

La presente deliberazione viene affissa il 20 LUG. 2007 all'Albo Pretorio per rimanervi 15 giorni



PROVINCIA di BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale n. 490 del 20 LUG. 2007

Oggetto: *Interventi promozionali per iniziative turistiche di rilevanza nazionale ed internazionale, "Eventi in ... Campania", annualità 2008.*

Approvazione progetto "In@natura - Itinerari del gusto" 3^ edizione.

L'anno duemilasette il giorno VENTI del mese di LUGLIO
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	_____
4) Ing. Pompilio	FORGIONE	- Assessore	_____
5) Dr. Pietro	GIALLONARDO	- Assessore	_____
6) Dr. Giorgio C.	NISTA	- Assessore	_____
7) Dr. Carlo	PETRIELLA	- Assessore	_____
8) Dr. Rosario	SPATAFORA	- Assessore	_____
9) Geom. Carmine	VALENTINO	- Assessore	_____

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, fatta istruire dal dr. Giuseppe Marsicano, Vice dirigente del Settore Servizi ai cittadini, qui di seguito trascritta :

PREMESSO

che la Giunta Regionale della Campania, con deliberazione n. 1016 del 15 giugno 2007, 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 2008;

che l'Area Generale di Coordinamento Sviluppo Attività Settore Terziario Settore Sviluppo e Promozione della Regione Campania, con decreto dirigenziale n. 362 del 15 giugno 2007, ha

emanato l'Avviso Pubblico per la Selezione delle iniziative turistiche di rilevanza nazionale ed internazionale "Eventi in ... Campania" nell'ambito della programmazione, per l'annualità 2008, degli interventi promozionali per l'incremento dei flussi turistici in Campania;

LETTO l'Avviso Pubblico della Regione Campania, pubblicato sul B.U.R.C. n. 36 del 26 giugno 2007, relativo alla Selezione delle iniziative turistiche di rilevanza nazionale ed internazionale "Eventi ... in Campania";

RILEVATO

che il suddetto Avviso Pubblico prevede la selezione di Progetti per la realizzazione di iniziative finalizzate al riposizionamento del "prodotto Campania" sul mercato nazionale ed estero e ad incentivare l'arrivo di flussi turistici anche in periodi di bassa stagione;

che tali iniziative definite "Eventi in ... Campania" consistono in manifestazioni ad alta attrattività, che rappresentino un appuntamento di significativo rilievo per lo sviluppo del comparto turistico nonché per l'implementazione del sistema di fruizione del patrimonio culturale della Campania;

che l'Avviso Pubblico definisce le modalità ed i termini per la presentazione dei progetti "Eventi in ... Campania", da realizzare nel periodo gennaio/dicembre 2008;

che le Province sono tra i soggetti ammessi alla presentazione dei Progetti;

CONSIDERATO

che la Provincia di Benevento intende realizzare iniziative di promozione turistica, coerenti con le finalità e gli obiettivi del suddetto Avviso Pubblico, al fine di rafforzare la propria immagine turistica, di ampliare la domanda e di favorire l'incremento dei flussi turistici nazionali ed internazionali nel "Sannio";

che con Deliberazione di Giunta Regionale n. 926/2004 e Deliberazione di Consiglio Provinciale di Benevento n. 13/2004 è stata prevista l'istituzione della Società Consortile per Azioni "Art Sannio Campania", finalizzata a sostenere la valorizzazione e la promozione dei beni, delle attività e servizi culturali nel territorio provinciale;

VISTO

il Progetto "In@natura - Itinerari del gusto" 3^a edizione, finalizzato alla valorizzazione e promozione delle bellezze naturali, artistiche e dei prodotti enogastronomici dell'alto Sannio e del Partenio, attraverso mostre, concorsi, convegni, degustazioni guidate e pacchetti turistici;

il relativo Piano Finanziario per un importo complessivo di € 999.160,00, di cui € 299.748,00 pari al 30% a carico del bilancio Provinciale ed € 699.412,00 pari al 70% a carico della Regione Campania;

RILEVATO che il Progetto "In@natura - Itinerari del gusto" 3^a edizione è stato predisposto dalla Provincia di Benevento in partenariato con il Parco Regionale del Partenio e la collaborazione del WWF - Oasi di Pannarano

RITENUTO

dover approvare il Progetto "In@natura - Itinerari del gusto" 3^a edizione ed il relativo piano finanziario per un importo complessivo di € 999.160,00, di cui € 299.748,00 pari al 30% a carico del bilancio Provinciale ed € 699.412,00 pari al 70% a carico della Regione Campania;

dover richiederne il contributo alla Regione Campania, ai sensi dell'Avviso Pubblico "Eventi in ... Campania";

dover individuare quale Responsabile Tecnico del Progetto "In@natura - Itinerari del gusto" 3^a edizione la Società Consortile per Azioni "Art Sannio Campania", in considerazione del

particolare ruolo intrapreso di valorizzazione e promozione del patrimonio storico-culturale provinciale;

dover individuare quale Direttore Artistico del Progetto "In@natura - Itinerari del gusto" 3^ edizione il dr. Puccio Corona, per la particolare competenza ed esperienza nelle materie inerenti alle attività previste in progetto;

dover nominare Responsabile del Procedimento il dr. Giuseppe Marsicano, Vice dirigente del Settore Servizi ai cittadini della Provincia di Benevento;

Esprime parere favorevole circa la regolarità tecnica della proposta.

