



Comune di Capaccio  
(Provincia di Salerno)  
info@comune.capaccio.sa.it

Corso Vittorio Emanuele, 84047 Capaccio (SA)

**DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE**

N° 114 DEL 15/04/2009

**Oggetto: Approvazione progetto "Paestum Festival, come to Paestum".**

L'anno duemilanove il giorno **quindici** del mese di **Aprile**, alle ore **11.30** con la continuazione, nella sala delle adunanze della Sede Comunale, si è riunita la Giunta Comunale convocata nelle forme di legge.

Presiede l'adunanza **Marino Pasquale**, nella sua qualità di Sindaco.

		Presenti	Assenti
1	<b>Tarallo Lorenzo Gerardo</b>	Si	
2	<b>Ciuccio Roberto</b>	Si	
3	<b>Di Lucia Vincenzo</b>		Si
4	<b>Guglielmotti Eugenio</b>	Si	
5	<b>Nacarlo Salvatore</b>		Si

Assiste il V. Segretario Dott.ssa **Maria Velia Petraglia** incaricato della redazione del verbale.

**IL PRESIDENTE**

Constatato il numero legale degli intervenuti, dichiara aperta l'adunanza ed invita i presenti alla trattazione dell'argomento indicato in oggetto.

## LA GIUNTA COMUNALE

### Premesso che:

- ogni anno nel periodo estivo, viene organizzato nell'area Archeologica di Paestum, dalla Fondazione Paestum Festival, con la direzione artistica di Mario Crasto De Stefano e con il contributo del Comune di Capaccio, la manifestazione "**Paestum Festival**" con eventi di musica, lirica, danza, teatro, cabaret e cinema;
- la Regione Campania ha pubblicato (Burc n. 14 del 02-03-2009) il provvedimento per la manifestazione d'interesse alla presentazione di progetti di eventi, iniziative e festival per la composizione dei "viaggi" nella storia, nell'arte, nella creatività e nella tradizione ( delibera n. 184 del 06-02-89);

**Considerato** che questo Ente è interessato a partecipare all'iniziativa riportata al punto 1., lettera E, del provvedimento Regionale, " Il Viaggio nella creatività: Il Festival itinerante della creatività", che prevede la realizzazione di un festival itinerante della creatività con attenzione ai diversi linguaggi creativi, dalla musica all'ingegno in tutte le sue espressioni, rivolto ai giovani campani ed aperto a contributi di giovani provenienti da altre realtà estere, che coinvolgerà tutto il territorio campano e racchiuso in un arco temporale almeno di tre settimane.

**Che** la Fondazione Paestum si è resa disponibile a concedere al Comune di Capaccio ogni diritto esclusivo in merito alla realizzazione della XII Edizione del " Paestum Festival, Come to Paestum";

**Rilevato** che la manifestazione d'interessi dovrà essere presentata, entro il 20 aprile 2009, alla Giunta Regionale della Campania, mediante apposita scheda progettuale;

**Esaminato** il progetto predisposto dal Responsabile del Servizio Sport, Turismo e Spettacolo del valore di € 480.000,00, di cui € 335.000,00 a carico della Regione Campania ed € 120.000,00 a carico del Comune di Capaccio, e ritenuto lo stesso meritevole di approvazione;

Acquisiti, ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 267/2000:

- il parere favorevole del Responsabile del Servizio;
- il parere favorevole del Responsabile del Servizio Finanziario;

Ad unanimità di voti resi nei modi e termini di legge.

### DELIBERA

- 1) Di approvare, in ogni sua parte, il Progetto contenente la XII edizione della manifestazione "**Paestum Festival, come to Paestum**", che allegato alla presente ne fa parte integrante e sostanziale;
- 2) Di trasmettere il su indicato progetto alla Regione Campania per l'inserire dello stesso all'interno dei viaggi della creatività: il Festival itinerante la creatività, previsto nel provvedimento di manifestazione d'interesse della Regione Campania in premessa indicato e per la partecipazione alle spese di organizzazione, mediante finanziamento dell'importo di € **335.000,00**, pari al 69,79 del costo totale del progetto;
- 3) Di formalizzare l'incarico professionale, ai sensi dell'art. 57, comma 2, lettera b, del D.Lgs. 163/2006, di Direttore Artistico, all' Ing. Mario Crasto de Stefano, ad avvenuto concessione di finanziamento da parte della Regione Campania e nell'importo previsto nel quadro economico del progetto esecutivo;
- 4) Di far gravare la spesa di € 120.000,00, prevista a carico del Comune di Capaccio, sul Bilancio 2009;
- 5) Di demandare i Responsabili dei Servizi agli adempimenti consequenziali;
- 6) Rendere la presente immediatamente eseguibile ai sensi di Legge.

