TRASMETTERE** il presente atto al Dirigente Settore Attività Culturali per tutti gli adempimenti consequenziali;
4. **DI DARE** alla presente immediata esecutività.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr. Claudio UCCELLETTI)

IL PRESIDENTE
(Prof. Ing. Anello CIMITILE)

N. 1077 **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

24 DIC. 2009

BENEVENTO

IL MESSO

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

La suestesa 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

[Signature]

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dot. 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 10 GEN. 2010

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dot. Claudio UCCELLETTI)

Copia per

2 SETTORE ACult.Ant.Tur.Sport 2119 prot.n.. _____

SETTORE _____ il 29.12.09 prot.n.. _____

SETTORE _____ il _____ prot. n. _____

Revisori dei Conti il _____ prot. n. _____

Nucleo di Valutazione il _____ prot. n. _____

Conferenza dei Capigruppo il _____ prot.n. _____

Le Quattro Stagioni
Estate 2010: La riscoperta del patrimonio culturale



REGIONE CAMPANIA

Assessorato al Turismo
Assessorato ai Beni Culturali

Le Forche Caudine
IDENTITY FESTIVAL

II edizione



Provincia di Benevento

INDICE**Identificazione dell'evento**

Pag. 2

1. Nome
2. Ente Pubblico realizzatore/beneficiario
3. Localizzazione dell'intervento
4. Costo dell'intervento

Descrizione e caratteristiche dell'intervento

Pag. 3

1. Descrizione dell'intervento – Finalità – Obiettivi
2. Edizioni precedenti
3. Mercato nazionale/internazionale di riferimento
4. Luogo di svolgimento – Location
 - 4.1 Collegamento con il bene valorizzato con l'evento
5. Date di svolgimento degli eventi
6. Palinsesto e programma dettagliato
7. Cast artistico
8. Direttore Artistico/ Curatore scientifico
9. Coerenza del progetto con l'idea forza della "stagione Estate 2010"
10. Piano di comunicazione dell'evento – descrizione
11. Piano di marketing- Attività di veicolazione dell'offerta con il coinvolgimento degli operatori turistici
12. Cronogramma dell'evento

Analisi della domanda

Pag. 15

13. Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi turistici
14. Tipologia dei destinatari
15. Priorità dell'intervento per il territorio

Fattibilità finanziaria

Pag. 17

16. Quadro economico dell'intervento
17. Coerenza con l'Obiettivo Operativo 1.12
18. Altre risorse finanziarie (Entità e tipologia finanziamento; risorse pubbliche e private)
19. Analisi finanziaria dell'evento, con particolare riferimento a quanto disposto dall'art.55 del Reg. CE 1083/2006

Risultati Attesi

Pag. 19

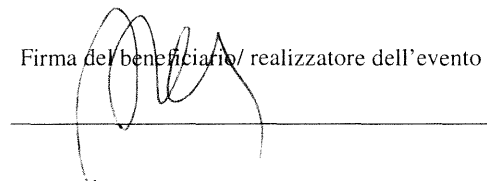
20. Risultati attesi, con particolare attenzione a:
 - Flussi turistici movimentabili
 - Durata della permanenza degli stessi
 - Grado di soddisfazione dei turisti con particolare attenzione alle metodologie che si intendono utilizzare per la verifica di quest'ultime

Impatti socio economici attesi

Pag. 22

21. Quantificazione e stima degli impatti attesi

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO

1. Nome

LE FORCHE CAUDINE – IDENTITY FESTIVAL - II edizione

2. Ente pubblico realizzatore/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

Montesarchio - Valle Caudina

4. Costo dell'intervento

TOTALE € 385.400,00 di cui :

Finanziamento richiesto
alla Regione

€ 310.400,00

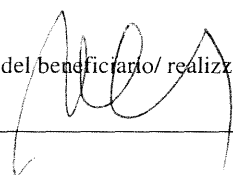
Altre Risorse pubbliche

€ 75.000,00

Risorse private

€ 0

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO

1. Descrizione dell'intervento

Il programma artistico si propone come una riflessione sul tema dell'identità nazionale, declinato in forme diverse e sviluppato in modo da costituire un viaggio in più tappe, ognuna delle quali offra il senso di un percorso evolutivo in cui l'ansia di innovazione coesista con la volontà di tenere fede alle tradizioni di base, e l'una e l'altra risultino percepibili in un mix di forma moderna ed accattivante.

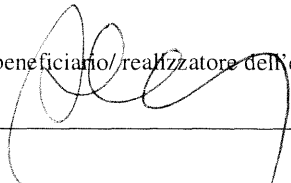
L'intera proposta sarà articolata attraverso momenti performativi di esplicita valenza spettacolare, con una particolare attenzione per la musica che farà da filo conduttore attraverso i vari capitoli. Accanto a queste proposte, troveranno anche spazio momenti di approfondimento e riflessione realizzati attraverso mostre ed incontri di parola. Significativa l'attenzione che la rassegna rivolgerà alle possibili connessioni tra forme espressive diverse, nell'ottica di coinvolgere un pubblico giovanile e per quanto possibile trasversale.