Li _____

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

Dato atto che la presente Deliberazione non comporta impegno di spesa.

LA GIUNTA

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

A voti unanimi

DELIBERA

Per le motivazioni di cui in premessa che qui si intendono integralmente riportate:

1. di approvare l'allegato Progetto "In@natura - Itinerari del gusto" 3^ edizione, completo del Piano della Comunicazione e del Piano Finanziario, per un importo complessivo di € 999.160,00, di cui € 299.748,00 pari al 30% a carico del bilancio Provinciale ed € 699.412,00 pari al 70% a carico della Regione Campania, e richiederne il finanziamento alla Regione Campania;
2. di nominare Responsabile Tecnico, del suddetto Progetto, la Società Consortile per Azioni "Art Sannio Campania", in considerazione del particolare ruolo intrapreso di valorizzazione e promozione del patrimonio storico-culturale provinciale e Direttore Artistico il dr. Puccio Corona, per la particolare competenza ed esperienza nelle materie inerenti alle attività previste in progetto;
3. di nominare Responsabile del Procedimento il dr. Giuseppe Marsicano, Vice dirigente del Settore Servizi ai cittadini della Provincia di Benevento;
4. di autorizzare il Presidente a presentare alla Regione Campania, con le modalità previste dall'Avviso Pubblico, l'istanza di contributo, quantizzato in € 699.412,00, per la realizzazione del Progetto "In@natura - Itinerari del gusto" 3^ edizione;
5. di precisare che si provvederà allo stanziamento e conseguente impegno di spesa a carico della Provincia di Benevento subordinatamente alla concessione del finanziamento regionale;
6. di mandare la presente delibera al Dirigente Settore Servizi ai Cittadini per i provvedimenti consequenziali.

Verbale letto, confermato e sottoscritto

IL SEGRETARIO GENERALE

(Dr. Gianclaudio IANNELLA)

IL PRESIDENTE

(On.le Carmine NARDONE)

N. 572 **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

IL MESSO

IL SEGRETARIO GENERALE

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott. Gianclaudio IANNELLA)

La suestesa deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio in data 20 LUG. 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.

li 09 AGO. 2007

IL RESPONSABILE DELL'UFFICIO

IL SEGRETARIO GENERALE
IL SEGRETARIO GENERALE
F.to 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 09 AGO. 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, _____

09 AGO. 2007

IL SEGRETARIO GENERALE
IL SEGRETARIO GENERALE
Dott. Gianclaudio IANNELLA

Copia per

h SETTORE SERVIZIO RITARDI prot. n. ES 6182

SETTORE _____ il _____ prot. n. 10.8.02

SETTORE _____ il _____ prot. n. _____

Revisori dei Conti _____ il _____ prot. n. _____

x Nucleo di Valutazione 2235 il _____ prot. n. _____
25.7.02



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
2008
"Eventi in..... CAMPANIA"

in@natura ITINERARI DEL GUSTO – 3^a edizione



Provincia di Benevento

In collaborazione con :



Parco Regionale del Partenio

INDICE

Finalità ed Obiettivi	p.1
Tempi di attuazione	p.3
Cronoprogramma date e luoghi di svolgimento	p.4
Descrizione degli eventi e modalità organizzative	p.4
"Convegno inaugurale e concorso"	p.4
"Escursioni e forti emozioni".....	p.5
"Seconda borsa del turismo ambientale e rurale".....	p.6
"Colori sonori".....	p.7
Stage "La cultura dell'accoglienza e la qualità dell'ospitalità".....	p.8
"Il Vino e la terra del Sannio: sei grandi eventi".....	p.9
Convegno conclusivo e premiazione concorso	p.16
Professionalità impiegate	p.16
Destinatari e mercato di riferimento	p.17
Risultati attesi	p.18
Piano di comunicazione (allegato 1) Analisi dello scenario Descrizione delle azioni di comunicazione Obiettivi strategici delle azioni di comunicazione Destinatari delle azioni di comunicazione Gli strumenti e i media da utilizzare I metodi di verifica e di misurazione dei risultati prefissati Quadro economico	
Piano Finanziario (allegato 2)	



PROVINCIA di BENEVENTO

EVENTI IN ... CAMPANIA “In@natura - itinerari del gusto” 3ª edizione

Nella splendida cornice del Sannio, in Campania, da febbraio ad ottobre, la 2ª Borsa del Turismo Ambientale e Rurale, 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, ricco di tradizioni e testimonianze, con la terza 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, sulla scia del successo della prima edizione, l'organizzazione della 2ª Borsa del Turismo Ambientale e Rurale.

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 2007 che si è collocato nella programmazione regionale e provinciale quale occasione di promozione del territorio del Sannio e del Partenio ed, allo stesso tempo, di confermare i risultati ottenuti con l'organizzazione della Borsa del Turismo Ambientale.

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. Progetti 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, 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.

In questi ultimi anni, infatti, si è assistito alla crescita dell'importanza delle motivazioni culturali e ambientali all'interno della domanda turistica ed 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.

Il fenomeno del turismo enogastronomico, d'altro canto, ha visto un incremento molto importante soprattutto nel corso degli ultimi anni. L'interesse intorno al vino, alle tradizioni gastronomiche locali, ai prodotti tipici ha avviato un processo di cambiamento nelle scelte turistiche degli italiani, ma anche degli stranieri, da sempre affascinati dal mix di arte, cultura, gastronomia che da sempre contraddistingue l'Italia.