**COMUNE DI CAPACCIO**  
**Provincia di Salerno**

*P a e s t u m F e s t i v a l*

**COME TO PAESTUM**



**Zona archeologica**

**XII Edizione**

**Cinema, musica, lirica, danza, teatro, cabaret**

*Responsabile del Progetto:*  
*Dott. Carmine Vertullo*

*Direzione Artistica:*  
*Ing. Mario Crasto De Stefano*

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento

*Firma*

## ALLEGATO "C"

### IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO

Viaggio nella creatività : il Festival itinerante della creatività

**1. Nome: Progetto Viaggio nella creatività PAESTUM FESTIVAL (Come to Paestum)**

**2. Ente pubblico realizzatore/Beneficiario:**

Ente : Comune di Capaccio  
Indirizzo (Civico, CAP, Località) : via Vitt. Emanuele n. 1 – 84047 Capaccio  
Telefono : 0828812205-812111, fax 0828821446  
E-Mail : c.vertullo@comune.capaccio.sa.it

**3. Localizzazione dell'intervento : Zona Archeologica di Paestum – Tempio di Cerere**

**4. Costo dell'intervento:**

TOTALE : € 480.000,00 di cui :  
Finanziamento richiesto  
alla Regione : € 335.000,00  
Altre Risorse pubbliche : € 120.000,00  
Risorse private : € 25.000,00

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

---

## DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO

### 1. Descrizione dell'intervento-finalità-obiettivi

#### - Descrizione

Il progetto, contenente gli spettacoli che si terranno nel Teatro Dei Templi, con sfondo il tempio di Cerere, sarà realizzato nei mesi di luglio- agosto 2009.

Gli eventi, caratterizzati da opere classiche e popolari uniche, per il loro contenuto o per la modalità di esecuzione, saranno riservati ad un vasto numero di spettatori.

All'interno di **PAESTUM FESTIVAL ( Come to Paestum)** troveranno spazio spettacoli di cinema, musica classica, musica leggera, lirica, danza, teatro, cabaret.

Il tema dello spettacolo si sposterà, a fine spettacolo, dai templi alla tavola. Quattro ristoranti ubicati nei pressi delle quattro porte di Paestum, offriranno un menù dopoteatro, dedicato ai celebri protagonisti del cinema di tutti i tempi ed ad antiche pietanze, così da valorizzare con la continuità tematica *del viaggio* del turista, oltre l'area archeologica, anche il contesto recettivo.

In sostanza il pubblico, attratto dall'evento artistico, sarà invitato a scoprire le varie bellezze del Territorio: gli scavi, i borghi, il mare, la campagna, gli allevamenti di bufale, le attività produttive di mozzarella e formaggi e la gastronomia.

Saranno predisposti pacchetti turistici che, in concomitanza con gli spettacoli, offriranno soggiorni ed escursioni.

#### - Finalità

Il progetto **PAESTUM FESTIVAL (Come to Paestum)**, ha per tema il viaggio nella memoria e nelle emozioni, in cui immagina di aprire, al visitatore, il territorio in un modo originale e suggestivo.

L'idea è stata attinta da un'antica tradizione di viaggio, il *Gran Tour*, che portava alla scoperta di Paestum artisti e giovani dell'aristocrazia e dell'alta borghesia europea. Nei loro diari riportavano descrizioni e disegni in cui traspare, ancora oggi, lo stupore dei viaggiatori.

Quindi, la necessità di strutturare un percorso che attragga il turista interessato a godere delle bellezze e risorse del luogo.

#### - Obiettivi

La cultura è il valore aggiunto che Paestum può offrire al viaggiatore attento, spingendolo a conoscere l'antica Poseidonia anche in periodi di media stagione. **PAESTUM FESTIVAL (Come to Paestum)** vuole aggiungere al viaggio della memoria, la scoperta dei templi come opera di un'antica ed importante società, quello delle emozioni, facendo vivere attraverso spettacoli suggestivi il Genius Loci.

La formula proposta è elastica e consente al visitatore di vivere pienamente l'intera area del Comune di Capaccio, valorizzando in tutti i suoi aspetti il sito archeologico e le tipicità gastronomiche.