In tal modo, il Festival intende riproporre ed arricchire un format artistico già sperimentato con vivo successo nell'edizione 2008, puntando non solo al coinvolgimento della popolazione locale ma anche a farsi attrattore culturale nei confronti di un bacino di utenza più ampio e regionale.

Le parole-chiave intorno a cui è strutturato il progetto *Identity Festival - Le Forche Caudine* sono: **storia, cultura, memoria, identità**. Il primo anno l'evento ha puntato su pochi episodi di sicura qualità, amplificati da un'accorta azione comunicativa. Il cuore del festival, alla sua seconda edizione, sarà costituito da:

- Un prestigioso convegno in cui convocare filosofi, storici, sociologi, scrittori, artisti e giornalisti che affrontano i temi legati alle identità di un popolo;
- Rappresentazioni teatrali di grande impatto culturale che uniscono poesia, musica e narrativa;
- Una mostra incentrata sulle identità di un popolo;
- Concerti e spettacoli che esaltino, al tempo stesso, il concetto di identità e quello di multi-culturalità;

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



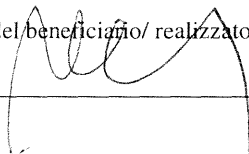
L'idea progettuale prende spunto dalla battaglia delle Forche Caudine, un importante avvenimento della seconda guerra sannitica, in cui i Sanniti di Gaio Ponzio Telesino sconfissero i Romani, imponendo poi loro l'umiliazione di passare sotto i gioghi. Importante perché la società romana ne fu tanto scossa da ricordarlo per secoli come marchio negativo per la Repubblica associandolo alla disfatta dell'Allia e poi alla battaglia di Canne.

Nel 321 a.C., riuscite vane le trattative di pace tra Romani e Sanniti, ripresero le operazioni belliche tra i due eserciti: le forze romane sotto il comando dei consoli Spurio Postumio Albino e Tito Veturio Calvino, erano accampate presso *Calatia*, nella pianura sotto l'attuale Maddaloni; quelle sannite si trovano presso Caudio.

I consoli romani, accogliendo per vera la notizia propinata da dieci militi sanniti travestiti da pastori, secondo cui il nemico era lontano, occupato a stringere d'assedio Luceria, nell'*Apulia*, decisero di portar soccorso ai fedeli alleati lucerini. A questa città conducevano due vie, di cui la più breve, quella scelta, attraversava queste gole di Caudio. I Romani avanzarono in essa senza avanguardia: la località aveva due passaggi angusti, chiusi da alte montagne, e un campo intermedio abbastanza largo ma acquitrinoso, identificabile forse nell'attuale fontana di Capodiconca.

Giunti al valico superiore, i Romani lo trovarono sbarrato con alberi e macigni e, scorgendo intorno i soldati sanniti, capirono l'insidia e retrocedettero, ma trovarono che intanto anche il valico inferiore era stato sbarrato e occupato dai nemici. Secondo Livio, i Romani si sgomentarono e non combatterono; secondo Cicerone invece la battaglia vi fu e terminò con la sconfitta romana. I Sanniti, incerti sul modo di trattare i vinti, chiesero consiglio al vecchio Erennio, padre di Caio Ponzio, loro capo, ma non vollero seguire l'una o l'altra delle due soluzioni da lui suggerite; lasciare generosamente liberi i Romani per farseli amici oppure ucciderli tutti. Imposero invece ai soldati nemici il disarmo con passaggio sotto il giogo e la promessa di far pace, subordinata alla ratifica del senato. Tali condizioni dovettero essere accettate e per primi passarono sotto il giogo i consoli, poi gli altri dignitari e infine i soldati. I Romani, usciti dalle Forche Caudine, raggiunsero Capua, dove ebbero armi, cavalli e vettovaglie, e di notte rientrarono in Roma. Qui i consoli non ebbero il coraggio di

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



presentarsi al senato, il quale respinse le condizioni di pace e rinviò ai Sanniti coloro che le avevano sottoscritte: Ponzio rifiutò di riceverli e proclamò che si trattava di un'indegna finzione.

Il *dover passare sotto le Forche Caudine*, ripropone la vessazione alla quale furono sottoposti i Romani, consistente appunto nel dover passare sotto quel rozzo e basso patibolo. In realtà le *forculae Caudinae* erano gli opposti ed angusti aditi di un'alta valle serrata da montagne al di sotto dei quali i legionari romani non poterono passare mai. Infatti si videro obbligati a varcare i fornici di un terribile arco di trionfo, costituito da un giogo per buoi sospeso tra due lance. Uno dopo l'altro, carponi e seminudi, in ordine gerarchico subirono la cocente umiliazione tra i lazzi e gli sberleffi dei nemici.