A trainare in Italia è infatti soprattutto il suo patrimonio di prodotti a denominazione di origine, di vini e specialità tradizionali. La vacanza Made in Italy nel piatto è infatti l'unica nel mondo a offrire 155 prodotti a denominazione di origine protetta, 357 vini a denominazione Doc/Docg, 4100 prodotti tradizionali censiti dalle regioni che i turisti possono acquistare nelle quasi 50.000 imprese agricole che vendono direttamente ma anche nelle città del vino, dell'olio, del biologico e del pane o lungo le 135 strade del vino e dei sapori. Un patrimonio destinato a crescere ma che ora come ora può contare per i soli prodotti Dop e Igp su un valore al consumo di 9 miliardi di euro al quale si aggiunge un fatturato di 9 miliardi realizzato dal vino Made in Italy. Puntare sull'enogastronomia locale significa quindi 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.

Per sua natura l'industria del turismo e dell'ospitalità è caratterizzata da una forte trasversalità verso altri settori economici ed è quindi in grado, più di ogni altra attività economica, di generare effetti moltiplicativi persistenti e diffusi sul territorio. 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.

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.

Così come rilevato dall'Osservatorio turistico regionale, nel 2006 in Campania si è verificata un'inversione di tendenza positiva: le presenze complessive raggiungono i 19,8 milioni contro i 19,2 milioni del 2005, mentre gli arrivi (con pernottamento) sono

stati circa 4,6 milioni rispetto ai 4,4 dell'anno precedente. La 'radiografia' sulla salute del turismo campano ha evidenziato che si è ritornati all'incirca sui valori del 2004, recuperando in tal modo la perdita del 2005 quando era stata rilevata la performance più negativa fra tutte le regioni italiane", con un andamento negativo degli arrivi (-2,0%) e delle presenze (-3,5%). Si è registrato infatti un aumento delle presenze fra il 3% ed il 3,5%, sia in termini di arrivi che di presenze. Sono aumentati, inoltre, gli arrivi (4%) e le presenze (+3,8%) degli stranieri, in particolare francesi ed inglesi.

Ai fini di un ulteriore miglioramento della posizione competitiva del sistema turistico campano, i punti strategici sui quali si è già puntato dalla 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.

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 2008 – Attività di ideazione esecutiva, contenuti e servizi

Fase esecutiva

FEBBRAIO – MARZO 2008 - Attività di predisposizione e realizzazione degli strumenti operativi progettati

APRILE - NOVEMBRE 2008 – Attività di realizzazione esecutiva dei contenuti del progetto secondo il cronoprogramma

Fase finale

DICEMBRE 2008 – GENNAIO 2009 – Analisi e verifica dei risultati raggiunti

3. Cronoprogramma date e luoghi di svolgimento

4 APRILE 2008 - BENEVENTO – ROCCA DEI RETTORI

Convegno inaugurale e Presentazione Concorso “L’ambiente che vorrei” 2ª edizione

**DAL 7 MAGGIO AL 7 GIUGNO 2008 – OASI DEL WWF DI PANNARANO (BN)-
“Escursioni e forti emozioni”**

**DAL 6 ALL’8 GIUGNO 2008 - BENEVENTO – POLO MUSEALE DELLA
TECNICA E DEL LAVORO IN AGRICOLTURA (MUSA)
2° Borsa del Turismo Ambientale e Rurale**

**DAL 4 AL 6 LUGLIO 2008 – BENEVENTO - POLO MUSEALE DELLA TECNICA
E DEL LAVORO IN AGRICOLTURA (MUSA)
Stage “La cultura dell’accoglienza e la qualità dell’ospitalità”**

**DAL 14 LUGLIO AL 17 AGOSTO 2008 – LE VIE DEL GRANO E DEI MULINI AD
ACQUA: MORCONE, PONTELANDOLFO, COLLE SANNITA, REINO, CERRETO
SANNITA, FOGLIANISE**

**DAL 4 al 10 AGOSTO 2008 – VINALIA – GUARDIA SANFRAMONDI
Evento enogastronomico con percorsi del gusto, laboratori e convegni**

**DAL 22 al 24 AGOSTO 2008 – LA FESTA DEL VINO – CASTELVENERE
Itinerario “sotterraneo” del vino**

**DAL 5 AL 7 SETTEMBRE 2008 – VINESTATE – TORRECUSO
Manifestazione artistico-culturale con spettacoli, concerti, mostre, convegni e
appuntamenti con la gastronomia locale**

**DAL 12 AL 18 SETTEMBRE 2008 – FESTA DELL’UVA – SOLOPACA
Manifestazione con sfilata di carri allegorici**

**13 e 14 SETTEMBRE 2008 – FALANGHINA FELIX – SANT’AGATA dei GOTI
Rassegna regionale dei vini da uve falanghina**

**28 NOVEMBRE 2008– ROCCA DEI RETTORI - BENEVENTO
Convegno conclusivo – Premiazioni concorso**

4. Descrizione degli eventi e Modalità organizzative

**4.1 CONVEGNO INAUGURALE E CONCORSO “L’AMBIENTE CHE VORREI” -
Benevento, 4 aprile 2008**

La giornata inaugurale della 3ª edizione di “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 dalla Provincia di Benevento.

