

J.E. 9  
IMMEDIATA ESECUTIVITÀ

La presente deliberazione viene affissa il 15 GEN. 2007 all'Albo Pretorio per rimanervi 15 giorni



## PROVINCIA di BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale n. 17 del 12 GEN. 2007

**Oggetto:** *POR Campania Mis. 4.7. Iniziative turistiche "Eventi in ... Campania", annualità 2007. Approvazione Progetto Esecutivo "In@Natura - Itinerari del Gusto" 2^ edizione.*

L'anno duemilasette il giorno Dodici del mese di Gennaio  
presso la Rocca dei Rettori si è riunita la Giunta Provinciale con l'intervento dei Signori:

1) On.le Carmine	NARDONE	- Presidente	_____
2) Dr. Pasquale	GRIMALDI	- Vice Presidente	_____
3) Rag. Alfonso	CIERVO	- Assessore	<u>ASSENTE</u>
4) Ing. Pompilio	FORGIONE	- Assessore	_____
5) Dr. Pietro	GIALLONARDO	- Assessore	_____
6) Dr. Giorgio C.	NISTA	- Assessore	_____
7) Dr. Carlo	PETRIELLA	- Assessore	<u>ASSENTE</u>
8) Dr. Rosario	SPATAFORA	- Assessore	<u>ASSENTE</u>
9) Geom. Carmine	VALENTINO	- Assessore	<u>ASSENTE</u>

Con la partecipazione del Segretario Generale dr. Gianclaudio IANNELLA \_\_\_\_\_

L'ASSESSORE PROPONENTE - dr. Giorgio Carlo NISTA - \_\_\_\_\_

### LA GIUNTA

Preso visione della proposta del Settore Servizi ai Cittadini, istruita dal responsabile dell'Ufficio "Turismo", dr. Luigi Insogna, qui di seguito trascritta :

#### PREMESSO

che la Giunta Regionale della Campania, con deliberazione n. 791 del 16 giugno 2006, ha approvato i criteri per la selezione di Progetti promozionali in materia turistica "Eventi in... Campania", finalizzati alla definizione del Programma di eventi promozionali di risonanza nazionale ed internazionale per l'annualità 2007;

che in relazione all'Avviso Pubblico per la Selezione delle iniziative turistiche di rilevanza nazionale ed internazionale "Eventi in... Campania", pubblicato sul B.U.R.C. n. 28 del 26 giugno 2006, la Provincia di Benevento ha presentato il progetto "In@Natura - Itinerari del Gusto" 2^ edizione, approvato con delibera di G.P. n. 459 del 21.07.06, per un importo complessivo di € 1.019.830,00, di cui € 305.949,00 pari al 30% a carico del bilancio Provinciale ed € 713.881,00 pari al 70% a carico della Regione Campania;

che la Regione Campania, con nota prot. n. 1010149 del 2006, ha comunicato che con decreto dirigenziale n. 531 del 20 ottobre 2006 è stato approvato l'elenco finale dei progetti ammissibili a contributo in esito alla selezione "Eventi in... Campania" e che il progetto "In@Natura - Itinerari del Gusto" 2^ edizione si è collocato nella graduatoria finale in posizione utile per ottenere il finanziamento richiesto di € 713.881,00;

**CONSIDERATO** che la Regione Campania, con la suddetta nota prot. n. 1010149 del 2006, ha comunicato che la formale ammissione a finanziamento, pari ad € 713.881,00, è subordinata all'inoltro da parte di questa Provincia del provvedimento di approvazione del progetto esecutivo "In@Natura - Itinerari del Gusto" 2^ edizione nonché di ulteriore documentazione amministrativa;

**VISTO** il Progetto "In@natura - Itinerari del gusto" 2^ edizione rimodulato trasmesso dall'Agenzia "Art Sannio Campania" s.c.p.a. con nota prot. n. 742 del 10.01.07;

**RILEVATO** che il Progetto "In@natura - Itinerari del gusto" 2^ edizione trasmesso dall'Agenzia "Art Sannio Campania" s.c.p.a. prevede delle variazioni che non modificano la natura del progetto originario né l'importo complessivo dello stesso;

**PRESO ATTO CHE :**

la Regione Campania e la Provincia di Benevento, in attuazione alle deliberazioni di Giunta Regionale n. 926/2004 e di Consiglio Provinciale n. 13/2004, hanno costituito l'Agenzia "Art Sannio Campania" s.c.p.a., società *in house providing*, costituita esclusivamente di capitale pubblico (51% Provincia di Benevento e 49% Regione Campania), con specifiche funzioni di supporto e coordinamento delle attività di valorizzazione e promozione dei servizi culturali;

la complessità e l'immediatezza degli interventi da porre in essere rende necessario che la gestione degli stessi venga affidata ad un organismo qualificato nell'organizzazione e nella gestione di tali iniziative;

l'articolo 6, Titolo I, della Direttiva 92/50/CEE del Consiglio della Comunità Europea del 18 giugno 1992 stabilisce che la direttiva relativa alle procedure di aggiudicazione degli appalti pubblici di servizi non si applica agli appalti pubblici di servizi aggiudicati ad un ente che sia esso stesso un'amministrazione ai sensi dell'articolo 1, lettera b) che a sua volta definisce "amministrazioni aggiudicatrici" lo Stato, gli enti locali, gli organismi di diritto pubblico, le associazioni costituite da detti enti od organismi di diritto pubblico;

Esprime parere favorevole circa la regolarità tecnica della proposta.

Li \_\_\_\_\_

Il Dirigente del Settore  
SERVIZI AI CITTADINI  
( dr.ssa Patrizia Taranto )

Esprime parere favorevole circa la regolarità contabile della proposta,

Li \_\_\_\_\_

Il Dirigente del Settore  
FINANZE E CONTR. ECONOMICO  
( dr. Sergio Muollo )

## LA GIUNTA

Su relazione dell'Assessore al Turismo dr. Giorgio Carlo Nista

A voti unanimi

## DELIBERA

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

1. **approvare** l'allegato Progetto Esecutivo "In@natura - Itinerari del gusto" 2<sup>a</sup> edizione, completo del Piano della Comunicazione e del Piano Finanziario, per un importo complessivo di € 1.019.830,00, di cui € 305.949,00 pari al 30% a carico del bilancio Provinciale ed € 713.881,00 pari al 70% a carico della Regione Campania;
2. **affidare** all'Agenzia "Art Sannio Campania" s.c.p.a., società *in house providing* costituita da Regione Campania e Provincia di Benevento, la realizzazione del progetto "In@Natura - Itinerari del Gusto" 2<sup>a</sup> edizione per un importo complessivo di € 1.019.830,00;
3. **dare atto** che la quota di finanziamento posta a carico della Provincia, pari a € 305.949,00, sarà prevista nel bilancio di previsione per l'esercizio 2007 in corso di redazione;
4. **dare atto** che l'erogazione delle somme afferenti alla quota di cofinanziamento a carico della Provincia potrà avvenire successivamente all'approvazione del bilancio di previsione 2007, mentre l'erogazione delle somme afferenti al finanziamento regionale potrà avvenire subordinatamente all'accreditamento del finanziamento regionale stesso
5. **onerare** il Dirigente Settore Servizi ai Cittadini dei provvedimenti consequenziali.

Verbale letto, confermato e sottoscritto

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
(Dr. Gianclaudio IANNELLA)

**IL PRESIDENTE**  
(On. Carmine NARDONE)

N. 54 **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** 15 GEN. 2007

**IL MESSO**  
*[Signature]*

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
(Dott. Gianclaudio IANNELLA)

La suesata deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio in data 15 GEN 2007 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.

31 GEN. 2007

li \_\_\_\_\_

**IL RESPONSABILE DELL'UFFICIO**

**IL SEGRETARIO GENERALE**

*[Signature]*

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
(Dott. Gianclaudio IANNELLA)

Si certifica che la presente deliberazione è divenuta esecutiva ai sensi del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267 il giorno 31 GEN 2007

- 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, 31 GEN 2007

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
**IL SEGRETARIO GENERALE**  
(Dott. Gianclaudio IANNELLA)

Copia per		
SETTORE <i>Sezioni Giudiziali</i>	<i>375</i> <i>16-1-07</i>	prot. n. <i>Es 1008</i>
SETTORE <i>Finanze e CE</i>	}	prot. n. <i>2.2.07</i>
SETTORE _____		prot. n. _____
Revisori dei Conti		prot. n. _____
× Nucleo di Valutazione		prot. n. _____
× Conferenza dei Capigruppo	<i>16-1-07</i>	prot. n. _____



# PROVINCIA di BENEVENTO

Settore Servizi ai Cittadini

Servizio Affari Generali

Prot. n. 343.....

Benevento, li..... **16 GEN. 2007**

U.O.: GIUNTA/CONSIGLIO

*El WOSTA*

AL DIRIGENTE DEL SETTORE  
FINANZA E CONTROLLO  
ECONOMICO

AL PRESIDENTE  
NUCLEO DI VALUTAZIONE  
SEDE

**Oggetto:** Delibera G.P. n. 17 del 12.1.2007 ad oggetto: "POR CAMPANIA MISURA 4.7. - Iniziative turistiche "Eventi in .... Campania", annualità 2007 - Approvazione Progetto Esecutivo "In@Natura - Itinerari del Gusto" 2<sup>a</sup> Edizione".-

Per quanto di competenza si rimette copia estratto della delibera indicata in oggetto, immediatamente esecutiva.

IL DIRIGENTE DEL SETTORE  
- Dr. ssa Patrizia TARANTO -

*gpc*



REGIONE CAMPANIA



UNIONE EUROPEA

## **REGIONE CAMPANIA**

### **ASSESSORATO AL TURISMO ED AI BENI CULTURALI**

Programmazione degli interventi promozionali per l'incremento  
in Campania dei flussi turistici italiani ed esteri per l'annualità  
2007

**"Eventi in..... CAMPANIA"**

**in@natura** ITINERARI DEL GUSTO – 2<sup>a</sup> edizione



Provincia di Benevento

In collaborazione con :



Parco Regionale del Partenio



**L'ITALIA DEI  
PARCHI**

WWF ITALIA – Oasi di Pannarano

# INDICE

Introduzione	p.1
Finalità ed Obiettivi	p.2
I Destinatari e mercato di riferimento	p.8
Tempi di attuazione	p.9
Cronoprogramma date e luoghi di svolgimento	p.10
Descrizione degli eventi e modalità organizzative	p.11
"Convegno inaugurale e concorso" .....	p.11
"Escursioni e forti emozioni".....	p.12
"Prima borsa del turismo ambientale".....	p.17
"Colori sonori".....	p.17
"Falanghina Felix".....	p.19
"Le vie del grano e dei mulini ad acqua".....	p.21
"Vinalia".....	p.25
"Festa del Vino".....	p.30
"Vinestate".....	p.35
"Festa dell'Uva".....	p.37
"Convegno conclusivo-premiazioni concorso"...	p.40
Professionalità impiegate	p.41
Il Direttore Artistico	p.42
Il Responsabile tecnico	p.42

Risultati attesi	p.43
<b>Piano di comunicazione (allegato 1)</b> Analisi dello scenario.....p.44  Descrizione delle azioni di comunicazione.....p.45 Obiettivi strategici delle azioni di comunicazione.....p.46 Destinatari delle azioni di comunicazione..... p.46 Gli strumenti e i media da utilizzare..... p.47 I metodi di verifica e di misurazione dei risultati prefissati.....p.48 Quadro economico..... p.49	p.44
<b>Piano Finanziario (allegato 2)</b>	p.50



# PROVINCIA di BENEVENTO

## EVENTI IN ... CAMPANIA “In@natura - itinerari del gusto” 2<sup>a</sup> edizione

### INTRODUZIONE

Nella splendida cornice del Sannio, in Campania, da febbraio ad ottobre, la 1° Borsa del Turismo Ambientale, degustazioni ed incontri culturali, intrattenimenti sportivi e musicali per grandi e piccini.

La Provincia di Benevento conferma la volontà di rilanciare l'immagine del proprio territorio, ricca di tradizioni e testimonianze, con la seconda edizione del progetto “*in@natura: itinerari del gusto*” attraverso un programma che individua un'ampia gamma di attività: convegni su tematiche ambientali e progetti di educazione ambientale, degustazioni guidate, concerti all'insegna di incontri culturali multietnici; pacchetti turistici finalizzati alla scoperta delle bellezze della zona; escursioni nei parchi naturali e, per la prima volta, l'organizzazione della Borsa del Turismo Ambientale.

L'evento è realizzato dalla Provincia di Benevento, in partenariato con il Parco Regionale del Partenio e la collaborazione del WWF – Oasi di Pannarano.

## 1. Finalità ed obiettivi

L'obiettivo è quello di dare continuità all'evento ideato per l'annualità 2006 che si è collocato nella programmazione regionale e provinciale quale occasione di promozione del territorio del Partenio e del Sannio ed, allo stesso tempo, di arricchirne immagine e contenuti con l'organizzazione di una Borsa del Turismo Ambientale sulla base di un'attenta analisi di quanto accade in realtà analoghe.

L'Italia è uno dei paesi che negli ultimi dieci anni ha dato il maggior contributo in Europa allo sviluppo di un sistema di aree protette, passando dal 3% ad oltre il 10% di territorio protetto, rappresentativo del suo patrimonio di diversità biologica, culturale e paesistica. Questo obiettivo è stato raggiunto grazie ad un progetto di conservazione innovativo nella sua apertura alla società, radicato nel territorio e orientato alle più avanzate strategie internazionali di tutela e di valorizzazione delle risorse naturali. L'idea vincente del progetto risiede nell'aver individuato come aspetti fondamentali del progetto stesso elementi quali il protagonismo della dimensione sociale, la costruzione di reti di cooperazione tra istituzioni e corpi sociali, l'individuazione di corridoi ecologici e l'avvio di progetti di vasta area. Tra questi si ricordino i progetti strategici per i grandi sistemi ambientali quali *APE - Appennino Parco d'Europa*, *ITACA - la rete delle aree marine protette delle isole minori* o *CIP - Coste Italiane Protette*, tutti progetti mirati al consolidamento e rafforzamento della Rete Ecologica Nazionale.

Tali progetti dimostrano che le aree protette servono sì, a proteggere gli ecosistemi più delicati e preziosi, ma sono anche uno strumento formidabile per creare sviluppo e lavoro in settori strategici e oggi molto penalizzati, come il turismo, l'agricoltura, l'artigianato e la gestione dei beni culturali.

Questi progetti, poi, hanno contribuito alla nascita di campagne "storiche" di ampia diffusione popolare tra le quali: **Goletta Verde** che promuove anche le aree marine protette con **Profondo Blu**; **Salvalarte** per la tutela e il recupero del patrimonio culturale; **Spiagge e Fondali Puliti**; **Puliamo il Mondo**, nelle aree protette ribattezzato **Puliamo il Parco**; **In fondo al Mar e Li Voglio Vivi** per la valorizzazione delle risorse delle aree marine protette; **Piccolagrandeitalia** finalizzata all'approvazione della proposta di legge in favore dei piccoli comuni; la **Campagna nazionale anti-incendio boschivo** condotta in diversi parchi nazionali.