Il presente progetto non intende coinvolgere solo il turista che aderisce al pacchetto (week end o settimanale), ma anche le persone interessate ad una visita di un giorno per vivere l'esperienza di uno spettacolo nei Templi. Questo tipo di target garantisce anche una crescita di consapevolezza e di identità locale.

**2. Mercato nazionale/internazionale di riferimento Target di riferimento-destinatari dell'offerta**

Il progetto si indirizza al mercato nazionale ed internazionale, con particolare attenzione al turismo culturale e archeologico.

I Templi, patrimonio dell'umanità, forse è più noto al pubblico straniero che a quello italiano.

Pertanto, appare importante indirizzare l'informazione alle università, alle associazioni culturali, alla terza età, nonché agli enti e centri ricreativi. Un'azione capillare su questi soggetti, consentirebbe di ampliare la tipologia di fruitori dell'offerta turistica e di rendere, maggiormente, noto il sito archeologico.

**3. Luogo di svolgimento – Locations**

Zona Archeologica di Paestum-Tempio di Cerere.

**4. Bene o sito culturale valorizzato con l'evento:**

Area Archeologica di Paestum.

**5. Date di svolgimento degli eventi**

Dal 10 luglio al 30 agosto 2009.

**6. Palinsesto e programma dettagliato**

Il progetto **PAESTUM FESTIVAL ( Come to Paestum)** si svolgerà in dieci appuntamenti di spettacoli di musica classica e leggera, lirica, danza, teatro, cabaret e cinema .

Gli spettacoli proposti saranno per la maggior parte interpretati o realizzati con il contributo di giovani artisti italiani e stranieri , con attenzione ai diversi linguaggi creativi, dalla musica all'ingegno artistico in tutte le sue espressioni.

## 7. Cast artistico (programmato):

- 1) Concerto di musica leggera di Giusi Ferreri;
- 2) Concerto OMAGGIO A HÄNDEL in occasione del 250° Anniversario della morte del grande compositore, a cura dell'orchestra del Conservatorio Domenico Cimarosa di Avellino, con finale di fuochi pirotecnici;
- 3) Festival internazionale di Torre del Lago presenta Le Villi opera prima di Giacomo Puccini;
- 4) Nel centenario della morte di Diaghilev Gran Gala con i solisti del Teatro San Carlo di Napoli Omaggio a Diaghilev;
- 5) Accademia Nazionale di Danza e Biennale di Venezia presentano Incipit coreografie di Pina Bausch, Robyn Orlin e Jacopo Godani;
- 6) Daniele Cipriani Entertainment presenta CARMEN con Rossella Brescia Da Colorado Cafè coreografie di Luciano Cannito;
- 7) Isa Danieli concerto PER LA MIA TERRA, recital e canzoni del repertorio napoletano;
- 8) Proiezione del film L'ULTIMO PULCINELLA con Massimo Ranieri per la regia di Maurizio Scaparro;
- 9) High School Musical;
- 10) Concerto Musiche Da Film a cura dell'orchestra giovani allievi città di Aversa.

## 8. Direttore Artistico/Curatore scientifico

Direttore artistico :Mario Crasto De Stefano

Residente a via solimene 127- 80127 Napoli, tel: 3292808667, 0812295545

### CURRICULUM

Nato a Napoli il 3 febbraio 1951.

Laureato in Ingegneria presso l'Università di Napoli.

In grado di conversare con facilità in inglese ed in tedesco.

Inizia la sua attività nel mondo dello spettacolo nel 1975, organizzando la produzione di spettacoli teatrali e collaborando alla riapertura di alcuni Teatri nella Regione Campania.