In occasione del Convegno verrà presentata la seconda edizione del concorso cinematografico "L'ambiente che vorrei" tra gli studenti delle scuole superiori del Sannio invitati a realizzare un video che abbia come tema l'ambiente.

Il concorso si propone di avvicinare i giovani al linguaggio audiovisivo, di sviluppare la loro creatività attraverso esperienze diverse e di indirizzarli verso nuovi orizzonti occupazionali. Allo stesso tempo costituisce un valido strumento didattico, alternativo, a disposizione di insegnanti ed operatori scolastici.

La campagna di marketing dell'intera iniziativa comprende la partecipazione alla ECHO ITALIA MONTREAL 2008, 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.

4.2 "ESCURSIONI E FORTI EMOZIONI: viaggio sulle vette, nella profondità delle grotte ed alla ricerca del proprio IO interiore", Oasi Montagna di Sopra di Pannarano 7 maggio – 7 giugno 2008.

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.

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; il "birdwatching night and day"; l'escursione per ritrovare se stessi nella natura con proposta di training autogeno nel bosco.

Visita percorso la "Cincia mora" 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.

“Birdwatching: Night and Day”

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.

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

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

4.3 SECONDA BORSA DEL TURISMO AMBIENTALE E RURALE -

Benevento, 6 – 7 – 8- GIUGNO 2008

La prima edizione della *Borsa del Turismo Ambientale e Rurale* – realizzata a Benevento dall' 8 al 10 giugno 2007 - ha avuto come obiettivo quello di rappresentare l'offerta turistica delle aree interne dell'Appennino Meridionale, assicurandole una specificità tematica che la rende unica nel panorama delle Borse turistiche nazionali.

La Borsa è stata organizzata presso gli spazi del MUSA - Polo Museale per la Tecnica e il Lavoro in Agricoltura, siti in contrada Piano Cappelle, nei pressi di Benevento. Tale scelta, motivata dall'assenza di strutture fieristiche a Benevento, si è rivelata uno dei punti di forza della manifestazione; ha difatti consentito di allestire *ex-novo* un padiglione espositivo nell'ambito di un più ampio spazio polivalente che è stato organizzato come un *parco tematico* dedicato ai temi del turismo ambientale e rurale. Di tale "parco" facevano parte:

- il padiglione espositivo, consistente di un centinaio di stand e dei servizi annessi (reception, sala stampa, area workshop);
- la struttura museale;
- la sala convegni contenuta all'interno di tale struttura;
- un ampio spazio scenico utilizzato per gli spettacoli, soprattutto serali;
- un bar;
- un'area degustazione allestita con stand di produttori enogastronomici;
- il ristorante.

Lo spazio occupato da tali strutture, grazie anche alla posizione in aperta campagna e alla bellissima vista sulle colline e sulla cornice del Taburno-Camposauro è risultata di grande impatto scenico, generando un *effetto sorpresa* che si è rivelato uno dei punti di forza della manifestazione.

Più specificamente, il padiglione espositivo, allestito con la collaborazione di operatori specializzati, ha ospitato stand di operatori provenienti da tutta la Campania, con una presenza prevalente delle province di Avellino e Benevento. Una trentina sono stati gli stand acquisiti da operatori privati (alberghi, strutture agrituristiche e agenzie di servizi turistici), mentre stand multipli sono stati occupati dagli Enti Parco e dal raggruppamento dei GAL campani. Presenti numerosi enti locali, comuni e comunità montane, insieme con tutte le associazioni e fondazioni di riferimento per il settore (WWF, FAI, Lipu, Legambiente).

Diverse migliaia sono stati i visitatori complessivi nei tre giorni di apertura (la Borsa è stata aperta tutti i giorni dalle 10:00 alle 19:00), con alcuni momenti topici che hanno coinciso con l'organizzazione dei workshop tra domanda e offerta. Tali workshop hanno avuto luogo in uno spazio riservato nei pomeriggi di venerdì 8 e sabato 9; sono consistiti di vere e proprie attività di scambio commerciale e contrattazione, cui hanno preso parte una quarantina di tour operator internazionali (provenienti da Germania, Austria, Svizzera, Svezia e Norvegia), una trentina di operatori nazionali e le potenziali controparti locali (albergatori, agriturismo, agenti di viaggio), le quali hanno avuto modo di proporre la propria offerta.

L'implementazione coordinata delle attività, gestite con una costante attenzione alla qualità dei servizi e alla soddisfazione degli operatori e dei visitatori, ha consentito il raggiungimento degli obiettivi prefissati dagli organizzatori, vale a dire la realizzazione di una prima edizione che, pur scontando l'inevitabile *handicap* dell'assoluta novità, si posizionasse con standard di alta qualità all'interno del panorama delle Borse nazionali. Come è noto, si tratta, difatti, di un panorama piuttosto affollato (sono un'ottantina le Borse organizzate a vario titolo sul territorio nazionale), al cui interno è possibile emergere soddisfacendo due requisiti di base: *l'alta qualità organizzativa e la specializzazione* tematica.

Per la seconda edizione, l'obiettivo è quello di consolidare i risultati ottenuti, proseguendo nella direzione della creazione della Borsa del Turismo dell'Appennino Meridionale. A tal fine si renderanno necessarie le seguenti azioni:

- *allargare la platea geografica degli espositori presenti*. Il successo della prima edizione rende credibile l'offerta a partecipare da rivolgere ad operatori abruzzesi, molisani, pugliesi e lucani, che già in parte sono stati presenti;
- *potenziare ulteriormente il sistema degli educational e dei workshop*, che rappresentano un concreto contributo alla capacità di commercializzazione del territorio;
- *specializzare e qualificare il sistema dei convegni*, che devono accompagnare la crescita del profilo e del bacino geografico di richiamo della manifestazione.