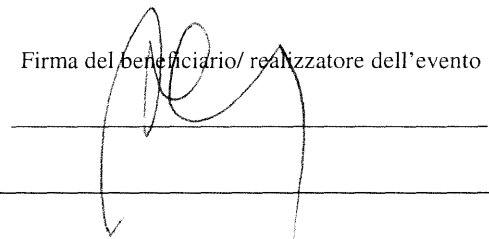
Le scarse indicazioni degli antichi scrittori non valgono a precisare la località dove sarebbe avvenuto il fatto storico. Secondo la tradizione, che sembra confermata dal nome dei luoghi l'avvenimento si verificò nella odierna Valle Caudina. Quanto alle difformità tra questa valle, che presenta una sola strozzatura, e quella descritta da Livio, i sostenitori della versione tradizionale di cui sopra la spiegano con i cambiamenti che in più di due millenni vi avrebbero apportato i terremoti, le erosioni e i depositi alluvionali.

Finalità

Tra le finalità principali del progetto vi è, quindi, innanzitutto la volontà di proporre una testimonianza della propria memoria storica e identità culturale che sia anche un veicolo promozionale del territorio verso l'esterno oltre che un momento aggregativo e di coinvolgimento della popolazione.

Gli abitanti del Sannio hanno un reddito pro-capite che si aggira intorno ai 18.000 euro, contro i 26.000 della media nazionale e i 34.000 del Veneto. Si collocano, così, poco al di sopra della media campana (15.000 euro). Ma il tasso di disoccupazione cresce e il settore turistico – unico coerente con il sistema socio-economico della zona – non decolla. Soprattutto appare evidente la mancanza di una politica complessiva, capace di orientare le scelte strategiche dei vari comparti socio-economici (albergatura, agri-turismo, artigianato,

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



ecc.). Di qui l'esigenza di un segno forte, capace di imprimere una spinta alla vita socio-economica del Sannio, attraverso un'azione pedagogica a tutto campo, capace di:

- rinnovare la memoria storica degli abitanti
- rafforzare la loro identità culturale e la loro autostima
- rafforzare l'aggregazione sociale
- incentivare la creatività e l'imprenditorialità
- associare i creativi che già operano sul territorio
- offrire all'esterno un'immagine di qualità
- promuovere il territorio
- destare l'interesse dei tour operator
- creare un circuito virtuoso tra cultura ed economia
- facilitare lo scambio culturale tra ospiti e residenti.

Obiettivi

Gli obiettivi del progetto sono così sintetizzabili:

- offrire al segmento turistico sempre più coinvolto nella scoperta del territorio sannita, l'opportunità di ampliare le possibilità di scelta tra offerte culturali e artistiche già presenti sul territorio;
- incrementare lo sviluppo economico e culturale, attraverso la definizione e l'offerta di itinerari turistico culturali incentrati sulla storia e le tradizioni, sia a livello regionale che interregionale;
- contribuire 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;
- incrementare la conoscenza e l'attrattività del territorio attraverso azioni di comunicazione e valorizzazione inerenti anche alla storia e le tradizioni locali.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

2. Edizioni precedenti

Il Progetto ha avuto una precedente edizione, che ha avuto luogo a Montesarchio nelle giornate del 2, 3 e 4 ottobre 2009, sempre sotto la direzione scientifica del prof. Domenico De Masi.

3. Mercato nazionale/internazionale di riferimento

Nel 2007, con i suoi 37 milioni circa di arrivi, l'Italia è rimasta al quinto posto tra le mete del turismo mondiale. Ma il numero degli arrivi e quello delle presenze sono solo due dei parametri in base ai quali giudicare lo stato di salute del turismo in una determinata area. Gli altri due parametri – i più importanti, anche se meno citati – sono il potere d'acquisto dei singoli turisti, la spesa effettiva che essi effettuano nelle aree di destinazione.

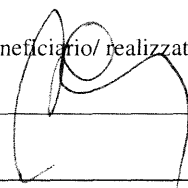
Perciò, per un "contenitore" poco capiente e molto delicato come la Costiera amalfitana e come Positano, occorre compensare la scarsa ricettività con la forza intensa e combinata della natura e della cultura, fino ad ottenere la combinazione eccellente, capace di catturare il turismo migliore.

Una recente indagine previsionale, condotta dalla S3.Studium per la Confesercenti, ribadisce che il successo del turismo nei Paesi del Mediterraneo è legato strettamente a questi parametri e alla capacità dei policy makers di intercettare con imprenditorialità colta e coraggiosa i trend attualmente favorevoli.

Il problema indicato come prioritario da tutti i migliori osservatori, consiste nella scarsa de-stagionalizzazione del nostro turismo. Si pensi che la Francia, con 383.000 camere in meno rispetto all'Italia, riesce a ospitare il doppio di turisti proprio perché i suoi alberghi vengono saturati per il 60% mentre noi riusciamo a saturarli appena per il 40% (e il Sud resta addirittura attestato intorno al 26%).

Mezzogiorno: nel Sud, isole comprese, lo scorso anno sono arrivati 9 milioni di turisti con 31 milioni di presenze mentre il solo Triveneto ha avuto 12 milioni di turisti con 53 milioni di presenze. La saturazione degli alberghi, nonostante il clima mite per molti mesi dell'anno, è stato appena del 28%: dodici punti meno della media italiana e 32 punti meno della media francese. Solo un turista su tre è venuto dall'estero.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



Campania: i turisti in Campania si attestano sotto i cinque milioni. Il 40% circa è composto da stranieri. Due province su cinque – Napoli e Salerno – assorbono oltre il 90% degli arrivi e delle presenze.