- Dal 1986 a tutt'oggi, dirige a Salerno il Festival internazionale "Salerno Danza", sovvenzionato dal Ministero Beni e attività culturali, sotto l'egida del Comune e della Provincia di Salerno;
- Dal 1988 al 1991, ha rivestito il ruolo di Direttore Organizzativo del Teatro Bellini di Napoli, ed ha contribuito, attivamente, all'inaugurazione ed ai successi delle iniziative realizzate, in quegli anni, dal teatro;
- Dal 1992 al 1996, trasferito a Viterbo, è stato incaricato dall'Amministrazione Civica di Viterbo ad organizzare la stagione teatrale del Teatro Comunale Dell'Unione, carica che ha ricoperto per dieci anni;
- Dal 1995 al 2006, nominato Presidente del Consorzio Teatro Campania, organismo di distribuzione di teatro riconosciuto dal Ministero dei Beni e Attività Culturali ha svolto una immensa e qualificata attività di programmazione e promozione delle stagioni teatrali di molti Comuni della Regione Campania;
- Dal 1998 è direttore artistico del Paestum Festival, rassegna multidisciplinare di teatro, lirica, musica e danza, realizzato nella zona archeologica di Paestum, giunta nel 2008 alla sua undicesima edizione, considerata la migliore rassegna estiva della Provincia di Salerno.
- Nel 2006 ha firmato la direzione artistica di Antichità Spettacolari nell'ambito degli Eventi promossi dalla Regione Campania, realizzando a Paestum, in quell'ambito, il concerto storico di Bob Dylan;
- Dal settembre del 1999 al 2004, ha ricoperto la carica di Presidente dell'Adep Associazione Danza Esercizio e Promozione aderente a Federdanza Agis, che rappresenta gli operatori nazionali del settore della distribuzione danza;
- Dal dicembre 1999 è Vice Presidente Vicario di Federdanza Federazione nazionale delle attività di danza aderente all'Agis ( Associazione Generale dello Spettacolo);
- Nel 2001 fonda e ne assume la carica di Direttore Artistico il CDTM, Circuito Campano della Danza, primo Circuito di danza operante nella Regione Campania, che programma oltre 50 spettacoli di danza in Regione;
- Dal 2002 a 2006 è stato nominato dall'Agis, membro nel Comitato per i Problemi dello Spettacolo – Settore Danza;
- Dal 2005 è nominato VicePresidente, con delega per la danza, dell'ATDM Associazione teatro danza e musica aderente all'Unione Regionale Agis Campania.

In tutti questi anni di attività ha maturato professionalità e esperienze nelle discipline della amministrazione e dell'organizzazione e dello spettacolo, dal vivo, sviluppando in particolare una sua conoscenza nel panorama della distribuzione di spettacoli di balletto e di danza in Italia, con una specifica gestione nell'ambito della Regione Campania dove attraverso l'azione del Circuito Campano della danza riconosciuto dal Mibac e dalla Regione Campania ha contribuito al rilancio in termini di "mercato" di questo specifico settore dello spettacolo dal vivo.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

## 9. Coerenza del progetto con l'idea forza del "Viaggio nella creatività: il Festival Itinerante della Creatività"

La coerenza del presente progetto con le linee guida del viaggio nella creatività si esplica attraverso i seguenti aspetti:

- l'attenzione ai diversi linguaggi creativi, dalla musica all'ingegno in tutte le sue espressioni;
- l'apertura a contributi culturali ed artistici di giovani campani e provenienti da altre realtà estere;
- la valorizzazione e promozione dei beni culturali ed ambientali e la loro attrazione turistica;

L'idea progetto prevede l'interazione di altri enti pubblici, strutture recettive, operatori turistici e dello spettacolo, al fine di creare sinergie funzionali.

Il Comune di Capaccio-Paestum è agevolato in questo compito di coordinamento sia per la sua conoscenza del Territorio che per la propria natura, che da sempre lo vede promotore di cultura e sviluppo locale.

I templi di Paestum sono un perfetto esempio della civiltà antica ed hanno rappresentato per secoli una tappa essenziale per la crescita spirituale di importanti artisti. Anche nel novecento Paestum suggestionava l'immaginario collettivo ispirando, in epoca fascista, gli artisti che si esibivano tra i templi al calar del sole. Il connubio Templi\Arte è di vecchia data e in questo rapporto può intravedersi la chiave di volta che può reggere un progetto di sviluppo turistico locale, in cui la cultura è un forte attrattore per viaggiatori attenti anche all'ambiente.

## 10. Piano di comunicazione dell'evento – descrizione piano di Comunicazione di PAESTUM FESTIVAL ( Come to Paestum)

La pubblicità dell'evento verrà effettuata mediante:

- la realizzazione e la diffusione su scala nazionale/internazionale di materiale promozionale cartaceo (brochure, depliant, locandine stampate in due lingue);
- la realizzazione e la relativa affissione, almeno su scala provinciale/regionale, di manifesti pubblicitari;
- l'acquisizione di spazi pubblicitari e/o pagine redazionali su quotidiani e/o riviste a diffusione nazionale/internazionale.