4.4 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 I^a 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 I^a 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.

4.5 STAGE "LA CULTURA DELL'ACCOGLIENZA E LA QUALITÀ DELL'OSPITALITÀ", Benevento, 4-5-6- luglio 2008

L'obiettivo dello stage - inserito nella programmazione de "Il Vino e la terra del Sannio: sei grandi eventi" - è quello di trasferire modelli di gestione del servizio turistico e fornire ai responsabili dei vari eventi gli strumenti adeguati per accrescere e migliorare le proprie competenze.

L'accoglienza e la qualità dell'ospitalità sono fattori sempre più determinanti per lo sviluppo turistico. Nello scenario attuale, caratterizzato da dinamiche turistiche sempre più complesse e mutevoli, il "sistema di accoglienza" delle nostre aree turistiche, assume un'importanza strategica sia in quanto principale strumento di promozione a disposizione degli operatori turistici, sia quale elemento determinante per il "ritorno". In un sondaggio rivolto a persone che per la prima volta si recavano in vacanza in una determinata località, alla domanda "perché avete scelto questo luogo?" nel 51% dei casi la risposta era "perché ne ha parlato bene chi ci è stato". Una percentuale ancora maggiore (il 58%) decide di tornare a visitare una determinata località perché ha un bel ricordo di come si è trovato. Analisi di mercato di questo tipo mostrano, con tutta evidenza, come il "trovarsi bene" dipenda in buona parte dall'accoglienza ricevuta. Di fronte a un'offerta turistica affollata delle più disparate proposte - molte delle quali accattivanti per qualità e per prezzo - è il fattore dell'accoglienza a rappresentare uno dei maggiori punti di forza di una proposta turistica di qualità. Il ruolo che il turista attribuisce all'ospitalità ricevuta assume

un'importanza sempre maggiore, fino a diventare elemento determinante e strategico: è il vero "valore aggiunto" della proposta turistica.

Il "sistema accoglienza" è fatto, principalmente, di strutture e di persone. Per strutture si intendono tutti gli strumenti atti a favorire un buon accesso al servizio turistico: servizi informativi, accessibilità fisica (strade, ecc.), trasporti, presenza di servizi alla persona, ecc. Per persone non si intendono solamente coloro che sono addetti direttamente ai servizi turistici, bensì anche coloro che operano in altri ambiti, ma entrano a contatto con gli ospiti: trasporti, sanità, banche, esercizi commerciali, servizi pubblici, ecc." (G. Dall'Ara "Comunicazione e marketing" FrancoAngeli editore, Milano 2003). La nuova frontiera del marketing territoriale è quella che si occupa delle persone. Sono le persone ad accogliere, non i depliant o gli Uffici informazioni turistiche, o le hall degli alberghi. E l'accoglienza non è una questione di sole procedure da imparare.

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

4.6 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.

LE VIE DEL GRANO E DEI MULINI AD ACQUA – Morcone, Pontelandolfo, Colle Sannita, Reino, Cerreto Sannita, Foglianise - 14 luglio – 17 agosto 2008

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. assorbono manodopera e creano 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.

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).

A Colle Sannita la Pro-Loco propone di promuovere e valorizzare l'antica tradizione dei carri di grano realizzati nelle contrade e nei rioni del Comune in occasione della Festa della Madonna del Carmine che ha luogo il 4 agosto. In questa data, infatti, vengono realizzati degli artistici carri del grano frutto del paziente lavoro che viene svolto nelle contrade e nei rioni di Colle. I carri sfilano lungo le vie cittadine e poi restano in esposizione nella centrale piazza G. Flora per alcuni gironi così da poter essere ammirati dai turisti e dalla cittadinanza.

Già in passato la Pro-Loco di Colle Sannita è stata impegnata nella promozione e nel rilancio di questa antica tradizione che affonda le sue radici nella cultura contadina. Per la promozione del territorio la Pro-Loco ha anche organizzato la Corsa podistica lungo il centro storico, denominata "Corri sul Colle Sannita" ma anche altre iniziative tendenti alla valorizzazione del territorio utilizzando a questo scopo anche vari strumenti di comunicazione come speciali televisivi e articoli di giornali.

A Cerreto Sannita si propone un affascinante viaggio tra cibo e bevande, sapori e profumi, piaceri e colori, cultura e storia. Tutti i week-end di agosto 2008: alla scoperta delle antiche ricette e dei luoghi della storia e dell'arte. I sapori ed i saperi dell'antico ducato dei Carafa sono gli ingredienti principali della rassegna "*Le vie del grano e dei mulini ad acqua*", una serie di proposte diverse per immergersi un intero week-end in scenari suggestivi dove l'arte e l'architettura sono l'espressione di uno spirito che ha segnato indelebilmente il territorio. Il visitatore potrà conoscere le bellezze del luogo e assaporare i piatti di antica tradizione attraverso il filo delle

percezioni visive per immergersi fino in fondo nello spirito dei luoghi di questa terra e viverla anche nei suoi odori e nei suoi sapori scoprendo le locande, i ristoranti e gli agriturismi, in cui godersi il piacere di antiche ricette e dei prodotti più genuini e gustosi. Sono l'arte del bello e l'arte del buono, l'armonia che nasce dal rapporto intimo tra uomo e ambiente secolarmente scandita e modellata, sia che si tratti di cibo preparato secondo antiche ricette che di cibo dell'anima. Per tutti gli appassionati della natura e della tranquillità sarà, inoltre, possibile immergersi nel verde con lunghe passeggiate nei boschi, o il rilassante percorso nel centro storico. In programma anche tappe dedicate all'arte ceramica.