Il Sannio presenta parecchi punti di forza per attirare un buon turismo:

- un clima mite
- un territorio fertile e bellissimo
- un notevole patrimonio artistico che copre l'arco storico che va dal periodo pre-romano e romano fino ai giorni nostri
- una posizione geografica epicentrica rispetto a Napoli, Salerno e Caserta

Il progetto proposto pone come proprio target di riferimento il mercato nazionale del turismo culturale che è il settore del turismo italiano a più alto potenziale di sviluppo e che ha la capacità di aggregare e fungere da filo conduttore per tanti segmenti quali terme, wellness, arte, cultura, turismo all'aria aperta, agriturismo.

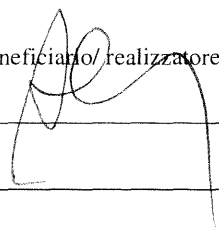
La volontà è quella di attuare una strategia di ampio respiro che, attraverso l'identificazione di un brand turistico da affermare con interventi come quello proposto, porti l'area della Valle Caudina, e più in generale, il Sannio, ad essere una delle mete proposte dai tour operator nazionali come possibile alternativa ai principali competitors nazionali (Umbria, Abruzzo).

4. Luogo di svolgimento – Sito culturale valorizzato dall'evento

Lo scenario principale del progetto è la Valle Caudina, nello specifico il Comune di Montesarchio, luogo in cui è realizzato il convegno scientifico e le altre attività collaterali e propedeutiche di importanza strategica come le conferenze stampa ed i concerti.

Il sito culturale che si intende valorizzare con l'evento è il centro storico del Comune di Montesarchio che vanta origini antichissime. La città sannitica di Caudium, infatti, ricordata per le Forche Caudine, sorgeva probabilmente sul promontorio naturale dell'attuale Montesarchio. Anche i Romani si servirono di tale luogo fortificato ed il nome Monsarcis (monte fortificato) pare sia alla radice dell'attuale denominazione. Altri, invece, ne attribuiscono la denominazione all'Arechi (Montes Arechi), che nel VI secolo fu duca e governatore di Benevento per oltre cinquant'anni.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



Le origini longobarde del borgo si evincono chiaramente dalla squadratura delle mura, dal metodo e dai materiali di fabbrica, dalla disposizione degli ambienti e dalla singolare sobrietà delle forme. Sebbene la parte prevalente della costruzione abbia avuto origine come abitazione privata, funzione che ancora oggi conserva, essa é stata classificata come architettura militare per l'aspetto fortificato che la caratterizza e per la presenza di indiscutibili elementi difensivi, quali mura e torri, che ne sono parte integrante.

La Rocca costituisce, insieme al Castello di Montesarchio, quel maestoso complesso fortificato che si erge sul colle di Montesarchio, in una posizione scelta fin dai tempi più antichi in quanto strategica per il controllo del territorio della Valle Caudina. Alla torre si riconosce una origine preromana, attribuibile alle popolazioni italiche che abitarono la zona in varie epoche; essa fu riparata dai Romani e poi distrutta con le invasioni barbariche. I Longobardi la ricostruirono ed in quell'occasione crearono un collegamento sotterraneo con il castello retrostante. Fu in quello stesso periodo che sorse il borgo di Latovetere, la zona più antica di Montesarchio. La ricostruzione effettuata in epoca aragonese fu quella che conferì al complesso il suo aspetto attuale.