Numerose ancora le iniziative sorte per la valorizzazione delle produzioni di qualità come **l'Atlante dei prodotti tipici dei parchi italiani** e **Le Lane dei Parchi**, per la promozione delle razze ovine autoctone. Iniziative finalizzate alla promozione dello sviluppo sostenibile a partire proprio dalle aree protette: **Autostrada dei parchi**, un progetto sulle arterie che collegano le aree protette abruzzesi; **Compagnia dei Parchi**, per un'ospitalità diffusa nelle aree protette; il **Sistema Informativo della Montagna** e la campagna **Vivere i Parchi** per l'adeguamento e il mantenimento dei servizi territoriali nelle aree interne del Paese; **Natura vicino a te**, che valorizza i parchi regionali; **Verso un parco a misura di bambino**, per stimolare l'attenzione delle aree protette verso i giovanissimi; **Cittadini dei Parchi** per l'aggiornamento dei funzionari della Pubblica Amministrazione nei parchi nazionali del centro-sud; **Energia dei Parchi**, il protocollo d'intesa firmato con Enel per la promozione delle fonti di energia rinnovabile, il progetto delle **Università del Paesaggio** e con la recente campagna, il progetto **Parchi Accessibili**, realizzato in collaborazione con il CTS a favore del turismo di qualità e senza barriere per i disabili. Molti infine i progetti finalizzati all'educazione ambientale come i **Centri di educazione ambientale**, il **Primo Forum delle scuole dei parchi**, il progetto **Mappa del Tesoro** e il progetto promosso con ALSIA, il Parco Nazionale del Pollino e l'IPAA di

Lagonegro per la ***promozione e valorizzazione dei prodotti dell'agricoltura eco-compatibile del Pollino.***

Tutto ciò ha contribuito, in questi ultimi anni, alla crescita dell'importanza delle motivazioni culturali e ambientali all'interno della domanda turistica e al conseguente sviluppo delle destinazioni che possano offrire uno spettro sufficientemente ampio di risorse culturali integrate da funzioni di tipo ricreativo e culturale.

“Turismo e ambiente” sono due termini ormai sistematicamente affiancati, che però ancora raramente riescono a coniugarsi felicemente. Il turismo nelle aree protette è una delle possibili strade da seguire: l'esperienza fornita da questo settore è senz'altro interessante e aiuta a capire quanto di questa realtà possa essere esportato in altri luoghi e come le modalità di turismo sostenibile possano influenzare le dinamiche del turismo tradizionale.

Osservato dal lato del processo produttivo (offerta turistica), il turismo appare come un settore economico complesso, un sistema costituito dall'integrazione di attività infrastrutturali, produttive e di servizio. Esso rappresenta, ormai, la principale attività economica a livello globale. Sposta 5 miliardi di persone ogni anno (oltre 600 milioni verso l'estero), occupa 230 milioni di persone a livello mondiale (1 ogni 15 lavoratori in tutto il mondo) ed è destinato a crescere esponenzialmente nei prossimi decenni, favorito dallo sviluppo di trasporti e comunicazioni (stime dell'OMT indicano una crescita del 5-6% degli arrivi internazionali fino al 2010). Dell'intero movimento l'Europa copre il 60%, occupando oltre 22 milioni di persone, con un'incidenza delle attività turistiche sul PIL europeo pari al 14%. L'Italia attira il 5,5% dell'intero flusso, con circa 33 milioni di arrivi ogni anno.

Un fenomeno particolarmente rilevante che emerge dai dati italiani relativi all'ultimo decennio, concerne la dinamica della consistenza delle strutture ricettive. Al

Il processo di sviluppo dell'economia italiana, a partire dal dopoguerra, si è accompagnato a una continua crescita del commercio, degli alberghi e di tutto l'indotto che ruota attorno al business turistico. Per il nostro paese la quota del settore all'interno del Pil è quantificata in circa 112.000 miliardi di valore aggiunto pari al 5,7% del Pil. In Italia si è generato un forte processo di terziarizzazione che ha coinvolto anche altri settori strategici, quali i Trasporti e le Comunicazioni. In questo contesto, gli effetti economici provenienti dal turismo internazionale sono molto significativi: il valore aggiunto imputabile a questo tipo di turismo è di circa 43 mila miliardi cui corrispondono circa 800 mila unità di lavoro. In Italia, attualmente, ogni 100 lavoratori quattro operano nel turismo e, secondo recenti stime per i prossimi anni, su 100 lavoratori gli addetti al turismo dovrebbero arrivare ad essere ben 7. Numerose ricerche, inoltre, indicano come la generazione di posti di lavoro nel turismo richieda un investimento più basso rispetto all'industria e al terziario avanzato, con una capacità di creare occupazione che beneficia anche della rilevante occupazione indotta nei settori collegati. L'individuazione di numerosi profili professionali per il futuro disegna l'immagine di un sistema fortemente dinamico e con posti di lavoro ad elevata produttività.

Le scelte turistiche dei prossimi anni vedranno l'affermarsi dei pacchetti oggi ancora emergenti, quali turismo d'avventura, le crociere, ma anche l'ecoturismo, il turismo culturale e i parchi a tema, questi ultimi più orientati ai principi della sostenibilità. La localizzazione su un territorio unico per risorse storiche ed artistiche, conservate ed alimentate da un legame strettissimo tra popolazione e territorio, ha fornito all'industria italiana della vacanza un vantaggio competitivo eccezionale al punto che la scarsa cura del paesaggio, che ha contraddistinto la recente storia del nostro paese, ha soltanto marginalmente influito sulle dinamiche del prodotto lordo del sistema.

La risorsa ambiente, che include anche tradizioni, costumi e usi locali, è uno straordinario valore aggiunto assolutamente gratuito per l'industria turistica italiana che troppo spesso invece ha contribuito a degradarlo. Se infatti è vero che la pressione imputabile alla domanda dipende, per un parte, dalle modalità di consumo del servizio turistico (dal comportamento del turista), dall'altra le strategie di intermediazione tra la domanda e l'offerta turistica (ruolo delle agenzie di viaggio e dei tour operators) influenzano enormemente la direzione, la dimensione e l'intensità degli spostamenti sul territorio.

Pertanto, ai fini del miglioramento della posizione competitiva del sistema turistico campano, i punti strategici sui quali si è già puntato nella prima edizione di "IN@NATURA - itinerari del gusto" sono i seguenti:

- a) Crescente importanza delle motivazioni eno-gastronomiche come elemento determinante della domanda turistica
- b) Integrazione dell'offerta del turismo eno-gastronomico con le risorse culturali e paesaggistiche del territorio
- c) Disponibilità di un patrimonio attrattivo ampio e diversificato capace di soddisfare le più diverse esigenze del turismo internazionale
- e) Espansione della propensione turistica a scala internazionale con la possibilità di acquisire posizioni di prestigio su nuovi mercati e consolidare ulteriormente la competitività maturata su mercati turistici già sviluppati
- f) Sviluppo del turismo legato al benessere fisico e mentale con notevoli opportunità anche per le aree interne attualmente ancora poco sviluppate
- g) Crescente richiesta da parte della domanda di strutture ricettive di tipo complementare possibilmente integrate nel tessuto insediativo dei centri storici o nelle aree rurali

h) Crescente valenza attrattiva dell'artigianato artistico e delle produzioni tipiche con conseguenti opportunità per la Campania che di tali risorse è ricca

i) Crescente richiesta di fruizione "attiva" della vacanza, in senso ricreativo, sportivo e culturale-educativo e conseguenti opportunità per le destinazioni che possono costruire offerte basate su risorse ambientali e culturali

f) Creazione di una cooperazione progettuale ed esecutiva allo scopo di migliorare la qualità e modernizzare l'offerta di turismo eno-gastronomico tra i comuni interessati dal progetto, la Provincia di Benevento le associazioni Pro-Loco e le associazioni di settore.

Sulla scorta di tali considerazioni e con il bagaglio di esperienze della prima edizione si è deciso di organizzare una Borsa del Turismo Ambientale.

L'idea consiste nel regolare le attività del settore e definire un piano strategico integrato di comunicazione dell'offerta turistica.

### **1.1. I Destinatari e il mercato di riferimento**

Destinatari dell'EVENTO sono principalmente i flussi turistici di provenienza interna ed extra-regionale, veicolati attraverso più canali: quello del turismo scolastico-educativo con il coinvolgimento dei parchi delle altre regioni; quello del turismo naturalistico con il supporto di associazioni nazionali, quali il CAI ed il WWF, nonché di aziende specializzate nel settore dell'escursionismo; quello del turismo eno-gastronomico; quello del turismo culturale e religioso, con proposte di visite di siti archeologici ed architettonici "minori". Infine destinatari i giovani, trascinati dalle esplorazioni nella natura con eventi diurni e notturni ed incuriositi dall'incontro musicale con culture multietniche.

Le motivazioni dell'incoming di provenienza extra-regionale che, comunque, tenderà a concentrarsi nei mesi primaverili, estivi ed autunnali, saranno la "scoperta del

territorio”, quindi un misto di interessi di natura culturale, eno-gastronomica e di natura ambientale che riguarda tutte le fasce di età.

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

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

Una nicchia di mercato è dedicata al mercato internazionale principalmente più sensibile al turismo religioso ed ai riti tradizionali popolari e rappresentato dai nuclei di immigrati. A tale scopo si ipotizza, come nella prima edizione, la partecipazione a fiere estere quali ECHO MONTREAL, che attrae i numerosi visitatori tra la comunità canadese di origine sannita particolarmente motivata a riscoprire i territori dei loro avi.

## **2. Tempi di attuazione**

Le fasi relative alle modalità e tempi di attuazione per il raggiungimento degli obiettivi del progetto e implementazione dei contenuti di in@natura possono essere così riassunte:

### Fase preparatoria

GENNAIO 2007 – Attività di ideazione esecutiva, contenuti e servizi

### Fase esecutiva

FEBBRAIO – MARZO 2007 - Attività di predisposizione e realizzazione degli strumenti operativi progettati

APRILE - NOVEMBRE 2007 – Attività di realizzazione esecutiva dei contenuti del progetto secondo il cronoprogramma

#### Fase finale

DICEMBRE 2007 – Analisi e verifica dei risultati raggiunti

### **3. Cronoprogramma date e luoghi di svolgimento**

**28 APRILE 2007 BENEVENTO – ROCCA DEI RETTORI**

**Convegno inaugurale – Presentazione Concorso “L’ambiente che vorrei”**

**DAL 7 MAGGIO 2007 AL 15 LUGLIO 2007 – OASI DEL WWF DI PANNARANO (BN)**

**“Escursioni e forti emozioni: viaggio sulle vette, nella profondità delle grotte ed alla ricerca del proprio IO interiore”**

**25-27 MAGGIO 2007 BENEVENTO – POLO MUSEALE DELLA TECNICA E DEL LAVORO IN AGRICOLTURA (BENEVENTO)**

**1° Borsa del Turismo Ambientale e Rurale**

**23 e 24 GIUGNO 2007 – FALANGHINA FELIX – SANT’AGATA dei GOTI**

**Rassegna regionale dei vini da uve falanghina**

**1 luglio - 15 agosto 2007 – LE VIE DEL GRANO E DEI MULINI AD ACQUA – MORCONE, PONTELANDOLFO, REINO, CERRETO SANNITA, FOGLIANISE, FRAGNETO L’ABATE, COLLE SANNITA**

**DAL 4 al 10 AGOSTO 2007 – VINALIA – GUARDIA SANFRAMONDI**

**Evento enogastronomico con percorsi del gusto, laboratori e convegni**

DAL 25 al 26 AGOSTO 2007 – LA FESTA DEL VINO – CASTELVENERE

**Itinerario “sotterraneo” del vino**

DAL 31 AGOSTO al 2 SETTEMBRE 2007 – VINESTATE – TORRECUSO

**Manifestazione artistico-culturale con spettacoli, concerti, mostre, convegni e appuntamenti con la gastronomia locale**

DAL 7 al 13 SETTEMBRE 2007 – FESTA DELL’UVA – SOLOPACA

**Manifestazione con sfilata di carri allegorici**

23 NOVEMBRE 2007– ROCCA DEI RETTORI - BENEVENTO

**Convegno conclusivo – Premiazioni concorso**

## **4.1. Descrizione degli eventi e Modalità organizzative**

### **4.1.1 CONVEGNO INAUGURALE E CONCORSO - Benevento, 28 aprile 2007**

CONVEGNO “ Turismo, ambiente e tradizioni”  
CONCORSO “L’ambiente che vorrei”

Giornata inaugurale della 2° edizione de “IN@NATURA - itinerari del gusto” sarà il Convegno che si terrà presso la sala conferenze della Rocca dei Rettori sui temi che hanno ispirato l’evento : “*Turismo, ambiente e tradizioni*” . Verrà illustrato il programma delle attività, gli obiettivi che si sono intesi perseguire coerentemente con le strategie poste in essere dall’Assessorato Regionale al Turismo ed i risultati attesi nella Provincia di Benevento.

In occasione del Convegno verrà lanciato il concorso “*L’ambiente che vorrei*” tra gli studenti delle scuole superiori del Sannio.

La campagna di marketing dell’intera iniziativa comprende la partecipazione alla ECHO ITALIA MONTREAL 2007, vetrina culturale e fieristica per le istituzioni

italiane ed il sistema economico del made in italy, che si terrà in Canada nel giugno 2007 sotto la regia della Camera di Commercio Italiana in Canada.

### Svolgimento dell'attività

- 01/03: Conferimento incarico al consulente scientifico: inizio attività di studio ed organizzazione dell'attività di concerto con la Provincia e l'Agenzia Art Sannio Campania; avvio delle procedure per l'individuazione delle altre professionalità impiegate e dei fornitori di beni e servizi
- 10/03: Creazione Centro logistico; avvio campagna di marketing; preparazione contatti ed azioni per la promozione in Canada; avvio contatti con i relatori del convegno
- 08/04: Riunione con il personale – inizio allestimento sala convegno – completamento campagna di marketing - comunicati stampa
- 28/04: Incontro con le autorità – Conferenza stampa  
Convegno  
Rinfresco  
Concerto-spettacolo di "Colori sonori: musiche senza confini"
- Giugno Partecipazione a ECHO ITALIA MONTREAL 2007 e promozione IN@NATURA

### Professionalità impiegate:

n°3 consulenti con esperienza da 3 a 5 anni per attività di organizzative; n°1 consulente scientifico per realizzazione convegno ed organizzazione comunicazione Canada

### **4.1.2 "ESCURSIONI E FORTI EMOZIONI: viaggio sulle vette, nella profondità delle grotte ed alla ricerca del proprio IO interiore"**

In Campania attualmente sono attive 10 delle 130 Oasi italiane del WWF due delle quali sono presenti proprio nella provincia di Benevento: l'Oasi del lago di Campolattaro e l'Oasi Montagna di Sopra di Pannarano. Quest'ultima ricade totalmente nel comune di Pannarano (Bn) ed è gestita dal WWF in convenzione con il Comune. L'istituzione di un'area naturalistica nel massiccio montuoso del Partenio è il risultato di un'attività decennale contraddistinta da varie iniziative per tutelare un territorio ancora integro in cui la natura ha prevalso sull'aggressione dell'uomo.