L'offerta de "Le Vie del grano e dei mulini ad acqua" 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

"VINALIA" - Guardia Sanframondi, dal 04 al 10 agosto 2008

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 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. 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, l'edizione 2008 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 Titerno e le gole di Caccaviola);

Museo enogastronomico MEG, Solopaca;

Olio extravergine di oliva, San Lupo;

"FESTA DEL VINO" - Castelvenere dal 22 al 24 agosto 2008

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 titerne, 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.

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 castelvenere: 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 castelvenere, 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 autoctono 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.

Per l'anno prossimo la Pro Loco Castelvenere intende allestire la ricca proposta sia nella centralissima piazza San Barbato (dove si è svolta negli ultimi anni) che 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 'Serenio 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 2008 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).

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 (Ipsar) 'Le Streghe' di Benevento. Si tratta di una scuola che proprio nella "costola" castelvenere 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 anche una vasta fetta (parliamo del 23%) di enoturisti che proviene da oltre 300 chilometri. Senza contare alla 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 Telese;

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;

"VINESTATE" – Torrecuso, dal 5 agosto al 7 settembre 2008

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 imbottigliatori 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, Telese;

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);

"FESTA DELL'UVA" – Solopaca, dal 12 al 18 settembre 2008

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

XXII 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, Telesse;

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);

“FALANGHINA FELIX” - Sant'Agata de' Goti, 13 e 14 settembre 2008

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 Chiese di S'Agata;

Alla scoperta delle Cantine sotterranee di S'Agata

Visita dell'Oasi WWF Montagna di sopra, Pannarano.

4.7 Convegno conclusivo – Premiazione concorso Benevento, 28 novembre 2008

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 selezionati da un'apposita giuria. Sono previsti premi e menzioni speciali: dal filmato premiato sarà ricavato uno spot che sarà utilizzato nelle prossime campagne promozionali e curato dal Direttore Artistico Puccio Corona.

5. Professionalità impiegate

Il progetto si avvale di professionalità specifiche e di eccellenza.

L'Agenzia dei Beni Culturali Art Sannio Campania 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.

5.1. Il Direttore Artistico

Quale Direttore Artistico della terza 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". E' 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.

5.2. 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. Destinatari e 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 enogastronomico; 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, enogastronomica 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’interno del nucleo familiare che, attraverso la tecnica del “passa-parola”, possa costituire un flusso auto-alimentante.

Sicuramente tra i mercati di riferimento c’è quello regionale e nazionale, in modo particolare, per il target “enogastronauti” quelle regioni che sono distanti 300/400 km dalla provincia di Benevento (Puglia, Molise, Basilicata, Abruzzo, Lazio, Umbria e Marche).

Per quanto riguarda invece il target dei turisti del territorio, Piemonte, Lombardi, Veneto ed Emilia-Romagna costituiranno le aree prioritarie sul mercato interno, in ragione sia del loro reddito pro-capite che della propensione ai viaggi ed alla spesa media in vacanza.

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.

7. 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 (MUSA) ed il Laboratorio Europeo della Naturalità (LEN) 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, attraverso la sottoscrizione di convenzioni, 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.

L'intervento, nel suo complesso, condurrà alla creazione di un sistema di offerta turistica rispondente alla domanda del moderno turista.

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

Si possono prevedere effetti positivi a diversi livelli così riassumibili:

- Rafforzamento dell'immagine territoriale attraverso azioni di comunicazione efficaci;
- Rafforzamento del sistema integrato di offerta (turismo ambientale, enogastronomico, termale, culturale);
- Rafforzamento delle relazioni tra soggetti territoriali, pubblici e privati;
- Rafforzamento e destagionalizzazione della domanda;
- Incremento dei flussi turistici italiani e stranieri;
- Rafforzamento delle professionalità degli attori locali dell'ospitalità;
- Rafforzamento del sistema economico e produttivo locale;
- Rafforzamento della politica di sostenibilità;
- Rafforzamento del rapporto alimentazione e benessere

PIANO DI COMUNICAZIONE (VEDI ALLEGATO N.1)

PIANO FINANZIARIO (VEDI ALLEGATO N.2)