5. Date di svolgimento degli eventi

23, 24 e 25 luglio / 27, 28 e 29 agosto / 24, 25 e 26 settembre

6. Palinsesto e programma dettagliato

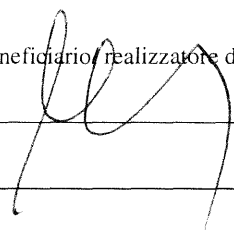
23, 24 e 25 luglio

23 luglio

Ore 19:00 – Convento delle Clarisse

Inaugurazione della Mostra fotografica dedicata al tema dell'Identità/Tradizione

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



24 luglio

Ore 21:00 – Piazza Umberto I

Concerto

25 luglio

Ore 21:00 – Chostro di San Francesco

Spettacolo

27, 28 e 29 agosto27 agosto

Ore 18:00 – Sala consiliare Palazzo Comunale di Montesarchio

Convegno: Identità tra Tradizione e Innovazione

Ore 21:00 – Chostro di San Francesco

Spettacolo

28 agosto

Ore 21:00 – Piazza Umberto I

Concerto

29 agosto

Ore 21:00 – Chostro di San Francesco

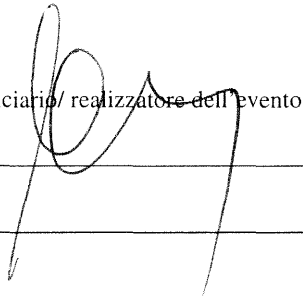
Spettacolo

24, 25 e 26 settembre24 settembre

Ore 11:00 – Piazza Umberto I

Matinée musicale

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



25 settembre

Ore 18:00 – Chiostro di San Francesco

Incontro con gli scrittori

Ore 21:00 – Piazza Umberto I

Concerto

26 settembre

Ore 21:00 – Chiostro di San Francesco

Spettacolo

7. Cast artistico

Del casting fanno parte i relatori che prendono parte al convegno (filosofi, storici, sociologi, scrittori, giornalisti e artisti), gli scrittori invitati agli incontri letterari (John Fante e Kym Ragusa), oltre ai musicisti e ai gli artisti degli spettacoli che si alterneranno nel corso dell'evento (Ensemble Micrologus – Daniele Sepe & Art Ensemble of Soccavo / Quartetto Savinio - Sandro Cappelletto / Ensemble InCanto – Alda Caiello / Goran Bregovic / Kocani Orchestra meets Paolo Fresu & Antonello Salis / Orchestra giovanile Collegium Philharmonicum / Michele Ascolese & Iguazù Project / Toni Servillo / Paolo Bonacelli).

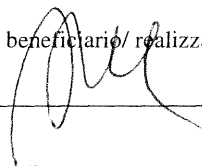
Tutti gli artisti si confronteranno nelle diverse interpretazioni della memoria storico-culturale del territorio.

8. Direttore scientifico

Domenico De Masi è professore ordinario, titolare della Cattedra di Sociologia del Lavoro presso l'Università "La Sapienza" di Roma.

Fondatore e Direttore Scientifico della S3.Studium Srl, società di consulenza organizzativa per la ricerca, la comunicazione e la formazione.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



Presidente della Fondazione Ravello. E' stato preside della Facoltà di Scienze della Comunicazione presso l'Università "La Sapienza" di Roma; presidente nazionale dell'In/Arch, Istituto Nazionale Architettura; dell'AIF, Associazione Italiana Formatori; della SIT, Società italiana telelavoro.

E' stato manager e dirigente d'azienda (Finsider, CMF-Finsider, Ifap-Centro Iri per lo studio delle funzioni direttive aziendali).

Ora si dedica all'insegnamento universitario, alla formazione e alla ricerca socio-organizzativa nelle maggiori imprese italiane e brasiliane.

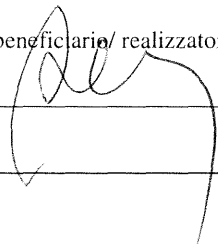
Da solo o in collaborazione, ha pubblicato numerosi saggi di:

- Sociologia urbana e dello sviluppo, tra cui *La negazione urbana* (1971), *Napoli e la questione meridionale* (2005).
- Sociologia del lavoro e dell'organizzazione, tra cui *Sociologia dell'azienda* (1973); *I lavoratori nell'industria italiana* (1974); *Trattato di sociologia del lavoro e dell'organizzazione* (1985-87); *Il lavoratore post-industriale* (1985); *Sviluppo senza lavoro* (1994); *Il futuro del lavoro* (1999 e 2007).
- Sociologia delle organizzazioni creative, tra cui *L'emozione e la regola. I gruppi creativi in Europa dal 1850 al 1950* (1990 e 2005); *La fantasia e la concretezza. Creatività individuale e di gruppo* (2003).
- Sociologia dei macro-sistemi, tra cui *L'avvento post-industriale* (1985); *L'ozio creativo* (1995); *Non c'è progresso senza felicità* (2004).
- Dirige la rivista NEXT. Strumenti per l'innovazione.
- E' membro del comitato Scientifico delle riviste *Sociologia del lavoro*.
- Collabora con alcuni dei maggiori quotidiani e periodici italiani.

9. Coerenza del progetto con l'idea forza della Stagione "Estate 2010: La riscoperta del patrimonio culturale"

Il progetto intende essere un momento di confronto di esperienze creative differenti che si intrecciano e si amplificano in un progetto comune teso a promuovere la storia dei luoghi e le radici degli abitanti. Si intende recuperare e stimolare la memoria delle persone ed in

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



particolar modo quella dei giovani, rintracciando interazioni tra storia e tradizioni. Si intende recuperare e rafforzare l'identità locale e il sentimento di appartenenza alla comunità locale attraverso la creazione di nuovi legami fra gli abitanti e la valorizzazione delle risorse culturali ed ambientali rintracciando interazioni tra cultura e storia

10. Piano di comunicazione dell'evento

Le attività di comunicazione organizzate dal piano partono dall'inizio di luglio 2010.

I mezzi di comunicazione di massa sono utilizzati per pubblicizzare sia il programma nel suo complesso che gli eventi specifici.

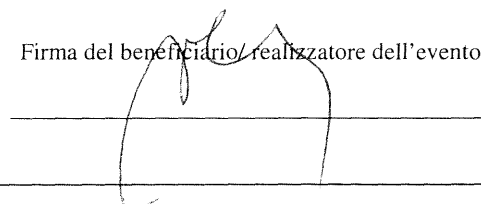
Grande importanza è stata data alla campagna di affissioni ed è pianificata una presenza del "Sannio" sulle pagine dei giornali specializzati e nelle trasmissioni televisive e radiofoniche che andranno in onda a livello locale e regionale.