La natura a tratti ancora "selvaggia" e il dislivello altitudinale del territorio dell'Oasi (dagli 800 ai 1598 m s.l.m. dei Monti d'Avella) permette di immergersi in scenari

completamente diversi, caratterizzati dalla ricchezza e complessità delle varietà floristiche e specie faunistiche presenti. L'ossatura geologica è di natura prettamente calcarea ma l'attività vulcanica del monte Somma-Vesuvio ha arricchito il territorio di materiali piroclastici rendendo i suoli fertilissimi, ma anche estremamente fragili. I corsi d'acqua sono a carattere prettamente torrentizio e dalle sorgenti, tra cui la fonte di "Acqua delle Vene", sgorga ottima acqua oligominerale. Il territorio dell'Oasi è coperto da una foresta caducifolia montana tipica dell'Appennino in cui domina il faggio al quale si associa l'agrifoglio e il tasso e nei luoghi più umidi e meno elevati l'ontano napoletano.

Sono anche presenti tiglio selvatico, carpino orientale, acero di lobelius, acero di monte, sorbo montano, salice delle capre e, sui costoni rocciosi più assolati, il leccio. Intorno ai 1200 m. fiorisce il giglio martagone, simbolo dell'Oasi, e sulle vette più alte, la rosa pendulina. Tra gli anfibi è presente una particolare sottospecie di salamandra pezzata, denominata salamandra giglioli. Tra i mammiferi sono presenti volpi, donnole, faine, martore, tassi e, negli ultimi anni, è riapparso il lupo. Le possibilità di escursioni naturalistiche o finalizzate al birdwatching, viste le numerosissime specie di uccelli presenti, sono consigliate anche per la splendida cornice naturale in cui si possono svolgere, sia di giorno che di notte.

In questo luogo suggestivo sono proposti vari percorsi che valorizzano la natura, l'avifauna e il paesaggio boschivo, in particolare sono previsti: la visita guidata lungo il percorso Natura "la cincia mora", proposta alle scolaresche delle scuole elementari e medie della Regione Campania nel periodo 7 maggio – 9 giugno; il "birdwatching night and day" proposto nel weekend del 1-2 luglio; l'escursione per ritrovare se stessi nella natura con proposta di training autogeno nel bosco il giorno 15 luglio

**Visita percorso la "Cincia mora" 07-05-2007 / 09-06-2007 nell'Oasi WWF  
"Montagna di Sopra" di Pannarano: Scuola di Natura, luogo di rivitalizzazione  
e alta formazione**

La natura dell'Oasi di Pannarano soddisfa e si armonizza con le esigenze dei fruitori di quella fascia di turismo che si può definire "Turismo verde-naturalistico ed educativo-ambientale". L'educazione ambientale viene garantita con la realizzazione di visite guidate (supportate da laboratori didattici all'aperto) per le scolaresche delle scuole elementari e medie della Regione Campania. Saranno effettuate, sotto la guida degli operatori dell'Oasi, 2 visite giornaliere nell'intero periodo preso in considerazione dal lunedì al sabato. Un servizio navetta trasferirà le scolaresche da Pannarano all'Oasi (località "Acqua delle Vene" 1170 m. s.l.m.) per dare inizio alla visita lungo il Percorso Natura "La cincia mora".

Al ritorno a Pannarano le scolaresche saranno guidate tra i vicoli del centro storico.

**Svolgimento visita guidata nell'Oasi**

- Ore 9,00: Arrivo a Pannarano (Piazza VII Settembre) della scolaresca
- Ore 9,30: Trasferimento, con navetta, località "Acqua delle Vene" (1170 m. s.l.m.)
- Ore 10,00: Inizio visita guidata lungo il Percorso Natura "*la cincia mora*". I ragazzi saranno guidati da due guide dell'Oasi e realizzeranno varie attività didattiche durante e al termine del percorso
- Ore 13,00: Consumazione pasto nell'area attrezzata dell'Oasi
- Ore 14,30: Ritorno, con navetta, a Pannarano
- Ore 15,00: Fine giornata

Lunghezza Percorso Natura: 1,8 km (circa)

Percorrenza: h. 2,00

Difficoltà: bassa

Max 30 partecipanti (compresi accompagnatori adulti)

**Abbigliamento e attrezzature:**

scarponcini, borraccia, binocolo, giacca a vento, quadernetto per appunti.

Professionalità impiegate:

n°2 guide esperte per l'escursione nell'OASI

### **“Birdwatching: Night and Day” – 1-2 luglio 2007**

La parola *birdwatching* significa in Italiano "osservazione degli uccelli"; tale traduzione però risulta quanto mai riduttiva, infatti chi pratica il birdwatching in realtà fa molto di più: svolge un'attività benefica con lunghe camminate immersi nella natura, arricchisce l'escursione ed infine, ma non ultimo, è in grado di fornire un valido contributo scientifico raccogliendo una notevole quantità di informazioni sugli uccelli ed il loro habitat.

Il *birdwatcher* o *birder* dilettante non si vuole sostituire all'ornitologo nello studio dell'avifauna ma lo può affiancare nel suo lavoro e può, forse meglio di lui, essere un operatore didattico-scientifico di prima mano.

L'Oasi del WWF di Pannarano può offrire, complessivamente, differenti opportunità per il birdwatching. Di grande interesse infatti è l'avifauna: un po' ovunque sono osservabili varie specie di volatili come la poiana, lo sparviero, l'astore, il gheppio, il corvo imperiale, il nibbio bruno, il falco pellegrino, etc.

L'attività, proposta a persone esperte nel riconoscimento audiovisivo degli uccelli, contempla due giorni e una notte di osservazione e censimento dell'avifauna dell'Oasi con la predisposizione di schede per il rilevamento e la dislocazione, in vari punti dell'Oasi, di rilevatori.

#### **Strutturazione dell'attività**

01-07-07

Ore 9,30: Ritrovo a Pannarano Piazza VII Settembre

Ore 10,00: Trasferimento partecipanti alla località "Acqua delle Vene"

Ore 11,00: Dislocazione dei rilevatori sul territorio

Ore 14,00: Consumazione pranzo

Ore 15,30: 2° turno di rilevamento

Ore 19,30: Grigliata nell'area attrezzata, inaffiata dal vino "*aglianico rosso amaro pannaranese*"

Ore 21,00: Dislocazione rilevatori per censimento rapaci notturni  
Ore 01,00: Pernottamento nelle tende

02-07-07

Ore 08,00: Colazione e ultimo turno di rilevamento  
Ore 12,00: Ritorno

Max 15 coppie di rilevatori

**Abbigliamento e attrezzature:**

scarponcini, borraccia, binocolo, giacca a vento, sacco a pelo.

Professionalità impiegate:

n°1 consulente scientifico esperto in avifauna

**Gruppi esperienziali in natura alla ricerca del Sé (località Acqua delle Vene – intera giornata) 15 luglio 2006**

L'iniziativa è rivolta a ragazzi e ragazze maggiorenni. Attraverso l'ascolto della natura si vuole avvicinare i giovani al mondo interiore ed alla consapevolezza dei propri mezzi

**Strutturazione dell'attività**

Ore 9,00: Ritrovo a Pannarano Piazza VII Settembre  
Ore 9,30: Trasferimento, con navetta, in località "Acqua delle Vene"  
Ore 10,30: Conoscenza del gruppo  
Ore 13,00: Grigliata in compagnia nell'area attrezzata, inaffiata dal vino "*aglianico rosso amaro pannaranese*"  
Ore 15,00: Training autogeno, autoconsapevolezza dei propri mezzi e rapporto con la natura  
Ore 19,00: Ritorno a Pannarano

Età dei partecipanti: Maggiorenni

Max 15 partecipanti

Professionalità impiegate:

Consulenza scientifica e psicologica per l'assistenza durante l'intera iniziativa

**Abbigliamento e attrezzature:**

scarponcini, scarpe da ginnastica, macchina fotografica, abbigliamento vario, ecc

#### **4.1.3 PRIMA BORSA DEL TURISMO AMBIENTALE E RURALE - Benevento, 25-27 maggio 2007**

Il programma della Borsa è articolato in attività di coordinamento e di iniziative promozionali, svolte in collaborazione con gli operatori del settore, con il quale la Provincia di Benevento ed il Parco Regionale del Partenio sottoscriveranno un apposito protocollo d'intesa, con l'obiettivo di:

- promuovere, in Italia e all'Estero, tutto il complesso dell'offerta turistica ricettiva per incentivare il turismo in campagna, in montagna, nelle città d'arte e alle terme di un Sannio di qualità;
- riconquistare il turismo interno, anche attraverso la valorizzazione di un turismo alternativo e delle risorse ambientali del territorio;
- richiamare l'attenzione sui settori turistici complementari e innovativi come quello della salute e benessere, del turismo ambientale, scolastico e all'aria aperta;
- coordinare la partecipazione delle imprese sannite alle più importanti manifestazioni di settore in Italia e all'estero
- coordinare gli educational per i giornalisti e i tour operators per promuovere aree specifiche del territorio.

#### **COLORI SONORI**

*"Colori sonori: musiche senza confini"* è una rassegna musicale che accompagnerà l'intero evento IN@NATURA e che rappresenta uno dei cardini della programmazione culturale della Provincia di Benevento.

Dal 2004, anno della sua 1ª edizione, da quando la Provincia di Benevento decise di fare di Colori Sonori uno dei cardini della sua programmazione culturale, centinaia di artisti provenienti da tutto il mondo (fra gli altri Joe Zawinul, Inti Illimani, Mauro Pagani, Richard Galliano) hanno portato nel Sannio i propri spettacoli oltre a

diventare al tempo stesso ambasciatori di culture "altre", così lontane nei costumi, ma così vicine nel reciproco desiderio di incontro, conoscenza ed amicizia. Una delle peculiarità caratteristiche di Colori Sonori oltre alla indubbia qualità delle scelte artistiche, è l'esclusività delle proposte musicali: gli spettacoli scelti costituiscono non di rado esclusiva regionale o in alcuni casi addirittura nazionale e ciò rappresenta un formidabile strumento di attrattiva come nel caso della **Soirée De André**.

Unire la musica di qualità alle bellezze paesaggistiche, naturali, storiche rappresenta la carta vincente per dare un segnale positivo in funzione dello sviluppo turistico del territorio. Pertanto il programma di IN@NATURA viene arricchito associando gli eventi musicali alle manifestazioni già incluse nella 1ª edizione come Falangina Felix, Vinalia, Festa del vino, Vinestate, Festa dell'uva per contribuire a creare una serie di appuntamenti irrinunciabili per gli amanti della buona musica e dell'enogastronomia di qualità.

L'idea è quella di proporre oltre a dodici concerti (da tenersi in varie location in occasione degli eventi già programmati) anche tutta una serie di iniziative come stages con musicisti famosi, seminari e mostre di strumenti tradizionali, conferenze tematiche sulla multiculturalità, corsi di danze popolari e degustazioni di gastronomia etnica a cura degli operatori del commercio equo e solidale che forniscono un'occasione stimolante di confronto con la cultura enogastronomica tradizionale del sannio.

Il patrimonio museale ed architettonico, la storia, le tradizioni culturali, le produzioni artigianali nel campo dell'enogastronomia e non solo, l'incomparabile bellezza dei siti rurali, dei paesaggi montani, dei siti archeologici e i momenti spettacolari di Colori Sonori costituiranno gli elementi di una vacanza "tipo" con una combinazione di elementi assolutamente originale e rara da trovarsi in altri posti in Italia.

- 01/02: Conferimento incarico al consulente scientifico: inizio attività di studio ed organizzazione dell'attività di concerto con la Provincia e l'Agenzia Art Sannio Campania; avvio delle procedure per l'individuazione delle altre professionalità impiegate e dei fornitori di beni e servizi
- 10/03: Creazione Centro logistico; avvio campagna di marketing; preparazione contatti ed azioni per la promozione della Borsa
- 10/04: Avvio contatti con i partecipanti
- 07/05: Completamento campagna di marketing - comunicati stampa
- 14/05: Riunione con il personale – inizio allestimento sale
- 25/05: Inaugurazione ed apertura della **"Borsa del Turismo Ambientale e Rurale"**  
Conferenza stampa – Convegno - Dibattito  
Rinfresco
- 25/05 Apertura del workshop per Tour Operators italiani e stranieri
- 26/05 Educational tour
- 27/02: Presentazione di "Colori sonori: musiche senza confini"  
Concerto di chiusura

#### **4.1.4 IL VINO E LA TERRA DEL SANNIO: SEI GRANDI EVENTI**

In un mercato vitivinicolo sempre più caratterizzato dall'omologazione, è indispensabile mantenere forti i legami con il territorio e promuovere un corretto concetto di produzioni tipiche, attraverso occasioni d'informazione e di promozione.

##### **"FALANGHINA FELIX" - Sant'Agata de' Goti, 23 e 24 giugno 2007**

Si tratta di una rassegna regionale dei vini da uve falanghina, un impegno rivolto all'affermazione d'immagine di questa cultivar, che propone al centro dell'attenzione i vitivinicoltori ed i vini falanghina, intervenendo sulla informazione, sulle opinioni e simpatie degli operatori ed delle associazioni di settore, enologi, enotecari, giornalisti specializzati, ristoratori, esperti di enogastronomia, consumatori ed enoturisti attraverso la realizzazione di una serie di iniziative di valorizzazione della tipicità e della biodiversità di uno dei più diffusi e conosciuti vini della Campania.

La scelta di Sant'Agata dei Goti è dovuta non solo per la sua collocazione geografica, baricentrica alle aree delle diverse province campane dove il vitigno

falanghina è più diffuso, ma anche per la possibilità di coniugare turismo ed enogastronomia, in un luogo di indubbio fascino architettonico e storico culturale.

FALANGHINA FELIX propone una serie d'incontri e di eventi per sostenere ed avvicinare i produttori campani di vini falanghina al pubblico enoturisti e degli operatori professionali. Per l'intera durata della manifestazione, nella Sala di degustazione, appositamente allestita nella Sala Consiliare del Palazzo San Francesco, sarà consentito, ai professionisti del settore (enotecari, ristoratori, giornalisti, buyers, sommeliers ecc.), degustare i vini dei produttori presenti alla manifestazione, in una apposita sala degustazione, a loro dedicata, previo accredito e prenotazione.

L'offerta è integrata con iniziative turistiche di tipo culturale ed ambientale:

Visite guidate alla Chiesa di S'Agata;

Alla scoperta delle Cantine sotterranee di S'Agata

Visita dell'Oasi WWF Montagna di sopra, Pannarano.