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 2008
"Eventi in..... CAMPANIA"

in@natura ITINERARI DEL GUSTO – 3^a edizione

PIANO DI COMUNICAZIONE



PROVINCIA di BENEVENTO

EVENTI IN ... CAMPANIA
"In@natura - itinerari del gusto"
3^a edizione

ALLEGATO N.1

PIANO DI COMUNICAZIONE

Analisi dello scenario

Il turismo 2007 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 di 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 2007. Il primo trimestre 2008 servirà per riaffermare l'identità grafica e per realizzare le prime azioni informative. E' credibile che dal secondo trimestre 2008 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" 2ª 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 3ª edizione			
N° ORD.	DESCRIZIONE	U. M.	TOTALE
1	AREA MASS MEDIA		
1	Ufficio Stampa	a corpo	€ 29.600,00
2	Spazi publi-redazionali su quotidiani periodici e riviste	a corpo	€ 76.000,00
3	Programmazione spot e radiocomunicati	a corpo	€ 37.000,00
TOTALE			€ 142.600,00
2	SUPPORTI EDITORIALI		
1	Cartoline, depliant, locandine, poster, brochure, flyers ed inviti	a corpo	€ 35.000,00
TOTALE			€ 35.000,00
3	CARTELLONISTICA E MANIFESTI		
1	Cartellonistica	a corpo	€ 6.600,00
2	Manifesti e locandine	a corpo	€ 37.000,00
TOTALE			€ 43.600,00
4	PRODOTTI PROMOZIONALI		
1	Gadgets promozionali	a corpo	€ 20.800,00
TOTALE			€ 20.800,00
5	FIERE E SALONI		
1	Fiere e saloni in Italia e all'estero	a corpo	€ 33.000,00
TOTALE			€ 33.000,00
6	EDUCATIONAL TOUR		
1	Educational tour per giornalisti specializzati	a corpo	€ 22.000,00
TOTALE			€ 22.000,00
QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO			TOTALE
A	AREA MASS MEDIA		€ 142.600,00
B	SUPPORTI EDITORIALI		€ 35.000,00
C	CARTELLONISTICA E MANIFESTI		€ 43.600,00
D	PRODOTTI PROMOZIONALI		€ 20.800,00
E	FIERE E SALONI		€ 33.000,00
F	EDUCATIONAL TOUR		€ 22.000,00
TOTALE PIANO DI COMUNICAZIONE			€ 297.000,00



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 2008
"Eventi in..... CAMPANIA"

in@natura ITINERARI DEL GUSTO – 3^a edizione

PIANO FINANZIARIO

ALLEGATO N.2

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
1 a) PERSONALE ESTERNO/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, TUTORAGGIO ECC.					
1	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	a corpo	€ 3.750,00	1	€ 3.750,00
TOTALE Personale					€ 3.750,00
1 b) TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI					
2	Spese vitto e alloggio	a corpo	€ 2.375,00	1	€ 2.375,00
TOTALE Traferte e spese per i consulenti					€ 2.375,00
1 c) COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC. (IVA inclusa)					
1	Cartoline, depliant, brochure, flyers ed inviti	a corpo	€ 15.000,00	1	€ 15.000,00
2	Manifesti	a corpo	€ 11.000,00	1	€ 11.000,00
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
9	Attività di pubblicizzazione dell'evento IN@NATURA in Italia 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
TOTALE Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop, fiere, ecc.					€ 101.000,00
1 d) ALTRE CONSULENZE (IVA ed oneri previdenziali inclusi)					
1	Consulenza scientifica per realizzazione convegno	a corpo	€ 5.000,00	1	€ 5.000,00
TOTALE Altre Consulenze					€ 5.000,00
QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO					TOTALE
1 a)	PERSONALE ADIBITO AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, TUTORAGGIO ECC.				€ 3.750,00
1 b)	TRASFERTE E SPESE PER I CONSULENTI				€ 2.375,00
1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC.				€ 101.000,00
1 d)	ALTRE CONSULENZE				€ 5.000,00
1 g)	SPESE GENERALI < 2,5%				€ 275,00
TOTALE INTERVENTI IMMATERIALI					€ 112.400,00

Quadro economico ESCURSIONE E FORTI EMOZIONI					
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

ALLEGATO N.2

TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI					
1 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	Spese vitto per i partecipanti	cadauno	€ 15,00	382	€ 5.730,00
T O T A L E Trasferite e spese per i consulenti				€	5.730,00
1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC. (IVA inclusa)				
1	Servizio di navetta	a corpo	€ 4.000,00	1	€ 4.000,00
2	Gadgets	a corpo	€ 6.800,00	1	€ 6.800,00
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	€ 10.000,00	1	€ 10.000,00
T O T A L E Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop, fiere, ecc.				€	20.800,00
1 d)	ALTRE CONSULENZE (IVA ed oneri previdenziali inclusi)				
1	Consulenza scientifica	a corpo	€ 2.000,00	1	€ 2.000,00
2	Guide esperte per l'escursione nell'OASI	a corpo	€ 2.000,00	1	€ 2.000,00
T O T A L E Altre Consulenze				€	4.000,00
QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO				TOTALE	
1 b)	TRASFERTE E SPESE				€ 5.730,00
1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC.				€ 20.800,00
1 d)	ALTRE CONSULENZE				€ 4.000,00
1 g)	SPESE GENERALI < 2,5%				€ 50,00
TOTALE INTERVENTI IMMATERIALI				€	30.580,00

Quadro economico BORSA DEL TURISMO AMBIENTALE E RURALE 2ª EDIZIONE

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
1 a)	PERSONALE ESTERNO/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, TUTORAGGIO ECC. Selezionati per incarichi occasionali (IVA ed oneri previdenziali inclusi)				
1	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	a corpo	€ 28.350,00	1	€ 28.350,00
2	Consulenza scientifica per realizzazione fiera	a corpo	€ 12.000,00	1	€ 12.000,00