È prevista una conferenza stampa di presentazione delle attività ed un convegno.

I mezzi impiegati sono i seguenti:

- Ufficio Stampa: contatti con televisione, radio, quotidiani e periodici, rispetto ai quali è prevista l'attività di pubblicità a supporto.
- Eventi: Convegno di presentazione del progetto.
- Pubblicità: radiofonica, televisiva, rete internet e cartellonistica.
- Affissioni: manifesti, locandine, stendardi, vele (all'immediata vigilia e nel corso della manifestazione).
- Inserzioni: Inserzioni pubblicitarie e banner ai fini promozionali: Il Mattino, la Repubblica, Il Sole 24 Ore, Corriere del Mezzogiorno, il Sannio, il Quaderno, Gazzetta di Benevento,.
- Supporti editoriali: produzione di materiale informativo e divulgativo costituito da cartoline, realizzazione video dell'evento, poster, brochure, flyers, inviti.

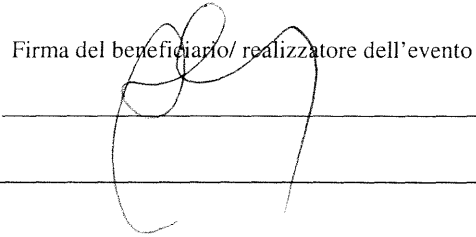
Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



Quantità prodotti e tempi di diffusione/Permanenza

PRODOTTI	QUANTITA'	TEMPI DI DIFFUSIONE	TEMPI DI PERMANENZA
Brochure	3.000	luglio/agosto/settembre	3 mesi
Cartoline	9.000	luglio/agosto/settembre	3 mesi
Manifesti (70x100cm)	600	luglio/agosto/settembre	3 mesi
Manifesti (3x6m)	12	luglio/agosto/settembre	2 manifesti luglio 2 manifesti agosto 2 manifesti settembre
Vele (4x3)	6	luglio/agosto/settembre	2 vele luglio 2 vele agosto 2 vele settembre
Inserzioni pubbлицarie	45 uscite: 1 pagina e 1/2 pagina quotidiani locali e nazionali	luglio/agosto/settembre	1 giorno ognuna
Banner sul web	24	luglio/agosto/settembre	3 mesi
Sito Internet	2 www.artsanniocampania.it www.comune.montesarchio.bn.it	luglio/agosto/settembre	3 mesi

 Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



11. Piano di marketing – attività di veicolazione dell’offerta con il coinvolgimento degli operatori turistici

Il piano di marketing previsto dall’evento, consiste nella sistematica progettazione, raccolta, analisi e presentazione dei dati e delle informazioni rilevanti, tali da creare una specifica linea da seguire per garantire le finalità più comuni come la determinazione delle caratteristiche e delle potenzialità del mercato, l’analisi delle vendite e della quota di mercato, le previsioni di breve e di lungo termine, gli studi sul potenziale dei nuovi turisti fruitori del segmento culturale.

12. Cronogramma dell’evento

Il cronogramma dell’evento, rappresentato graficamente nel sottostante diagramma, è articolato tenendo conto delle seguenti azioni:

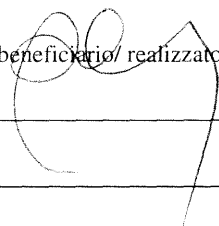
AZIONE	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE
Attività di comunicazione			
Affidamento degli incarichi e delle forniture			
Svolgimento della manifestazione			
Rendicontazione			

ANALISI DELLA DOMANDA

13. Capacità dell’evento di attrarre significativi flussi turistici

I dati riguardanti il turismo sono scarsi e poco attendibili (e ciò fornisce un ulteriore indicatore dello stato organizzativo del settore). Comunque, i flussi già scarsi sono ulteriormente diminuiti a causa della crisi in atto: meno turisti e vacanze più brevi, con scarso aumento delle strutture alberghiere.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell’evento



Il problema socio-economico del Sannio, dunque, sta nella capacità di far prevalere una scelta strategica, finalmente a favore in equivoco del turismo di qualità. Da ora in poi il Sannio e Montesarchio debbono fare nel settore turistico ciò che molte aziende italiane hanno saputo fare nel settore vinicolo: che con l'aumento di prodotti DOC e DOCG ha consentito di aumentare il fatturato del 260%.

Il progetto si prefigge di offrire varia un'alternativa turistica attraente per tutte le fasce di età e si presta ad assicurare un incremento della durata dei soggiorni contrastando la consuetudine del "mordi e fuggi" tipica dell'area.

14. Tipologia dei destinatari

Destinatari dell'evento sono principalmente i flussi turistici di provenienza interna ed extra-regionale, veicolati attraverso più canali: quello del turismo di massa e la fascia del turismo di livello medio, che già vorrebbe i servizi del turismo di élite ma non ha ancora le risorse sufficienti per acquistarli. Si tratta di un 40% del totale, consapevole dei vantaggi offerti dall'area prescelta ma non ha i soldi e il tempo necessari per goderli. In questa fascia rientra parte del turismo d'affari, soprattutto attraverso le convention di rappresentanti, venditori, manager, professionisti. Spesso consiste in famiglie giovani, composte da genitori sufficientemente colti, che debbono contemperare le esigenze proprie con quelle dei figli ancora piccoli.