#### **Svolgimento dell'attività:**

- 01/03: Conferimento incarico al consulente scientifico: inizio attività di studio ed organizzazione dell'attività di concerto con la Provincia, l'Agenzia Art Sannio Campania e gli organizzatori della manifestazione; avvio delle procedure per l'individuazione delle altre professionalità impiegate e dei fornitori di beni e servizi; studio della campagna di marketing
- 08/05: Avvio campagna di marketing; organizzazione educational tour per giornalisti con preparazione testi; ridisegno del logo della manifestazione; preparazione depliant, manifesti e gadgets
- 22/05: Inizio visita alle cantine locali e selezione dei produttori; studio dello spazio destinato all'Enoteca espositiva (40 punti espositivi)
- 12/06: Inizio allestimento Sala degustazione professionale nella sala Consiliare – palazzo San Francesco via Roma – Inizio Riunioni con i sommelier ed i produttori per la preparazione dei "Racconti di ... vite" e scelta dei prodotti tipici da abbinare ai vini per il "Teatro dei Tipici" ;
- 13/05: Riunione con il personale – inizio allestimento "Racconti di...vite" e "Teatro dei Tipici"
- 19/06: Completamento campagna di marketing - comunicati stampa
- 22/06: Incontro con i giornalisti; illustrazione evento ed inizio educational tour

- 23/06 Inaugurazione evento – coordinamento ed accompagnamento  
24/06 Coordinamento ed accompagnamento  
6Concerto-spettacolo di “*Colori sonori: musiche senza confini*”

Professionalità impiegate:

n°4 consulenti con esperienza da 3 a 5 anni per attività organizzative; n°1 consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di comunicazione; n°1 consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di coordinamento

**LE VIE DEL GRANO E DEI MULINI AD ACQUA** – Morcone, Pontelandolfo, Reino, Cerreto Sannita, Fragneto l'Abate, Foglianise , Colle Sannita 1 luglio – 15 agosto

Quella della molitura dei cereali nel Sannio è un'attività di antica memoria, che ne ha caratterizzato a lungo le vicende socio economiche e nello stesso tempo ha inciso nell'identità culturale del territorio.

A **Morcone** in particolar modo la ricchezza d'acqua dei torrenti che circondano l'antico borgo ha fatto sì che nei secoli passati vi fosse una fiorente attività esercitata da numerose gualchiere e mulini. Tali strutture fortemente attive soprattutto nel XVIII sec. assorbirono manodopera e crearono ricchezza per il comune e per il territorio circostante. Con l'avvento delle macchine tessili, e quindi con la migliore qualità dei “panni tessuti” rispetto a quelli “battuti”, l'attività delle gualchiere andò sempre più a scomparire mentre la molitura con i mulini ubicati lungo il corso dei torrenti continuò ad essere esercitata con costanza e profitto fino alla seconda metà del XX secolo.

Tra questi il Mulino Florio già attivo in età tardo Medioevale fu uno degli undici Mulini che già nel 1381 venivano enumerati tra quelli presenti lungo la “Via dei Mulini”. Il rinato interesse nei riguardi della struttura, del suo immediato intorno ambientale e per l'antica attività in esso esercitata per secoli, hanno portato la comunità locale a proporre la messa in funzione della struttura produttiva così come era in passato, se non altro per scopi didattici e culturali.

Il Comune di **Reino** è uno dei centri più piccoli del Sannio ed è situato nella valle detta Reinello, nome del torrente che lo attraversa. Esso rappresenta, nello scacchiere territoriale Provinciale, una porta-cerniera fra l'interno del Fortore e Tammaro e la fascia periurbana dell'hinterland beneventano, comprendendo in esso anche i primi centri urbani come Pietrelcina e Pesco Sannita. Tale posizione territoriale è fotografata dal collegamento intercomunale rappresentato dalla Strada a scorrimento veloce "fortorina" in corso di realizzazione che attraverso gli svincoli previsti realizza una sorta di "filiera". Dall'analisi delle diverse unità paesistiche interessate è evidente infatti l'identità della componente vegetazionale che caratterizza il paesaggio dell'area prefortore e quella tipica del Fortore dopo S.Marco dei Cavoti. In tal senso, Reino è definibile come una zona d'interconnessione (o fascia ecotonale) tra -l'alto Sannio (Fortore o Tammaro) e il Basso Sannio (Capoluogo e Hinterland).

In questo contesto, l'ambiente di REINO, risulta allo stato poco condizionato dai fattori di pressione (driving forces) e poco compromesso. Per i medesimi motivi assume forte potenzialità di sviluppo per la vicinanza a Pietrelcina e per l'aumento della richiesta di situazioni naturali e alimenti genuini insiti nel connubio, che oggi si profila vincente, tra natura e turismo.

Questi elementi rappresentano in sé una ricchezza su cui fondare il motore locale di sviluppo dal basso. L'orografia del luogo è fortemente contraddistinta dalla presenza della Rupe Castello che è una piccolo colle o ammasso roccioso che svetta fino a 402 m s.l.m. con versanti sub verticali, e dal Regio Tratturo che insieme al torrente Reinello è tangente al centro storico. Lungo questa parte di fiume sono ubicati 3 mulini ad acqua ed uno a cilindro.

L'Amministrazione Comunale di Reino ha partecipato al Progetto Integrato (P.I.) "Regio Tratturo della Provincia di Benevento" ricevendo un finanziamento per la

realizzazione dei lavori di: "Recupero del mulino a cilindro, ad acqua e della Rupe Castello per la realizzazione di punti di ristoro e degustazione dei prodotti tipici e storici". Nel fabbricato sede del mulino a cilindro sarà realizzato un punto di ristoro con una mostra permanente sulla civiltà e gli usi contadini, nel fabbricato sede del mulino ad acqua verrà realizzato un punto di ristoro per la degustazione, da parte dei turisti, dei prodotti tipici e storici. Gli altri due mulini ad acqua sono oggetto di interventi di recupero e restauro da parte di privati, sempre all'interno del Progetto Integrato (P.I.) "Regio Tratturo della Provincia di Benevento".

A **Pontelandolfo** esistevano undici mulini e tre di questi, situati sulla strada Sannitica, erano adibiti alla molitura dei grani diretti nella capitale; inoltre, cinque erano a due macine. Da documenti reperibili nell'archivio storico del Comune di Pontelandolfo, risulta che nel 1949 esistevano dieci mulini che rispettavano la legge allora vigente. Il mulino è uno stabilimento, dove si macinano il grano e le biade: ve ne sono a vento, ad acqua, a vapore, a corrente elettrica. I mulini che caratterizzano il territorio di Pontelandolfo sono quelli che hanno la loro forza motrice nell'acqua, in quanto ubicati nei pressi dei torrenti Alente e Alenticella dai quali attingono a monte l'acqua necessaria per funzionare. I mulini inseriti nell'itinerario turistico, sono: Cocuzzo (località), in buono stato di conservazione (in corso di ristrutturazione); Grotte (località), in buono stato di conservazione (ristrutturato); Ponte Nuovo (località), in buono stato di conservazione; Sorgenza (località), in ottimo stato di conservazione (di recente ristrutturato); Cerquelle (località), in discreto stato di conservazione (di recente manutenzione).

L'offerta è integrata con iniziative turistiche di tipo culturale ed ambientale:  
il percorso del Regio Tratturo Pescasseroli-Candela;  
Ceramica di Cerreto e S.Lorenzello;  
Circello;  
Centro di Ricerca Genomica e proteomica Consdabi, Benevento;  
Polo dolciario del Croccantino di San Marco dei Cavoti;  
Oasi wwf lago di Campolattaro

### **Svolgimento dell'attività:**

- 01/04: Conferimento incarico al consulente scientifico: inizio attività di studio ed organizzazione dell'attività di concerto con la Provincia, l'Agenzia Art Sannio Campania ed i Comuni interessati; avvio delle procedure per l'individuazione delle altre professionalità impiegate e dei fornitori di beni e servizi; studio della campagna di marketing; intese con partner;
- 08/05: Avvio campagna di marketing; organizzazione percorsi con preparazione testi; disegno del logo della manifestazione; preparazione depliant, manifesti e gadgets
- 09/05: Inizio visita ai mulini oggetto del percorso; selezione dei punti ristoro, dei produttori delle tipicità locali; individuazione navette
- 19-06/03-07 Formazione del personale di accompagnamento
- 03-07: Completamento campagna di marketing - comunicati stampa

07/07/2007

- Ore 9,30: Ritrovo a Pontelandolfo
- Ore 10,00: Inizio percorso tra i mulini
- Ore 14,00: Degustazioni guidate presso produttori della zona
- Ore 16,30: Continuazione percorso tra i mulini
- Ore 19,00: Trasferimento al punto di ritrovo

08/07/2007

- Ore 09,30: Ritrovo a Foglianise
- Ore 10,00: Inizio percorso tra i campi coltivati a grano
- Ore 14,00: Degustazioni guidate presso produttori della zona
- Ore 16,30: Laboratori didattici
- Ore 19,00: Trasferimento al punto di ritrovo
- Ore 21,00: Concerto-spettacolo di "*Colori sonori: musiche senza confini*"

### Professionalità impiegate:

n°4 consulenti con esperienza da 3 a 5 anni per attività organizzative; n°1 consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di comunicazione; n°1 consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di coordinamento

**“VINALIA”** - Guardia Sanframondi, dal 04 al 10 agosto 2007

I primi anni '90 furono i più critici per i viticoltori, i mercati dei vini subivano continui ribassi ed i prezzi percepiti per l'uva toccarono i minimi storici. Fu questo il movente principale che, nel 1994, spinse il Circolo Viticoltori di Guardia Sanframondi (BN) ad organizzare una manifestazione che potesse promuovere e valorizzare il proprio prodotto. Nasceva così Vinalia, che in quella prima edizione durò una sola giornata ed interamente dedicata alla vitivinicoltura, con l'esposizione delle poche aziende che allora imbottigliavano vino, nella piazza principale del paese. Il fiore all'occhiello di quell'edizione fu certamente il convegno sui vitigni autoctoni con la relazione del prof. Maurizio Boselli (allora docente di Viticoltura dell'Università di Napoli). Questo convegno contribuì non poco a dare spinta ad una riconversione qualitativa della viticoltura locale, sempre più orientata verso i vitigni autoctoni. Da quell'anno in poi il convegno è diventato un appuntamento fisso per tecnici ed operatori del settore, negli anni successivi sono intervenuti i nomi più prestigiosi dell'enologia e della viticoltura nazionale, tra cui Falcetti (Istituto di San Michele all'Adige), Iacono (Direttore dell'azienda agricola F.lli Muratori), Moio (Università di Napoli), Poni (Università Cattolica di Piacenza). Il Percorso del Gusto fu la grande novità presentata nella sesta edizione di Vinalia, un itinerario enogastronomico in cui le aziende espongono e fanno degustare i prodotti tipici della provincia di Benevento, gli stand vengono allestiti nelle caratteristiche stanze del centro storico guardiese. Da allora il Percorso del Gusto viene riproposto ogni anno, con un numero di aziende partecipanti in continua crescita per qualità e quantità. La settima edizione è stata contrassegnata da una grande presenza di pubblico, non più prevalentemente locale ma proveniente soprattutto dalle aree metropolitane della regione, grazie ad un'azione di pubblicità e divulgazione sui principali mezzi di informazione, di particolare prestigio è l'articolo comparso su "I Viaggi di Repubblica" nella sezione

dedicata agli appuntamenti enogastronomici nazionali. Un ulteriore salto di qualità si è avuto con l'edizione 2001 che ha portato l'eco della rassegna ben oltre i confini regionali. Infatti di Vinalia hanno parlato non solo i mezzi di informazione locali, anche quelli nazionali specializzati per il gourmet come "I Viaggi di Repubblica", per il secondo anno consecutivo, "Specchio" de "La Stampa" e il notiziario di Slow Food. E' stata anche un'edizione particolarmente ricca di eventi, oltre ai consueti avvenimenti (Percorso del Gusto, il convegno, le degustazioni eccetera), è stato realizzato un gemellaggio con I nuovi Baccanali, festa del vino nel comune di Tollo (CH). La conferma del salto di qualità si è avuta con edizione 2002, grazie ad una presenza di pubblico sempre più numerosa e qualificata, stimata in oltre 20.000 presenze distribuite nell'arco della settimana, caratterizzata dalla presenza di numerosi addetti ai lavori (giornalisti, operatori gastronomici, imprenditori agricoli eccetera). Diventa sempre più gradito dai visitatori il Percorso del Gusto, ampliato tra le strade del centro storico e animato da spettacoli popolari (musicali e teatrali). Nell'edizione 2003, che ha segnato il decennale della rassegna, alle tante iniziative già realizzate negli anni precedenti si è aggiunta un'enoteca di vini regionali con la presenza di oltre cento etichette. L'ultima edizione è stata contrassegnata dal successo di tutte le iniziative realizzate nelle precedenti edizioni: Percorso del Gusto, enoteca dei vini regionali, degustazioni e laboratori del gusto, inoltre è stata realizzata per la prima volta un'osteria a tutti gli effetti, con carta dei vini e menu tipici del Sannio beneventano. Vinalia è diventata un costante punto di riferimento in campo enogastronomico sia per gli appassionati che per gli addetti del settore.

**IL PERCORSO DEL GUSTO.** Si tratta dell'iniziativa di maggior rilievo con un itinerario enogastronomico allestito nelle stanze del centro storico di Guardia Sanframondi dove le aziende espongono e fanno degustare i propri prodotti. Vini, oli, formaggi, salumi, dolci, taralli, funghi, liquori vengono assaggiati dai consumatori

e descritti dai produttori in un contesto suggestivo e gradevole. La presenza dei produttori, inoltre, garantisce ai visitatori la possibilità di venire a conoscenza delle tecniche di produzione, dal momento che oggi più che mai è fondamentale conoscere le origini della qualità dei prodotti alimentari. Dal 2004 il Percorso del Gusto ospita anche aziende che operano fuori dai confini provinciali. Nella selezione delle aziende verranno privilegiati i piccoli produttori rispetto a quelli che assumono dimensioni industriali. A supporto del Percorso del Gusto verrà realizzato, ancora una volta, un catalogo con le aziende partecipanti ed i loro prodotti, una guida utile ai visitatori durante Vinalia, ma anche un prezioso veicolo pubblicitario per le aziende.

**I CONVEGNI.** Nel segno della prestigiosa tradizione dei convegni di Vinalia, la dodicesima edizione sarà contrassegnata ancora una volta da partecipazioni di relatori tecnico-scientifici di fama nazionale.

**LABORATORI DEL GUSTO.** Promossi, ideati ed organizzati da Slow Food in tutta Italia, sono diventati uno strumento di educazione sensoriale molto efficace. I partecipanti già da diversi anni durante Vinalia hanno potuto verificarne la qualità e la praticità. Attraverso queste iniziative si mira a diffondere la cultura del vino e del cibo nel grande pubblico. Alcuni importanti laboratori verranno effettuati presso strutture dei comuni limitrofi che hanno deciso di aderire al comitato.