ALLEGATO N.2

T O T A L E Personale					€ 40.350,00
TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI					
1 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	€ 4.900,00	1	€ 4.900,00
2	Spese vitto e alloggio	a corpo	€ 10.000,00	1	€ 10.000,00
T O T A L E Trasferite e spese per i consulenti					€ 14.900,00
1 c) COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC. (IVA inclusa)					
1	Cartellonistica	a corpo	€ 4.100,00	1	€ 4.100,00
2	Ufficio Stampa	a corpo	€ 12.100,00	1	€ 12.100,00
3	Spazi publi-redazionali su quotidiani periodici e riviste, spot e radiocomunicati	a corpo	€ 22.000,00	1	€ 22.000,00
4	Cartoline, depliants, brochure, flyers ed inviti	a corpo	€ 15.000,00	1	€ 15.000,00
5	Gadgets promozionali	a corpo	€ 14.000,00	1	€ 14.000,00
6	Manifesti, locandine	a corpo	€ 15.000,00	1	€ 15.000,00
7	Centro logistico comprendente segreteria e call center	a corpo	€ 20.000,00	1	€ 20.000,00
8	Allestimento stand	a corpo	€ 197.400,00	1	€ 197.400,00
9	Educational tour: attività di ricerca e selezione, accompagnamento, trasferimenti, vitto e alloggio giornalisti accreditati selezionati	a corpo	€ 22.000,00	1	€ 22.000,00
T O T A L E Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop, fiere, ecc.					€ 321.600,00

QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO		TOTALE	
1 a)	PERSONALE ADIBITO AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, TUTORAGGIO ECC.	€	40.350,00
1 b)	TRASFERTE E SPESE PER I CONSULENTI	€	14.900,00
1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC.	€	321.600,00
1 g)	SPESE GENERALI < 2,5%	€	350,00
TOTALE INTERVENTI IMMATERIALI		€	377.200,00

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
1 a)	PERSONALE ESTERNO/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, TUTORAGGIO ECC.				
	Selezionati per incarichi occasionali (IVA ed oneri previdenziali inclusi)				

ALLEGATO N.2

1	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	a corpo	€ 36.000,00	1	€	36.000,00
TOTALE Personale					€	36.000,00
1 b) TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI						
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
TOTALE Traferte e spese per i consulenti					€	11.250,00
1 c) COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC. (IVA inclusa)						
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
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	Realizzazione stage "La cultura dell'accoglienza e la qualità dell'ospitalità"	a corpo	€ 28.000,00	1	€	28.000,00
7	Serata speciale "Goodbye Benevento"	a corpo	€ 12.000,00	1	€	12.000,00
8	Colori Sonori -Concerto spettacolo ed attività collaterali: costi per cachet artisti, service, allestimenti	a corpo	€ 230.000,00	1	€	230.000,00
TOTALE Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop, fiere, ecc.					€	310.000,00
1 d) ALTRE CONSULENZE (IVA ed oneri previdenziali inclusi)						
2	Consulente esperto nel settore vitivinicolo per attività di coordinamento	a corpo	€ 20.000,00	1	€	20.000,00
Totale Consulenze					€	20.000,00

QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO		TOTALE	
1 a)	PERSONALE ADIBITO AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, TUTORAGGIO ECC.	€	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, WORKSHOP, FIERE, ECC.	€	310.000,00
1 d)	ALTRE CONSULENZE	€	20.000,00
1 g)	SPESE GENERALI < 2,5%	€	50,00
TOTALE INTERVENTI IMMATERIALI		€	377.300,00

Quadro economico CONVEGNO DI CHIUSURA - PREMIAZIONE CONCORSO

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)

ALLEGATO N.2

N° ORD	DESCRIZIONE	U. M.	COSTO UNITARIO	QUANTITÀ	TOTALE
1 a)	PERSONALE ESTERNO/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, TUTORAGGIO ECC.				
1	Personale con esperienza da 3 a 5 anni adibito ad attività organizzative	a corpo	€ 2.250,00	1	€ 2.250,00
TOTALE Personale					€ 2.250,00
1 b)	TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI 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	Km	€ 0,25	7500	€ 1.875,00
2	Spese vitto e alloggio	corpo	€ 5.000,00	1	€ 5.000,00
TOTALE Trasferite e spese per i consulenti					€ 6.875,00
1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE E/O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP, FIERE, ECC. (IVA inclusa)				
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
7	Noleggio sala ed apparecchiature-Rinfresco - catering	a corpo	€ 5.500,00	1	€ 5.500,00
TOTALE Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop, fiere, ecc.					€ 31.500,00
1 d)	ALTRE CONSULENZE (IVA ed oneri previdenziali inclusi)				
1	Direzione artistica	a corpo	€ 50.000,00	1	€ 50.000,00
2	Consulenza per concorso "l'ambiente che"	a corpo	€ 10.000,00	1	€ 10.000,00
Totale Consulenze					€ 60.000,00

QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO		TOTALE
1 a)	PERSONALE ADIBITO AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, TUTORAGGIO ECC.	€ 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, WORKSHOP, FIERE, ECC.	€ 31.500,00
1 d)	ALTRE CONSULENZE	€ 60.000,00
1 g)	SPESE GENERALI < 2,5%	€ 1.055,00
TOTALE INTERVENTI IMMATERIALI		€ 101.680,00

TOTALE PROGETTO	€ 999.160,00
TOTALE A CARICO PROVINCIA DI BENEVENTO (30%)	€ 299.748,00
TOTALE A CARICO REGIONE CAMPANIA	€ 699.412,00