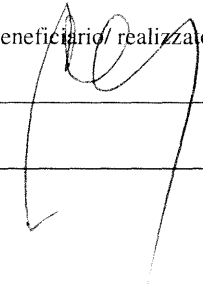
Le motivazioni dell'incoming di provenienza extra-regionale saranno la "scoperta del territorio", quindi un misto di interessi di natura culturale e di natura ambientale che riguarda tutte le fasce di età.

15. 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'impatto che ci si attende, nel breve e nel lungo termine, in seguito all'attuazione del Progetto e delle sue azioni si profila come estremamente importante. Si possono

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



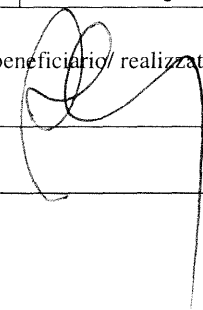
prevedere effetti positivi a diversi livelli ed in particolare relativamente al rafforzamento dell'immagine territoriale; al rafforzamento del sistema integrato di offerta nonché delle relazioni tra soggetti territoriali pubblici e privati.

FATTIBILITÀ FINANZIARIA

16. Quadro economico dell'intervento

Quadro economico generale FORCHE CAUDINE 2010					
N° ordine	Descrizione	Unità di misura	Costo unitario	Quantità	Totale
a)	PERSONALE/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITÀ DI ASSISTENZA TECNICA ED ORGANIZZATIVA, CONSULENZA SPECIALISTICA, ECC. (IVA ed oneri previdenziali inclusi)				
1	Personale adibito ad attività di assistenza tecnica ed organizzativa, consulenza	a corpo	€ 39.480,00	1	€ 39.480,00
TOTALE a)					€ 39.480,00
b)	TRASFERTE PER IL PERSONALE, I CONSULENTI E GLI ARTISTI				
1	Trasferte, vitto e alloggio per il personale, i consulenti e gli artisti	a corpo	€ 25.000,00	1	€ 25.000,00
TOTALE b)					€ 25.000,00
c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE				
1	Concerti, spettacoli, convegni e mostre	a corpo	€ 100.000,00	1	€ 100.000,00
2	Allestimenti tecnici, allestimenti scenografici, service audio-luci, utenze straordinarie, SIAE	a corpo	€ 80.600,00	1	€ 80.600,00
3	Spazi publireddazionali su quotidiani, periodici e riviste, programmazione spot e radiocomunicati	a corpo	€ 41.000,00	1	€ 41.000,00
4	Manifesti, locandine, brochure ed inviti	a corpo	€ 25.000,00	1	€ 25.000,00

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



TOTALE c)					€ 246.600,00
d)	ALTRE CONSULENZE (IVA ed oneri previdenziali inclusi)				
1	Direttore scientifico	a corpo	€ 10.000,00	1	€ 10.000,00
2	Curatore artistico	a corpo	€ 15.000,00	1	€ 15.000,00
TOTALE d)					€ 25.000,00
QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO					
a)	PERSONALE/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA ED ORGANIZZATIVA, CONSULENZA SPECIALISTICA, ECC.				€ 39.480,00
b)	TRASFERTE PER IL PERSONALE, I CONSULENTI E GLI ARTISTI				€ 25.000,00
c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE				€ 246.600,00
d)	ALTRE CONSULENZE				€ 25.000,00
h)	IVA 20% su voci c)				€ 49.320,00
TOTALE PROGETTO					€ 385.400,00
Totale a carico della Regione Campania					€ 310.400,00
Totale a carico della Provincia di Benevento					€ 50.000,00
Totale a carico Comune di Montesarchio					€ 25.000,00

17. Coerenza con l'obiettivo Operativo 1.12

Il progetto, in coerenza con l'Obiettivo Operativo 1.12, intende realizzare una campagna di comunicazione e un'attività di directe trade marketing per la promozione dell'immagine e dell'offerta turistica del territorio sannita, contribuendo così a determinare il riequilibrio delle presenze nelle aree interne della Regione.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



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

RISORSE	I ANNO	%
Regionali	310.400,00	80%
Provinciali	50.000,00	13 %
Comune di Montesarchio	25.000,00	7 %
TOTALE GENERALE	385.400,00	100%

19. 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 entrate pertanto si omette l'analisi finanziaria.

RISULTATI ATTESI

17. Risultati attesi

Il risultato atteso è la partecipazione che crea coinvolgimento, integrazione e piacere personale. Ciò mediante la riproduzione del segmento gioco e l'attrazione storico/culturale che induce un sentimento di integrazione (non-estraneità) del visitatore nel contesto. In questo modo si favorisce la presentazione e la promozione turistica del territorio, valorizzandone le sue risorse artistiche e naturali, senza perdere di vista il miglioramento delle sinergie tra i diversi settori impegnati sullo sviluppo dell'attrattività turistica locale.