**L'ENOTECA.** Si tratta di un luogo suggestivo, all'interno del Percorso del Gusto, dove il visitatore può assaggiare ed eventualmente acquistare i vini più importanti della regione. Gli utenti potranno assaggiare tali vini comodamente seduti, con la possibilità di ricevere consigli ed informazioni dal personale specializzato addetto al servizio.

**L'OSTERIA.** Inserita nel Percorso del Gusto, vuole rappresentare un modello della cucina tipica sannita, con utilizzazione di materie prime esclusivamente del territorio,

ad opera di chef rinomati. Inoltre nell'osteria viene proposta una carta dei vini con la selezione delle migliori etichette prodotte dalle cantine partecipanti al Percorso del Gusto.

VINALIA TRA VIGNE E CANTINE. Ha rappresentato la novità più rilevante della passata edizione di Vinalia. L'iniziativa punta a stabilire un contatto sempre più stretto tra consumatori e produttori di vino, dedicando una giornata a visite nelle aziende vitivinicole partecipanti al Percorso del Gusto. Gli appassionati quindi potranno vedere da vicino le fasi salienti della produzione del vino, dalle tecniche colturali alle forme d'allevamento utilizzate, dalle attrezzature enologiche alle modalità d'invecchiamento, con la possibilità di "scoprire" anche gli aspetti peculiari di ogni cantina.

GLI SPETTACOLI. Ancora una volta si punterà su gruppi musicali che richiamano le tradizioni popolari regionali, dislocando gli spettacoli nel centro storico lungo tutto il Percorso del Gusto, oltre ovviamente che sul castello.

L'offerta è integrata con iniziative turistiche di tipo culturale ed ambientale:

Turismo termale Telese;

Ceramica artigianali di Cerreto Sannita e S.Lorenzello;

Pietraroia Paleo-lab;

Cusano Mutri percorsi naturalistici (Grotta dei briganti, Da Pesco Appeso alle Forre di Lavelle, Le forre del Tiverno e le gole di Caccaviola);

Museo enogastronomico MEG, Solopaca;

Olio extravergine di oliva, San Lupo;

#### **Svolgimento dell'attività:**

01/05: Conferimento incarico al consulente scientifico: inizio attività di studio ed organizzazione dell'attività di concerto con la Provincia, l'Agenzia Art Sannio Campania ed i Comuni interessati; avvio delle procedure per

- l'individuazione delle altre professionalità impiegate e dei fornitori di beni e servizi; studio della campagna di marketing; intese con partner;
- 05/06: Avvio campagna di marketing; organizzazione percorsi con preparazione testi; disegno del logo della manifestazione; preparazione depliant, manifesti e gadgets
- 12/06: Inizio visita alle cantine locali ed alle aziende di prodotti tipici al fine di selezionare i produttori; studio degli spazi del Centro storico guardiense dove allestire i punti espositivi e di degustazione
- 14/06: Studio grafico e dei contenuti per la realizzazione del catalogo che presenta le aziende partecipanti e i loro prodotti
- 15/06: Sopralluogo degli spazi del Centro storico per l'organizzazione degli spettacoli musicali e teatrali
- 10-07/25-07: Formazione del personale di accompagnamento
- 13/07: Stampa e diffusione promozionale del catalogo
- 02/08: Completamento campagna di marketing - comunicati stampa
- 04/08
- Ore 17,00 Convegno di apertura della manifestazione
- Ore 19,00 Apertura ufficiale del "Percorso del gusto"
- Ore 21,00: Concerto-spettacolo di "*Colori sonori: musiche senza confini*"
- 05/08
- Ore 17,00: Cominciano i "Laboratori del Gusto"
- Ore 19,00/24,00: "Percorso del gusto"
- Ore 21,00/24,00: Spettacoli teatrali e musicali nei vicoli del Centro storico
- 06/08:
- ore 18,00/24,00: "Laboratori del Gusto"
- ore 19,00/24,00: "Percorso del gusto"
- ore 21,00/24,00: Spettacoli teatrali e musicali nei vicoli del Centro storico
- 07/08:
- ore 16,00: "Vinalia tra vigne e cantine"
- ore 18,00/24,00: "Laboratori del Gusto"
- ore 19,00/24,00: "Percorso del gusto"
- ore 21,00/24,00: Spettacoli teatrali e musicali nei vicoli del Centro storico

08/08:

ore 18,00/24,00: "Laboratori del Gusto"

ore 19,00/24,00: "Percorso del gusto"

ore 21,00/24,00: Spettacoli teatrali e musicali nei vicoli del Centro storico

09/08:

ore 16,00: "Vinalia tra vigne e cantine"

ore 18,00/24,00: "Laboratori del Gusto"

ore 19,00/24,00: "Percorso del gusto"

ore 21,00/24,00: Concerto-spettacolo di "*Colori sonori: musiche senza confini*"

10/08:

ore 16,00: "Vinalia tra vigne e cantine"

ore 18,00/24,00: "Laboratori del Gusto"

ore 19,00/24,00: "Percorso del gusto"

ore 21,00/24,00: Spettacoli teatrali e musicali nei vicoli del Centro storico

ore 24,00: Chiusura della manifestazione – giochi pirotecnici

Professionalità impiegate:

n°4 consulenti con esperienza da 3 a 5 anni per attività organizzative; n°1 consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di comunicazione; n°1 consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di coordinamento

**"FESTA DEL VINO" - Castelvenere dal 25 al 26 agosto 2007**

E' da circa un trentennio che la Pro Loco Castelvenere organizza nell'ultimo week-end di agosto un grande evento dedicato al vino.

Castelvenere è situato nel "cuore" della Valle Telesina, a pochi chilometri di distanza dai resti dell'Antica Telesia. Anche in territorio castelvenere abbondano le testimonianze di epoca sannitica e romana. Ma qui i segnali della presenza di vita risalgono fin dalla preistoria, come testimonia la palafitta venuta alla luce nel 1898.

Il paese è posizionato tra le colline titernine, una lunga terrazza che fa da congiunzione tra il parco regionale del Matese e quello del Taburno-Camposauro.

Gli oltre 750 ettari di vigneti collinari fanno di Castelvenere il comune con la più alta percentuale di superficie vitata della Campania. Un primato che si traduce anche in

numero di aziende: delle 651 aziende agricole schedate nel Censimento dell'Agricoltura del 2001 sono ben 552 quelle dedite alla coltivazione della vite. A questo primato nei campi corrisponde anche il primato in cantina: nell'agosto 2005 (data dell'ultimo appuntamento della 'Festa del Vino') si sono contate ben 16 aziende imbottigliatrici (altro primato che di sicuro proietta questo piccolo centro oltre i confini della provincia sannita). Con la forza di questi numeri questo centro del Sannio Beneventano si proietta senza dubbio come uno dei punti di riferimento della vitivinicoltura regionale, quindi anche una delle tappe obbligate tra gli eventi che intendono promuovere le ricchezze enogastronomiche della 'Campania Felix'.

La risorsa vino rappresenta la voce più importante dell'economia locale. Da qui la volontà della Pro Loco Castelvenere di dedicare proprio al vino la manifestazione più significativa del cartellone degli appuntamenti annuali. La 'Festa del Vino' si propone di diffondere la conoscenza dei "nettari di Bacco" prodotti in questo comprensorio. La svolta nella programmazione si è avuta proprio con l'edizione 2005, con la decisione di puntare esclusivamente sulla risorsa vino vista come "espressione di un territorio, degli uomini e della cultura che lo caratterizza". Inversione di rotta guidata dalla consapevolezza che è proprio da questo concetto che nasce il desiderio di tante persone di conoscere i luoghi del vino intesi come somme di cultura, storia e tradizione. Con una serie di degustazioni specifiche e dando spazio a laboratori del gusto, la manifestazione vuole mettere in risalto la grande ricchezza del patrimonio vitivinicolo castelvenerese: aglianico, falanghina, coda di volpe, ma soprattutto barbera del Sannio. Proprio questo vino, ottenuto da un'uva rossa che rievoca solo nel nome quella tipica del territorio piemontese ma che si presenta con caratteristiche molto diverse, potrà rappresentare il valore aggiunto della manifestazione castelvenerese, essendo una tipologia prodotta esclusivamente dalle cantine locali.

A dare forza a questa convinzione della Pro Loco Castelvenere di voler garantire molto spazio alla voce autoctona quando si parla di promozione del vino sono anche i dati del mercato, che si mostra essere sempre più ricettivo ai nettari prodotti da uve di grande tipicità e che presentano anche un ottimo rapporto qualità/prezzo. Proprio come le etichette che si producono in terra castelvenere e sannita in generale.

La 'Festa del Vino 2007' è prevista dal 25 agosto (sabato) al 26 agosto (domenica).

Per l'anno prossimo la Pro Loco Castelvenere intende allestire la ricca proposta non più nella centralissima piazza San Barbato (dove si è svolta negli ultimi anni) ma all'interno delle caratteristiche "cantine tufacee", diventate famose anche oltre regione per l'iniziativa 'Cantina al Borgo'. Si tratta di numerose cantine ubicate lungo una stradina che una volta era il fossato che proteggeva il suggestivo borgo medievale. Una vera e propria "città sotterranea", capace di raccontare la storia del paese e di testimoniare, con un suggestivo impatto visivo, il forte legame di questo paese con la viticoltura. Queste cantine sono state anche oggetto di trasmissioni televisive importanti, tra cui una puntata della stagione 2003-2004 di 'Sereni Variabile', fortunato appuntamento televisivo di Rai Due, condotto da Osvaldo Bevilacqua. Si tratta di uno sforzo che ovviamente richiede un impegno economico maggiore, per fare in modo da poter dotare ogni singola cantina del minimo di strutture necessarie per l'accoglienza dei visitatori.

Ad arricchire l'offerta 2006 ci saranno delle escursioni eno-storico-didattiche. L'idea della Pro Loco è quella di "sfruttare" la ricchezza rappresentata dal sentiero intitolato a San Barbato' che collega il centro del paese con la contrada Madonna della Foresta (ai confini con il territorio di Cerreto Sannita e di San lorenzello). San Barbato, nato proprio a Castelvenere (di cui è santo patrono) fu vescovo di Benevento dal 663 al 683, importante figura politica oltre che religiosa, ricordato per la sua azione missionaria di conversione al Cristianesimo dei Longobardi. Si tratta di

un santo di cui abbondano le "testimonianze" anche nelle leggende, visto che proprio a San Barbato viene attribuito l'abbattimento del famoso "noce di Benevento" sotto cui si riunivano i Longobardi per espletare i loro riti. Questo albero è poi "rifiorito" dal 1600, grazie alle tante leggende che vedono le streghe come protagoniste e che hanno reso famoso Benevento ed il Sannio in tutto il Mondo. Per quanto concerne il sentiero che prende il nome del santo, va detto che esso attraversa la località chiamata 'Vadari' (nucleo originario del paese) e si snoda tra secolari vigneti dove abbondano le tipologie autoctone. In questo modo paesaggio, storia, cultura e leggende andranno a fondersi con il "mondo del vino" in un mix di particolare suggestività da offrire agli enoturisti.

Si pensa, poi, anche a creare qualche valida vetrina musicale, legando il nome dell'evento con una piccola rassegna di musica classica da dedicare a Giovanni Salvatore, musicista del Seicento, organizzatore insieme a Francesco Provenzale dei Conservatori Musicali della Napoli dell'epoca.

Questi ultimi intenti (utilizzo delle cantine tufacee, allestimento del sentiero e organizzazione dei momenti musicali) fanno sì che alle normali professionalità impiegate fin qui nella programmazione della 'Festa del vino' bisogna prevedere di affiancare anche figure professionali specifiche (esperti di arredo degli interni, esperti di didattica e di musica classica).

A completare l'offerta dell'evento ci sarà la buona gastronomia elaborata dalla sede coordinata di Castelvenere dell'Istituto Professionale Statale dei Servizi Alberghiero e per la Ristorazione (Ippsar) 'Le Streghe' di Benevento. Si tratta di una scuola che proprio nella "costola" castelvenere di offre una valida formazione in campo enologico e che prevede anche stage di formazione per figure addette alla ricettività enoturistica.

E' questa la "ricetta" attraverso la quale si cercherà di attirare l'attenzione del turismo del comparto. Una programmazione che si arricchisce prima di tutto per cercare di entrare tra le mete scelte dai flussi turistici extraregionali. Le stime emerse dal sondaggio Censis Servizi-Movimento Turismo del Vino (rese note del maggio 2005) evidenziano che di fronte al 46% di enoturisti di provenienza di prossimità (meno di 100 chilometri) esiste un'ampia fetta (parliamo del 23%) di enoturisti che proviene da oltre 300 chilometri. Senza contare la sempre più vasta schiera di turisti stranieri che nel mettere appunto le tappe dei loro viaggi in Italia mettono sempre più in alto le offerte enogastronomiche dei luoghi che si andranno a visitare. Si tratta di una "ricetta" mirata soprattutto al gruppo dominante dei turisti del vino, costituito da persone tra i 30 ed i 50 anni (che rappresentano ben il 52% dell'intera torta) con una conoscenza media del vino. Ovviamente senza perdere di vista le altre "frange" su cui puntare, costituite soprattutto da giovani e curiosi da coltivare.

L'offerta è integrata con iniziative turistiche di tipo culturale ed ambientale:

Turismo termale Telesse;

Ceramica artigianali di Cerreto Sannita e S.Lorenzello;

Pietraroia Paleolab;

Cusano Mutri percorsi naturalistici (Grotta dei briganti, Da Pesco Appeso alle Forre di Lavelle, Le forre del Titerno e le gole di Caccaviola);

Museo enogastronomico MEG, Solopaca;

Olio extravergine di oliva, San Lupo;

#### **Svolgimento dell'attività:**

01/05: Conferimento incarico al consulente scientifico: inizio attività di studio ed organizzazione dell'attività di concerto con la Provincia, l'Agenzia Art Sannio Campania ed i Comuni interessati; avvio delle procedure per l'individuazione delle altre professionalità impiegate e dei fornitori di beni e servizi; studio della campagna di marketing; intese con partner;

07/06: Avvio campagna di marketing; organizzazione percorsi con preparazione testi; disegno del logo della manifestazione; preparazione depliant, manifesti e gadgets

- 14/06: Inizio visita alle cantine situate negli spazi del Centro storico di Castelvenere dove allestire i punti di degustazione
- 15/06: Sopralluogo degli spazi del Centro storico per l'organizzazione della rassegna di musica classica
- 17-07/29-07: Formazione del personale di accompagnamento
- 21/08: Completamento campagna di marketing - comunicati stampa

25/08

- Ore 19,00 Apertura della manifestazione con degustazione prodotti tipici organizzata dall'Istituto Professionale Statale dei Servizi Alberghiero e per la Ristorazione (Ipsar) 'Le Streghe'
- Ore 20,30 Concerto inaugurale di musica barocca ed apertura delle cantine
- Ore 21,00: Spettacolo inaugurale di musica popolare

26/08:

- Ore 17,00/24,00 Percorsi guidati attraverso le cantine
- Ore 21,00: Concerto-spettacolo di "*Colori sonori: musiche senza confini*"

Professionalità impiegate:

n°4 consulenti con esperienza da 3 a 5 anni per attività organizzative; n°1 consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di comunicazione; n°1 consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di coordinamento

**"VINESTATE"** – Torrecuso, dal 31 agosto al 2 settembre 2007

Il Comune di Torrecuso tra i vari appuntamenti organizzati nella stagione estiva dedica ampio risalto e respiro alla promozione del vino con la manifestazione "Vinestate" con gli esperti del vino e con gli amici della cultura. Questa manifestazione di contenuto artistico-culturale comprende spettacoli, concerti, mostre, convegni e gustosi appuntamenti con la gastronomia locale. Essa si svolge nella prima settimana di settembre ed è organizzata dal Comune di Torrecuso e dal Comitato Vinestate. Per lo svolgimento della manifestazione si avvale della collaborazione dell'associazione ONLUS imbottiglieri del Taburno, della locale PROLOCO e di altre associazioni culturali e ricreative senza scopo di lucro.

Vinestate nasce nel 1970 nell'ambito delle manifestazioni giovanili del mese di agosto e settembre, organizzate dalla Pro loco. Successivamente negli anni ottanta il Comune destina tale manifestazione alla promozione dei vini tipici locali e inserisce la rassegna "Cittadella dell'Arte", curata e diretta con eleganza e stile dal direttore del Museo del Sannio di Benevento Prof. Elio Galasso, il quale proponeva appuntamenti di grande prestigio che andavano dal teatro, alla musica, alle mostre di pittori e scultori nazionali.

E' proprio nell'ambito della manifestazione Vinestate che è stata riconosciuta la DOC Taburno alla produzione dei vini locali, tramite l'attento e solerte interessamento del Comune di Torrecuso, con la collaborazione dell'ispettorato agrario di Benevento e della Camera di Commercio.

L'offerta è integrata con iniziative turistiche di tipo culturale ed ambientale:

Turismo termale, Telesè;

Ceramica di Cerreto e S.Lorenzello;

Museo enogastronomico Meg, Solopaca;

Pietraroia Paleo-lab;

Cusano Mutri percorsi naturalistici (Grotta dei briganti, Da Pesco Appeso alle Forre di Lavelle, Le forre del Titerno e le gole di Caccaviola);

#### **Svolgimento dell'attività:**

- 01/06: Conferimento incarico al consulente scientifico: inizio attività di studio ed organizzazione dell'attività di concerto con la Provincia, l'Agenzia Art Sannio Campania ed i Comuni interessati; avvio delle procedure per l'individuazione delle altre professionalità impiegate e dei fornitori di beni e servizi; studio della campagna di marketing; intese con partner;
- 03/07: Avvio campagna di marketing; organizzazione percorsi con preparazione testi; disegno del logo della manifestazione; preparazione depliant, manifesti e gadgets
- 04/07 Incontri con la Pro Loco e con l'Associazione Imbottigliatori del Taburno
- 05/07: Sopralluogo degli spazi del Centro storico per la selezione dei servizi e le strutture da dedicare alla manifestazione
- 06/07: Sopralluogo degli spazi del Centro storico per l'organizzazione della serata dedicata ai bambini
- 28/08: Completamento campagna di marketing - comunicati stampa

31/08

Ore 19,00 Apertura della manifestazione con gli esperti del vino

Ore 20,30 Serata danzante

01/09:

Ore 17,00 Spettacoli di animazione e magia per i bambini

Ore 18,00 Mostra dei prodotti artigianali

02/09:

Ore 12,00: Appuntamento con la gastronomia locale

Ore 17,00: Spettacolo teatrale

Ore 21,00: Concerto-spettacolo di *"Colori sonori: musiche senza confini"*

Professionalità impiegate:

n°4 consulenti con esperienza da 3 a 5 anni per attività organizzative; n°1 consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di comunicazione; n°1 consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di coordinamento

**"FESTA DELL'UVA" – Solopaca, dal 7 al 13 settembre 2007**

Solopaca ha vocazione essenzialmente agricola: l'agricoltura infatti è la sua principale risorsa economica. Predominante è la conduzione diretta dei fondi; trascurabili sono altre forme di conduzione. La principale produzione agraria è costituita dal vino, seguita dall'olio e dalle ciliegie; le altre colture sono meno importanti in termini di produzione del reddito. La produzione e trasformazione dell'uva è predominante, grazie ad un fiorente, libero mercato e, soprattutto, alla funzione economico-sociale svolta dalla locale cantina sociale. L'olio, che, storicamente nell'economia solopachese, aveva sempre avuto un posto di tutto riguardo, attualmente è il prodotto di una coltura marginale; negli ultimi decenni, infatti, la produzione dell'olio ha subito un netto calo, dovuto sia all'arretratezza degli impianti, sia, soprattutto, alla scarsa remunerazione del lavoro che la coltura e il prodotto richiedono. Pertanto, l'olivocoltura è ridotta al semplice fabbisogno

dell'agricoltore. Ma torniamo al vino: Solopaca, da sempre, è conosciuta in ambito locale, regionale e nazionale, per i suoi prestigiosi vini D.O.C., riconoscimento dovuto alle loro eccellenti qualità e alla capacità e tenacia degli agricoltori della zona, che, da secoli, sfruttando un clima e un suolo fortemente idoneo, hanno saputo, di generazione in generazione tramandarsi il segreto per ottenere quel colore paglierino e quel rubino, sempre migliorati, e soprattutto i favolosi bouquets del «Solopaca D.O.C. bianco e Solopaca D.O.C. rosso».

Non va trascurato il settore terziario, in cui una nota particolare merita il comparto del trasporto su gomma sia di merci che di persone, per la presenza di diverse imprese di autotrasporto e di una agenzia di viaggi. Tale comparto è andato sviluppandosi per la favorevole posizione geografica del paese e grazie alla superstrada a scorrimento veloce «Caianello-Benevento».

In termini di previsione, sarà sempre il vino a caratterizzare l'economia solopachese, ma grossa importanza dovrà avere l'agriturismo, offrendo Solopaca condizioni largamente favorevoli, per la bellezza del paesaggio e la salubrità del clima. Pertanto la cultura contadina legata al vino e l'offerta di un servizio di ricettività, rivolto agli amanti della natura e della genuinità dei prodotti della terra, costituiscono quel modello di sviluppo che la rinomata "Festa dell'Uva" ha delineato e tenacemente ribadisce nel suo messaggio e a cui sono finalizzati i suoi programmi promozionali.

#### Programma

CALICI DI STELLE 10 agosto Museo Enogastronomico Provinciale - Cantina Sociale di Solopaca ed altre cinque cantine di Solopaca

ENOCOMIX 10 agosto Palazzo Ducale sede della Pro Loco

XXIX FESTA DELL'UVA in tutto il paese con le due Congregazioni e i dodici Rioni interessati e coinvolti

SFILATA DEI CARRI ALLEGORICI E CORTEO STORICO Corso Cusani-Piazza

Castel San Martino-Piazza Vittoria- Via Roma- Palazzo Ducale-Corso Umberto

## II° SOLOPACA FOLK FESTIVAL

L'offerta è integrata con iniziative turistiche di tipo culturale ed ambientale:  
turismo termale, Telesè;

Ceramica di Cerreto e S.Lorenzello;

Museo enogastronomico Meg, Solopaca;

Pietraroia Paleo-lab;

Cusano Mutri percorsi naturalistici (Grotta dei briganti, Da Pesco Appeso alle Forre di Lavelle, Le forre del Titerno e le gole di Caccaviola);

### Svolgimento dell'attività:

- 30/06: Conferimento incarico al consulente scientifico: inizio attività di studio ed organizzazione dell'attività di concerto con la Provincia, l'Agenzia Art Sannio Campania ed i Comuni interessati; avvio delle procedure per l'individuazione delle altre professionalità impiegate e dei fornitori di beni e servizi; studio della campagna di marketing; intese con partner;
- 07/07: Avvio campagna di marketing; organizzazione percorsi con preparazione testi; disegno del logo della manifestazione; preparazione depliant, manifesti e gadgets
- 15/07: Incontri con i rappresentanti del Museo Enogastronomico Provinciale, le cantine di Solopaca e Pro Loco
- 17/07: Sopralluogo degli spazi del Centro storico per la selezione dei servizi e le strutture da dedicare alla manifestazione
- 01/09: Completamento campagna di marketing - comunicati stampa
- 07/09;  
Ore 18,00 Apertura della "XXIX Festa dell'Uva" con le due congregazioni e i dodici Rioni interessati e coinvolti
- Ore 21,00 Concerto-spettacolo di "*Colori sonori: musiche senza confini*"
- 08/09 Allestimento stand promozionale per il MEG Museo Eno Gastronomico di Solopaca
- 09/09:  
Ore 21:00 Solopaca Folk Festival rassegna di musica popolare
- 10/09:  
Ore 17,00 Premiazione Enocomix concorso a fumetti sul tema del vino

- Ore 10,00 Sfilata dei carri allegorici e corteo storico
- Ore 21,00 Solopaca Folk Festival rassegna di musica popolare
- Ore 11,00 Manifestazione "Calici di Stelle" presso il Museo Enogastronomico di Solopaca
- 11/09:
- Ore 17:00 Incontro con i giornalisti; illustrazione evento ed inizio educational tour
- Ore 21,00 Solopaca Folk Festival rassegna di musica popolare
- 12/09
- Ore 17.00 Convegno alla Cantina Sociale di Solopaca sui vini e le eccellenze della zona
- Ore 21,00 Concerti e musiche della tradizione al "Solopaca Folk Festival" rassegna di musica popolare
- 14/09
- Percorsi guidati attraverso le cantine
- Degustazioni guidate presso i produttori della zona
- Sfilata finale dei Carri Allegorici e del Corteo storico
- Premiazione dei Carri Allegorici
- Concerto-spettacolo di "*Colori sonori: musiche senza confini*"

Professionalità impiegate:

n°4 consulenti con esperienza da 3 a 5 anni per attività organizzative; n°1 consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di comunicazione; n°1 consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di coordinamento

**4.1.5. Convegno conclusivo – Premiazioni concorso – Benevento, 23 novembre 2007**

Verrà organizzata un'unica manifestazione conclusiva con le premiazioni del Concorso "*L'ambiente che vorrei*" tra gli studenti delle scuole superiori del Sannio. I filmati amatoriali raccolti, verranno selezionato da un'apposita giuria e costituiranno una mostra che sarà allestita in occasione di tale manifestazione. Sono previsti premi, menzioni speciali: dal filmato premiato sarà ricavato uno spot che sarà utilizzato nelle prossime campagne promozionali e curato dal Direttore Artistico Puccio Corona.

## Svolgimento dell'attività

- 01/07: Conferimento incarico al consulente scientifico: inizio attività di studio ed organizzazione dell'attività di concerto con la Provincia e l'Agenzia Art Sannio Campania; avvio delle procedure per l'individuazione delle altre professionalità impiegate e dei fornitori di beni e servizi
- 15/07: Avvio campagna di marketing; avvio contatti con i relatori del convegno e con le personalità invitate a costituire la giuria del Concorso
- 16/07: Ideazione premi
- 20/09: Sopralluogo degli spazi per la selezione dei servizi e le strutture da dedicare alla manifestazione
- 19/11: Riunione con il personale – inizio allestimento sala convegno e premiazioni – preparazione della Sala per la proiezione dei filmati amatoriale - completamento campagna di marketing - comunicati stampa
- 22/11: Organizzazione accoglienza ospiti della manifestazione
- 23/11:
- Ore 17,00 Incontro con le autorità – Conferenza stampa
- Ore 18,00 Apertura Convegno
- Ore 18,30 Premiazione
- Ore 19,30 Proiezione filmati
- Ore 20,00 Rinfresco
- Ore 21,00 Concerto-spettacolo di *"Colori sonori: musiche senza confini"*

Professionalità impiegate:

n°3 consulenti con esperienza da 3 a 5 anni per attività organizzative; n°1 direttore artistico.

## 5. Professionalità impiegate

Il progetto si avvale di professionalità specifiche e di eccellenza.

L'Agenzia assicurerà con proprio personale qualificato nel campo dell'informazione e divulgazione la più adeguata organizzazione degli eventi. Per quanto riguarda i settori prevalentemente tecnici, saranno impiegate figure specializzate come ingegneri, architetti, e laureati in conservazione dei beni culturali; verrà creata una segreteria organizzativa che si occuperà dei contatti con i visitatori e

dell'accoglienza. Ci si avvarrà di interpreti per i visitatori stranieri e di un ufficio stampa che coinvolgerà i principali mezzi di comunicazione regionali e nazionali.

## **5.2. Il Direttore Artistico**

Quale Direttore Artistico della seconda edizione viene riconfermato il giornalista RAI Puccio Corona, siciliano, autore e conduttore di importanti trasmissioni televisive dedicate alle tematiche ambientali quale Linea Blu e coordinatore nazionale di "Bandiere Blu". È stato colui che ha inaugurato la fortunata stagione di 'Unomattina' e che è stato il creatore, nonché il conduttore per quattro edizioni, del programma "Linea Blu". È anche presidente dell'associazione "Mare Amico" che si occupa di ricerca nel campo scientifico e naturalistico ed a livelli accademici di rilievo internazionale.

## **5.3. Responsabile Tecnico**

ART SANNIO CAMPANIA S.c.p.a.

Il Responsabile Tecnico dell'EVENTO è stato individuato nell'Agenzia ART SANNIO CAMPANIA S.c.p.a. Si tratta di una società consortile per azioni a capitale interamente pubblico costituita dalla Regione Campania e dalla Provincia di Benevento che già vanta una vasta esperienza nella programmazione complessa e nella gestione su scala provinciale nel campo della promozione della cultura e della tradizione sannita. Attualmente gestisce il PaleoLab di Pietraroja, il MEG (museo enogastronomico) di Solopaca, il MUSA (polo museale della tecnica e del lavoro in agricoltura), il Trenino dell'Arte della Provincia di Benevento ed ARCOS, di cui ha curato anche l'evento inaugurale.

## 6. Risultati attesi

Sulla base delle opportunità evidenziate in precedenza e assunto di realizzare l'EVENTO così come descritto, si stima un duplice positivo impatto sul sistema turistico campano:

- il primo, associato alla crescita delle presenze turistiche complessive, con la presenza anche di flussi turistici internazionali, negli esercizi alberghieri ed extralberghieri per una durata media del soggiorno in linea con la media regionale, ma sostanzialmente superiore a quella dell'area.