Si prevede quindi, che il progetto possa avere esiti ed effetti positivi, conformemente alla sua strutturazione ed articolazione:

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

Esito delle iniziative turistiche

La realizzazione di un insieme di offerte che metta in rete i diversi attori dei percorsi storico - spettacolari individuati, permetterà un ulteriore sviluppo di sinergie tra i diversi settori di offerta a supporto della valorizzazione delle sue risorse naturali e culturali.

Effetti sull'offerta turistica

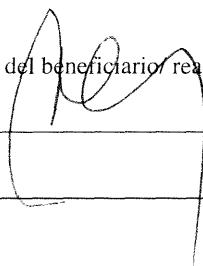
L'intervento condurrà alla creazione di un sistema di offerta turistica rispondente alla domanda di un turismo evoluto.

L'impatto che ci si attende, nel breve e nel lungo termine, in seguito all'attuazione del Progetto e delle sue azioni si profila come estremamente importante. Si possono prevedere effetti positivi a diversi livelli:

- rafforzamento dell'immagine territoriale attraverso azioni di comunicazione efficaci
- rafforzamento del sistema integrato di offerta (turismo d'arte, ambientale, enogastronomico, culturale)
- rafforzamento delle relazioni tra soggetti territoriali pubblici e privati
- rafforzamento delle professionalità degli attori dell'ospitalità locali
- rafforzamento del sistema economico e produttivo locale
- recupero e valorizzazione del patrimonio storico-artistico-culturale del Comune di Montesarchio;
- rafforzamento dell'identità locale e del sentimento di appartenenza alla comunità locale attraverso la creazione di nuovi legami fra gli abitanti locali e la valorizzazione delle risorse culturali ed ambientali;
- stimolo della mobilità dei turisti sul territorio campano e la fruizione delle differenti risorse territoriali.

I risultati attesi riguardano la valorizzazione turistica dell'area attraverso la promozione e valorizzazione della storia e delle tradizioni locali che rappresentano un fattore di sviluppo importante per il territorio. Inoltre, tale proposta progettuale, mirando a far emergere le

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



specificità del Comune di Montesarchio in un'ottica di sistema integrato regionale, risulta coerente con gli orientamenti regionali per uno sviluppo policentrico della Campania.

I benefici sono molteplici e sono tutti quelli legati allo sviluppo turistico: l'organizzazione di tali eventi porterà ad un'immediata ricaduta su tutte le strutture legate all'ospitalità, al commercio, alle aziende di servizio, 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 sua provincia, 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.

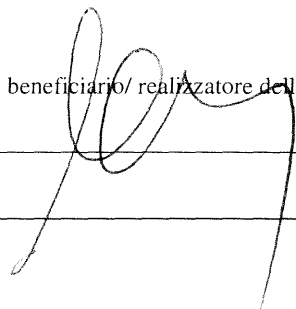
- grado di soddisfazione dei turisti

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.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



- 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

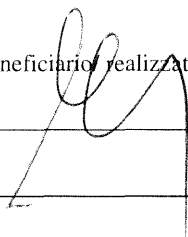
18. Quantificazione e stima degli impatti attesi

La possibilità, per il progetto proposto, di creare valore economico per il territorio e per le imprese che in esso operano deriva dalla realizzazione puntuale di tutte le tappe proposte al fine di giungere ad un'offerta turistica ricca e qualificata.

Fondamentale a questo proposito è:

- un'attività di creazione progressiva di senso e di conoscenza attorno al bene culturale come premessa per la costruzione di esperienze di visita complete (utilizzando a tal fine sia i canali di comunicazione tradizionali, sia canali innovativi connessi con lo sviluppo della società dell'informazione);
- la realizzazione di servizi di qualità che completino l'esperienza di visita, rendendola piacevole e arricchente anche negli aspetti non culturali (determinando, a tal fine, un effettivo monitoraggio del livello minimo dei servizi turistici offerti);

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



- la forte sinergia tra pubblico e privato e, contemporaneamente, la possibilità per il privato di “fare rete”, cogliendo attraverso il network quelle opportunità che, altrimenti, rimarrebbero al di fuori della portata dei singoli operatori.

Per la realizzazione del progetto si renderà necessario costituire un gruppo di lavoro multidisciplinare che permetterà la nascita di nuove professionalità e la riqualificazione di quelle già esistenti. In particolare, si conta sulla individuazione di figure che possano ricoprire – per la durata del progetto – le seguenti figure professionali: scenografo – direzione tecnica – addetto alla segreteria organizzativa - addetto alle attività di marketing – scenotecnico – costumista – truccatore/parrucchiere – tecnico audio/video – operatore culturale.

L'intervento offre la possibilità di favorire la riqualificazione di molti operatori nei settori turistico e culturale. Si prevedono impatti sulle pari opportunità in quanto i criteri di selezione delle risorse umane garantiranno la partecipazione al gruppo di lavoro di un'equa percentuale di professionalità femminili.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