L'EVENTO, così come strutturato, garantisce un'offerta varia e attraente per tutte le fasce di età, dislocata in più punti del territorio e si presta ad assicurare un incremento della durata dei soggiorni contrastando la consuetudine del "mordi e fuggi" tipica dell'area. Con questo scopo, infatti, la Provincia di Benevento ha realizzato, negli ultimi anni, una serie di attrattori culturali, quali il Paleo-lab di Petraraja, il museo di arte contemporanea ARCOS ed il Polo museale della tecnica e del lavoro in agricoltura di Benevento, il Museo enogastronomico di Solopaca ed altri musei stanno per nascere grazie anche ai fondi del POR Campania e veicolati attraverso il P.I.T Regio Tratturo di Benevento, del quale l'Ente Provincia è Capofila. Verrà effettuata un'importante azione di marketing congiuntamente ad un consistente coinvolgimento degli operatori turistici locali affinché, convenzionandosi con l'EVENTO, siano in grado di offrire ospitalità e ristoro a prezzi convenienti senza trascurare i canoni di eco-sostenibilità.

- il secondo connesso all'aumento della spesa media turistica pro-capite giornaliera.

Il convergere verso l'uno o l'altro degli scenari dipende da alcune variabili in parte esogene, quali *l'andamento economico a livello internazionale*, le *azioni intraprese dalle destinazioni concorrenti*, e in parte endogene, quali *gli interventi di adeguamento e potenziamento dell'offerta e di promozione della domanda* messi in

essere dal sistema turistico della Campania, soprattutto grazie agli aiuti del POR. Non si ritiene influenzata l'efficacia di tali azioni da interventi relativi al sistema dell'accessibilità e dei trasporti già sostanzialmente efficace.

Per quanto riguarda l'incremento della spesa media, esso rappresenta un obiettivo tanto importante quanto quello relativo alle presenze turistiche. Tale incremento comporta che, da un lato, occorrerà diversificare i mercati della domanda per le destinazioni più mature senza tuttavia deprimere - anzi cercando di valorizzare - la spesa turistica, dall'altro si impone un forte impegno nell'accrescere la qualità e varietà dell'offerta turistica, con riferimento anche alla valorizzazione di produzioni e servizi tipici, al momento ancora palesemente sottorappresentati all'interno del sistema turistico locale. Pertanto il risultato più immediato che ci si attende è la risposta degli imprenditori operanti nei settori dell'artigianato, del commercio, dei servizi e del turismo affinché l'EVENTO possa costituire il volano per la crescita e lo sviluppo dell'area e dell'intera regione.

**PIANO DI COMUNICAZIONE (VEDI ALLEGATO N.1)**

**PIANO FINANZIARIO (VEDI ALLEGATO N.2)**



# PROVINCIA di BENEVENTO

## EVENTI IN ... CAMPANIA “In@natura - itinerari del gusto” 2<sup>a</sup> edizione

### ALLEGATO N.1

### PIANO DI COMUNICAZIONE

#### Analisi dello scenario

Il turismo 2006 in Italia è stato trainato dalla qualità dell'offerta regionale di cibi e bevande. Tant'è che - così come emerge dal Forum sulle vacanze Made in Italy della Col diretti - per il 68% dei vacanzieri lo shopping del gusto è tra i principali fattori di scelta di una destinazione.

A trainare in Italia, infatti, è soprattutto il suo patrimonio di prodotti a denominazione di origine, di vini e di specialità tradizionali. Puntare sull'enogastronomia locale significa, quindi, anche diversificare ed estendere l'offerta turistica nazionale, oltre le tradizionali mete delle città d'arte e delle spiagge, a favore dei piccoli comuni che coprono un territorio dove grazie all'agricoltura si coltiva oltre la metà della produzione agroalimentare nazionale che ha reso celebre il Made in Italy nel mondo. E la domanda turistica nei centri minori contribuisce anche a riscoprire e a salvare dall'estinzione specialità alimentari ottenute con metodi tradizionali che si tramandano da decine di anni in molte aziende agricole.

Il cibo rappresenta il marcatore culturale e sociale della comunità sannita e la provincia di Benevento rimane quella più “agricola” della Campania e tra le più “agricole” del Paese. In particolare, il Sannio è la provincia campana maggiormente vitata, oltre a segnalarsi nel settore vitivinicolo come la più dinamica e meglio strutturata in ambito regionale. Le rassegne dedicate al vino ed incluse nel programma di “In@natura” – *Falanghina Felix* a Sant'Agata de' Goti, *Vinalia* a Guardia Sanframondi, *Festa del vino* a Castelvenere, *Vinestate* a Torrecuso, *Festa dell'uva* a Solopaca – sono quindi tutti eventi che possono rappresentare un'importante occasione di sviluppo per un'area interna della Campania come il Sannio beneventano.

Per ciò che riguarda il turismo legato a motivazioni ambientali, connesse alla fruizione delle aree protette e dei parchi nazionali, nelle "Linee guida per lo sviluppo turistico della Regione Campania" è segnalato il fatto che tali risorse non sono ancora in grado attrarre autonomamente consistenti flussi turistici, ma esprimono potenziale attrattivo se inserite nell'ambito di un'offerta che contempla altri fattori di attrazione.

E' quest'ultimo il caso di "In@natura", in cui le attività legate all'ambiente si inseriscono in un'offerta ricca di attrazioni enogastronomiche oltre che culturali, così come emerge dal programma illustrato nel progetto.

L'inserimento della rassegna musicale, infine, offre un canale privilegiato all'attenzione di un pubblico eterogeneo e, nello stesso tempo, funge da comunicazione e collante, proponendo scelte artistiche mirate ed aggreganti basate sullo scambio emozionale tra culture e tradizioni diverse.

### **Descrizione delle azioni di comunicazione**

Le attività di comunicazione organizzate dal piano si prevedono a partire dalla fine del 2006. Il primo trimestre 2007 servirà per riaffermare l'identità grafica e per realizzare le prime azioni informative. E' credibile che dal secondo trimestre 2007 gli strumenti siano tutti avviati e che vengano espressi gli approfondimenti tematici per ogni evento.

Una prima esigenza da soddisfare è quella di dare organicità ed immediata visibilità agli interventi attraverso il ricorso al logo grafico già utilizzato per la prima edizione in modo da contraddistinguere la campagna di comunicazione.

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

Verrà data grande importanza alla campagna di affissioni e sarà pianificata una presenza del Sannio sulle pagine dei giornali specializzati e nelle trasmissioni televisive e radiofoniche che andranno in onda sulle reti nazionali e satellitari.

Gli sforzi saranno concentrati sui magazine di viaggi e turismo sulle trasmissioni itineranti ("Italia che vai" e "Linea verde" su RAI UNO, "Planete", ecc.), e sulle rubriche di enogastronomia ("Eat Parade" di RAI DUE, TG1) o su canali specializzati ("Gambero Rosso Channel"). Saranno invitati inoltre a visitare il Sannio - in educational tour appositamente organizzati - giornalisti specializzati della stampa estera e della stampa italiana, in modo da avere importanti riscontri in testate particolarmente diffuse.

Saranno previste una conferenza stampa di presentazione delle attività ed un convegno di chiusura con i risultati. Conferenze stampa intermedie saranno organizzate per la presentazione dei singoli eventi.

Per avere una buona promozione, infine, non si può prescindere dal presentarsi nelle vetrine più rinomate per il settore turistico. In particolare le fiere, da quelle a livello nazionale a quelle di livello internazionale, rimangono strumenti fondamentali per avere una buona visibilità.

### **Obiettivi strategici delle azioni di comunicazione**

In relazione alle considerazioni sin qui fatte le azioni di comunicazione del presente piano assumeranno i seguenti obiettivi specifici:

- Aumentare la notorietà del Sannio beneventano e dei suoi prodotti turistici a livello regionale e nazionale
- Promuovere le diverse opportunità che il territorio offre, supportando una più forte specializzazione dell'offerta turistica legata all'ambiente ed all'enogastronomia
- Valorizzare l'identità culturale dell'area e le sue emergenze oltre a quegli appuntamenti di maggiore richiamo
- Sensibilizzare il pubblico di riferimento sui temi ambientali ed enogastronomici in modo da sviluppare una nuova cultura ambientale

### **Destinatari delle azioni di comunicazione**

I target individuati per la promozione del progetto "In@natura - itinerari del gusto" 2<sup>a</sup> edizione sono di quattro tipologie

1. Operatori professionali
  - tour operator
  - agenzie di viaggi
  - tour organizer
2. Turista enogastronomico
3. Turista ambientale
  - famiglie
  - studenti
  - turista del territorio
4. Turista culturale

## 5. Giornalisti di settore ed opinion makers

- Giornalisti professionisti
- Giornalisti freelance
- Agenzie stampa
- Opinion makers

## **Gli strumenti e i media da utilizzare**

### **Area media**

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

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

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

### **Supporti editoriali**

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

### **Cartellonistica e manifesti**

Sarà realizzata cartellonistica turistica per indicare i luoghi di svolgimento degli eventi. Per quanto riguarda l'affissione su scala provinciale e regionale di manifesti (nel formato 3x6 m. e 70x100 cm) saranno utilizzati i principali spazi per l'affissione statica (spazi comunali, spazi pubblicitari, spazi interni). Le locandine (30x45) saranno affisse principalmente in spazi interni (alberghi, bar, ristoranti, scuole ed università)

### **Prodotti promozionali**

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

## **Fiere e saloni**

Sono previste attività di pubblicizzazione dell'evento in fiere e saloni in Italia ed all'estero.

## **Educational tour**

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

## **I metodi di verifica e di misurazione dei risultati prefissati**

Tutti gli interventi saranno sottoposti ad un sistematico monitoraggio della qualità della progettazione e dei risultati ottenuti attraverso la stesura di *reports* che evidenzieranno principalmente i seguenti parametri:

- **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 risultati ottenuti e risultati attesi, ottenibile soprattutto attraverso la valutazione delle *rassegne stampa*;

**Quadro economico PIANO DI COMUNICAZIONE IN@NATURA 2ª edizione**

N° ORD.	DESCRIZIONE	U. M.	TOTALE
<b>1</b>	<b>AREA MASS MEDIA</b>		
1	Ufficio Stampa	a corpo	€ 43.000,00
2	Spazi publi-redazionali su quotidiani periodici e riviste	a corpo	€ 72.000,00
3	Programmazione spot e radiocomunicati	a corpo	€ 37.000,00
<b>TOTALE</b>			<b>€ 152.000,00</b>
<b>2</b>	<b>SUPPORTI EDITORIALI</b>		
1	Cartoline, depliant, locandine, poster, brochure, flyers ed inviti	a corpo	€ 15.000,00
<b>TOTALE</b>			<b>€ 15.000,00</b>
<b>3</b>	<b>CARTELLONISTICA E MANIFESTI</b>		
1	Cartellonistica	a corpo	€ 5.000,00
2	Manifesti e locandine	a corpo	€ 20.000,00
<b>TOTALE</b>			<b>€ 25.000,00</b>
<b>4</b>	<b>PRODOTTI PROMOZIONALI</b>		
1	Gadgets promozionali	a corpo	€ 6.800,00
<b>TOTALE</b>			<b>€ 6.800,00</b>
<b>5</b>	<b>FIERE E SALONI</b>		
1	Fiere e saloni in Italia e all'estero	a corpo	€ 33.000,00
<b>TOTALE</b>			<b>€ 33.000,00</b>
<b>6</b>	<b>EDUCATIONAL TOUR</b>		
1	Educational tour per giornalisti specializzati	a corpo	€ 18.000,00
<b>TOTALE</b>			<b>€ 18.000,00</b>
<b>QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO</b>			<b>TOTALE</b>
A	AREA MASS MEDIA		€ 152.000,00
B	SUPPORTI EDITORIALI		€ 15.000,00
C	CARTELLONISTICA E MANIFESTI		€ 25.000,00
D	PRODOTTI PROMOZIONALI		€ 6.800,00
E	FIERE E SALONI		€ 33.000,00
F	EDUCATIONAL TOUR		€ 18.000,00
1 h)	IVA 20% su A (-1.1), B, C		€ 129.000,00
<b>TOTALE PIANO DI COMUNICAZIONE</b>			<b>€ 378.800,00</b>

Quadro economico BORSA DEL TURISMO AMBIENTALE					
INTERVENTI IMMATERIALI (la codifica corrisponde alle voci del Disciplinare regionale approvato con D.G.R. n. 665/05 e pubblicato sul n. 35 del BUR Campania del 18/07/05)					
N° ORD.	DESCRIZIONE	U. M.	COSTO UNITARIO	QUANTITA	TOTALE
<b>1 a)</b>	<b>PERSONALE ESTERNO/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, TUTORAGGIO ECC.</b>				
1	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	45	€ 6.750,00
2	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	45	€ 6.750,00
3	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	45	€ 6.750,00
<b>TOTALE Personale</b>					<b>€ 20.250,00</b>
<b>1 b)</b>	<b>TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI</b> Sono inclusi i costi relativi ai viaggi, ai trasporti, al vitto, all'alloggio ed altre spese, debitamente documentate, sostenute dal personale esterno/consulenti				
1	Rimborso spese per viaggi e trasporti	a corpo	€ 5.000,00	1	€ 5.000,00
2	Spese vitto e alloggio	a corpo	€ 10.000,00	1	€ 10.000,00
<b>TOTALE Trasferite e spese per i consulenti</b>					<b>€ 15.000,00</b>
<b>1 c)</b>	<b>COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC.</b>				
1	Cartellonistica	a corpo	€ 2.500,00	1	€ 2.500,00
2	Ufficio Stampa	a corpo	€ 7.500,00	1	€ 7.500,00
3	Spazi publi-redazionali su quotidiani periodici e riviste, spot e radiocomunicati	a corpo	€ 18.000,00	1	€ 18.000,00
4	Cartoline, depliant, brochure, flyers ed inviti	a corpo	€ 5.000,00	1	€ 5.000,00
5	Manifesti, locandine	a corpo	€ 5.000,00	1	€ 5.000,00
6	Noleggio sale ed apparecchiature, Rinfresco - catering	a corpo	€ 20.000,00	1	€ 20.000,00
7	Educational tour: attività di ricerca e selezione, accompagnamento, trasferimenti, vitto e alloggio giornalisti accreditati selezionati	a corpo	€ 18.000,00	1	€ 18.000,00
8	Allestimento stand	a corpo	€ 72.000,00	1	€ 72.000,00
9	Concerto spettacolo ed attività collaterali: costi per cachet artisti, service, allestimenti	a corpo	€ 15.000,00	1	€ 15.000,00
10	Centro logistico comprendente segreteria e call center	a corpo	€ 20.000,00	1	€ 20.000,00
<b>TOTALE Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop, fiere, ecc.</b>					<b>€ 183.000,00</b>
<b>1 d)</b>	<b>ALTRE CONSULENZE</b> (IVA ed oneri previdenziali inclusi)				
1	Consulenza scientifica per realizzazione fiera	a corpo	€ 20.000,00	1	€ 20.000,00
<b>TOTALE Altre Consulenze</b>					<b>€ 20.000,00</b>

QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO		TOTALE
1 a)	PERSONALE ADIBITO AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, TUTORAGGIO ECC.	€ 20.250,00
1 b)	TRASFERTE E SPESE PER I CONSULENTI	€ 15.000,00
1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC.	€ 183.000,00

1 d)	ALTRE CONSULENZE	€	20.000,00
1 g)	SPESE GENERALI < 2,5%	€	350,00
1 h)	IVA 20% SU VOCI 1 c)	€	36.600,00
	<b>TOTALE INTERVENTI IMMATERIALI</b>	€	<b>275.200,00</b>

### Quadro economico CONVEGNO INAUGURALE

INTERVENTI IMMATERIALI (la codifica corrisponde alle voci del Disciplinare regionale approvato con D.G.R. n. 665/05 e pubblicato sul n. 35 del BUR Campania del 18/07/05)

N° ORD.	DESCRIZIONE	U. M.	COSTO UNITARIO	QUANTITA	TOTALE
<b>1 a)</b>	<b>PERSONALE ESTERNO/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA</b>				
1	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	5	€ 750,00
2	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	5	€ 750,00
3	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	5	€ 750,00
	<b>TOTALE Personale</b>				€ <b>2.250,00</b>
<b>1 b)</b>	<b>TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI</b>				
1	Rimborso spese per viaggi e trasporti	Km	€ 0,25	1500	€ 375,00
2	Spese vitto e alloggio	a corpo	€ 2.000,00	1	€ 2.000,00
	<b>TOTALE Trasferite e spese per i consulenti</b>				€ <b>2.375,00</b>
<b>1 c)</b>	<b>COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI</b>				
1	Cartoline, depliant, brochure, flyers ed inviti	a corpo	€ 5.000,00	1	€ 5.000,00
2	Manifesti	a corpo	€ 5.000,00	1	€ 5.000,00
3	Ufficio Stampa	a corpo	€ 18.000,00	1	€ 18.000,00
4	Spazi publi-redazionali su quotidiani periodici e riviste	a corpo	€ 30.000,00	1	€ 30.000,00
5	Programmazione spot e radiocomunicati	a corpo	€ 20.000,00	1	€ 20.000,00
6	Noleggio sala ed apparecchiature, Rinfresco - catering	a corpo	€ 7.000,00	1	€ 7.000,00
7	Concerto spettacolo ed attività collaterali: costi per cachet artisti, service, allestimenti	a corpo	€ 25.000,00	1	€ 25.000,00
8	Centro logistico comprendente segreteria e call center per l'intera durata dell'evento	a corpo	€ 25.000,00	1	€ 25.000,00
9	Attività di pubblicizzazione dell'evento IN@NATURA in Itali e all'estero: sono inclusi i costi di viaggio e di soggiorno; l'allestimento dello stand; attività di ricerca e selezione dei partner locali; attività di interpretariato; attività di promozione	a corpo	€ 25.000,00	1	€ 25.000,00
	<b>TOTALE Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop</b>				€ <b>160.000,00</b>
<b>1 d)</b>	<b>ALTRE CONSULENZE</b>				
1	Consulenza scientifica per realizzazione convegno	a corpo	€ 9.000,00	1	€ 9.000,00
	<b>TOTALE Altre Consulenze</b>				€ <b>9.000,00</b>

QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO			TOTALE
1 a)	PERSONALE ADIBITO AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA	€	2.250,00
1 b)	TRASFERTE E SPESE PER I CONSULENTI	€	2.375,00
1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI,	€	160.000,00
1 d)	ALTRE CONSULENZE	€	9.000,00

1 g)	SPESE GENERALI < 2,5%	€	275,00
1 h)	IVA 20% SU VOCI 1c)	€	32.000,00
<b>TOTALE INTERVENTI IMMATERIALI</b>			<b>€ 205.900,00</b>

Quadro economico VISITA PERCORSO LA CINZIA MORA					
INTERVENTI IMMATERIALI (la codifica corrisponde alle voci del Disciplinare regionale approvato con D.G.R. n. 665/05 e pubblicato sul n. 35 del BUR Campania del 18/07/05)					
N° ORD.	DESCRIZIONE	U. M.	COSTO UNITARIO	QUANTITA	TOTALE
<b>1 b) TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI</b>					
1	Spese vitto per i partecipanti	cadauno	€ 10,00	500	€ 5.000,00
<b>TOTALE</b> Traferte e spese per i consulenti					<b>€ 5.000,00</b>
<b>1 c) COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC.</b>					
1	Servizio di navetta	cadauno	€ 100,00	20	€ 2.000,00
2	Gadgets	a corpo	€ 5.000,00	1	€ 5.000,00
3	Attività di pubblicizzazione dell'evento in occasione del Salone del Turismo Scolastico di Genova e della XVII Settimana della cultura scientifica e tecnologica	a corpo	€ 8.000,00	1	€ 8.000,00
<b>TOTALE</b> Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop,					<b>€ 15.000,00</b>
<b>1 d) ALTRE CONSULENZE</b>					
1	Consulenza scientifica :n°2 guide per l'escursione nell'OASI	cadauno	€ 100,00	40	€ 4.000,00
<b>TOTALE</b> Altre Consulenze					<b>€ 4.000,00</b>
<b>QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO</b>					<b>TOTALE</b>
1 b)	TRASFERTE E SPESE				€ 5.000,00
1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI,				€ 15.000,00
1 d)	ALTRE CONSULENZE				€ 4.000,00
1 g)	SPESE GENERALI < 2,5%				€ 50,00
1 h)	IVA 20% SU VOCI 1c)				€ 3.000,00
<b>TOTALE INTERVENTI IMMATERIALI</b>					<b>€ 27.050,00</b>

Quadro economico BIRDWATCHING NIGHT & DAY					
INTERVENTI IMMATERIALI (la codifica corrisponde alle voci del Disciplinare regionale approvato con D.G.R. n. 665/05 e pubblicato sul n. 35 del BUR Campania del 18/07/05)					
N° ORD.	DESCRIZIONE	U. M.	COSTO UNITARIO	QUANTITA	TOTALE
<b>1 b) TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI</b>					
1	Spese vitto per i partecipanti	cadauno	€ 5,50	100	€ 550,00
<b>TOTALE</b> Traferte e spese per i consulenti					<b>€ 550,00</b>
<b>1 c) COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC.</b>					
1	Servizio di navetta	cadauno	€ 100,00	3	€ 300,00
2	Gadgets	a corpo	€ 1.300,00	1	€ 1.300,00
<b>TOTALE</b> Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop,					<b>€ 1.600,00</b>
<b>1 d) ALTRE CONSULENZE</b>					
1	Consulenza scientifica : guida esperta in avifauna	a corpo	€ 1.000,00	1	€ 1.000,00
<b>TOTALE</b> Altre Consulenze					<b>€ 1.000,00</b>
<b>QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO</b>					<b>TOTALE</b>
1 b)	TRASFERTE E SPESE PER I CONSULENTI				€ 550,00

## ALLEGATO N.2

1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC.	€	1.600,00
1 d)	ALTRE CONSULENZE	€	1.000,00
1 g)	SPESE GENERALI < 2,5%	€	30,00
1 h)	IVA 20% SU VOCI 1c)	€	320,00
<b>TOTALE INTERVENTI IMMATERIALI</b>			<b>€ 3.500,00</b>

### Quadro economico ALLA RICERCA DI SE'

INTERVENTI IMMATERIALI (la codifica corrisponde alle voci del Disciplinare regionale approvato con D.G.R. n. 665/05 e pubblicato sul n. 35 del BUR Campania del 18/07/05)

N° ORD.	DESCRIZIONE	U. M.	COSTO UNITARIO	QUANTITA	TOTALE
<b>1 d) TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI</b>					
1	Spese vitto dei partecipanti	cadauno	€ 10,00	18	€ 180,00
<b>TOTALE Traferte e spese per i consulenti</b>					<b>€ 180,00</b>
<b>1 c) COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC.</b>					
1	Servizio di navetta	a corpo	€ 100,00	1	€ 100,00
2	Gadgets	cadauno	€ 500,00	1	€ 500,00
<b>TOTALE Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop, fiere, ecc.</b>					<b>€ 600,00</b>
<b>1 d) ALTRE CONSULENZE (IVA ed oneri previdenziali inclusi)</b>					
1	Consulenza scientifica ed assistenza per l'intera durata del Campo	a corpo	€ 500,00	1	€ 500,00
<b>TOTALE Altre Consulenze</b>					<b>€ 500,00</b>
<b>QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO</b>					<b>TOTALE</b>
1 b)	TRASFERTE E SPESE PER I CONSULENTI				€ 180,00
1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI,				€ 600,00
1 d)	ALTRE CONSULENZE				€ 500,00
1 g)	SPESE GENERALI < 2,5%				€ 100,00
1 h)	IVA 20% SU VOCI 1c)				€ 120,00
<b>TOTALE INTERVENTI IMMATERIALI</b>					<b>€ 1.500,00</b>

### Quadro economico IL VINO E LA TERRA DEL SANNIO: SEI GRANDI EVENTI

INTERVENTI IMMATERIALI (la codifica corrisponde alle voci del Disciplinare regionale approvato con D.G.R. n. 665/05 e pubblicato sul n. 35 del BUR Campania del 18/07/05)

N° ORD.	DESCRIZIONE	U. M.	COSTO UNITARIO	QUANTITA	TOTALE
<b>1 a) PERSONALE ESTERNO/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, TUTORAGGIO ECC. (Selezionati per incarichi occasionali (IVA ed oneri previdenziali inclusi))</b>					
1	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	60	€ 9.000,00
2	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	60	€ 9.000,00
3	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	60	€ 9.000,00

## ALLEGATO N.2

4	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	60	€ 9.000,00
<b>TOTALE Personale</b>					<b>€ 36.000,00</b>
<b>1 b) TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI</b>					
1	Rimborso spese per viaggi e trasporti	Km	€ 0,25	5000	€ 1.250,00
2	Spese vitto e alloggio	a corpo	€ 10.000,00	1	€ 10.000,00
<b>TOTALE Trasferte e spese per i consulenti</b>					<b>€ 11.250,00</b>
<b>1 c) COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC.</b>					
1	Cartoline, depliant, brochure, flyers ed inviti	a corpo	€ 5.000,00	1	€ 5.000,00
2	Manifesti e locandine	a corpo	€ 5.000,00	1	€ 5.000,00
3	Ufficio Stampa	a corpo	€ 10.000,00	1	€ 10.000,00
4	Spazi publi-redazionali su quotidiani periodici e riviste	a corpo	€ 20.000,00	1	€ 20.000,00
5	Programmazione spot e radiocomunicati	a corpo	€ 10.000,00	1	€ 10.000,00
6	Concerto spettacolo ed attività collaterali: costi per cachet artisti, service, allestimenti	a corpo	€ 200.000,00	1	€ 200.000,00
<b>TOTALE Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop,</b>					<b>€ 250.000,00</b>
<b>1 d) ALTRE CONSULENZE (IVA ed oneri previdenziali inclusi)</b>					
1	Consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di comunicazione	a corpo	€ 6.000,00	1	€ 6.000,00
2	Consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di coordinamento	a corpo	€ 20.000,00	1	€ 20.000,00
<b>Totale Consulenze</b>					<b>€ 20.000,00</b>

<b>QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO</b>				<b>TOTALE</b>	
1 a)	PERSONALE ADIBITO AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA			€	36.000,00
1 b)	TRASFERTE E SPESE PER I CONSULENTI			€	11.250,00
1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI,			€	250.000,00
1 d)	ALTRE CONSULENZE			€	20.000,00
1 g)	SPESE GENERALI < 2,5%			€	50,00
1 h)	IVA 20% SU VOCI 1c)			€	50.000,00
<b>TOTALE INTERVENTI IMMATERIALI</b>				<b>€</b>	<b>367.300,00</b>

<b>Quadro economico CONVEGNO DI CHIUSURA - PREMIAZIONE CONCORSO</b>					
INTERVENTI IMMATERIALI (la codifica corrisponde alle voci del Disciplinare regionale approvato con D.G.R. n. 665/05 e pubblicato sul n. 35 del BUR Campania del 18/07/05)					
N° ORD.	DESCRIZIONE	U. M.	COSTO UNITARIO	QUANTITA	TOTALE
<b>1 a) PERSONALE ESTERNO/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA,</b>					
1	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	5	€ 750,00
2	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	5	€ 750,00
3	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	giorno	€ 150,00	5	€ 750,00
<b>TOTALE Personale</b>					<b>€ 2.250,00</b>
<b>1 b) TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI</b>					
1	Rimborso spese per viaggi e trasporti	Km	€ 0,25	7500	€ 1.875,00
2	Spese vitto e alloggio	corpo	€ 5.000,00	1	€ 5.000,00
<b>TOTALE Trasferte e spese per i consulenti</b>					<b>€ 6.875,00</b>
<b>1 c) COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI,</b>					
1	Cartellonistica	a corpo	€ 2.500,00	1	€ 2.500,00
2	Ufficio Stampa	a corpo	€ 7.500,00	1	€ 7.500,00
3	Manifesti e locandine	a corpo	€ 5.000,00	1	€ 5.000,00
4	Spazi publi-redazionali su quotidiani periodici e riviste	a corpo	€ 8.000,00	1	€ 8.000,00
5	Programmazione spot e radiocomunicati	a corpo	€ 3.000,00	1	€ 3.000,00

## ALLEGATO N.2

6	Concerto spettacolo ed attività collaterali: costi per cachet artisti, service, allestimenti	a corpo	€ 20.000,00	1	€ 20.000,00
7	Noleggio sala ed apparecchiature- Rinfresco - catering	a corpo	€ 7.500,00	1	€ 7.500,00
<b>T O T A L E Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop,</b>					<b>€ 53.500,00</b>
<b>1 d)</b>	<b>ALTRE CONSULENZE</b>				
1	Direzione artistica	a corpo	€ 50.000,00	1	€ 50.000,00
2	Consulenza per concorso "l'ambiente che vorrei"	a corpo	€ 15.000,00	1	€ 15.000,00
<b>Totale Consulenze</b>					<b>€ 65.000,00</b>

<b>QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO</b>				<b>TOTALE</b>	
1 a)	PERSONALE ADIBITO AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA			€	2.250,00
1 b)	TRASFERTE E SPESE PER I CONSULENTI			€	6.875,00
1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI,			€	53.500,00
1 d)	ALTRE CONSULENZE			€	65.000,00
1 g)	SPESE GENERALI < 2,5%			€	1.055,00
1 h)	IVA 20% SU VOCI 1c)			€	10.700,00
<b>TOTALE INTERVENTI IMMATERIALI</b>				<b>€</b>	<b>139.380,00</b>

<b>TOTALE</b>	<b>€</b>	<b>1.019.830,00</b>
<b>TOTALE A CARICO PROVINCIA DI BENEVENTO (30%)</b>	<b>€</b>	<b>305.949,00</b>
<b>TOTALE A CARICO REGIONE CAMPANIA</b>	<b>€</b>	<b>713.881,00</b>