Queste tre azioni di comunicazione si muoveranno in un contesto che terra in considerazione sia le difficoltà di informazione su un territorio così esteso come quello della Provincia di Salerno che i costi di comunicazione nazionale e internazionale che interagisce col territorio, soprattutto, attraverso la presenza della Zona Archeologica ed il Museo.

Uno stretto rapporto di collaborazione sarà intessuto con la Soprintendenza Archeologica, in modo da utilizzare, in maniera sinergica, i canali di comunicazione già in loro possesso.

Nel dettaglio possiamo dire che i vettori della comunicazione utilizzati saranno i seguenti:

- Sito internet di appoggio [Danzateatro.net](http://Danzateatro.net);
- Manifesti 6x3 affissi nelle principali città della Regione Campania;
- Manifesti 100x140 affissi nelle reti metropolitane di Napoli e Roma;
- Locandine e brochure inviate ai principali consolati e ambasciate di Napoli e Roma;
- Locandine e brochure inviate ai principali Festival italiani ed europei di spettacolo;
- Locandine e brochure inviate ai principali uffici turistici di Napoli e Roma;
- Azioni di concertazione svolte con i principali Festival italiani con l'ASTOI Ass. dei tour operator italiani;
- Locandine e brochure inviate alle sedi delle principali Università di Napoli, Roma e Salerno nonché ad un elenco di scuole medie del basso Lazio da sempre fra i maggiori fruitori delle visite scolastiche a Paestum;

- Spot radiofonici e televisivi su scala provinciale e regionale;
- Avvisi pubblicitari su quotidiani e riviste nazionali e regionali quali: Il Mattino, La Repubblica, e Corriere della Sera;
- Ufficio Stampa con una forte impronta orientato nei confronti della stampa turistica;
- Inviti di partecipazione ai responsabili turistici regionali e nazionali. Gli obiettivi di quest'azione sono innanzi tutto informativi per istituzioni turistiche locali e non, sono indirizzati alle rappresentanze diplomatiche in Italia dei maggiori paesi europei, alle grandi analoghe manifestazioni di spettacolo italiane e straniere. Puntano ad una informazione capillare via internet, affidano alla pubblicità sulla stampa e al lavoro dell'ufficio stampa e all'affissione dei manifesti e alla realizzazione di spot una visibilità informativa imprescindibile.

La verifica dei risultati ottenuti sarà constatata dalla rassegna stampa, dal numero dei turisti stranieri partecipanti, dal numero dei biglietti online acquistati, dal numero dei contatti del sito internet, dal numero delle informazioni evase, dal numero dell'incremento delle prenotazioni di pernottamento per lo stesso periodo rispetto agli anni precedenti, dal numero degli spettatori, ecc.

Al piano di comunicazione è destinato, così come si rileva dal quadro economico, un importo complessivo di € 70.000,00 pari, a circa, il 15% dell'importo complessivo.

## 11. Cronoprogramma dell'evento

### Fasi attuative:

In particolare, il progetto è costituito dai seguenti quattro work package.

#### 1) WP maggio 2009

In questa fase si procederà con:

- Attenta analisi dei risultati ottenuti nel monitoraggio degli anni precedenti;
- Ridefinizione dell'attività di pre produzione;
- Attenta analisi dell'organigramma delle risorse umane e loro definizione e contrattualizzazione;
- Studio degli strumenti di pubblicizzazione a basso costo sul territorio nazionale e internazionale;
- Individuazione definitiva delle offerte artistiche e loro selezione, per la definizione del programma definitivo e la compilazione di precontratti;
- Predisposizione definitiva del piano di comunicazione;
- Elaborazione grafica di tutti i vettori necessari alla comunicazione del progetto;
- Prestampa di campioni e predisposizioni di offerte di pacchetti turistici da presentare alle Borse del Turismo;
- I contatti con tutti i possibili fruitori del progetto dai tour operator, alle Università, alle fasce turistiche nazionali sia di solo turismo estivo che di turismo artistico, al turista straniero, e agli imprenditori e artigiani interessati alla promozione integrata del territorio;
- La raccolta di tutte le informazioni riguardanti il territorio per soddisfare le esigenze del turista e dei visitatori e garantirne una maggiore visibilità e divulgazione.

#### 2) WP giugno 2009

Questa fase interesserà la produzione del Progetto ed, in particolare, sarà focalizzata su:

- Procedure e contrattualizzazione di tutte le proposte artistiche del progetto;
- produzione del progetto con tutto il cast artistico;
- Produzione definitiva di tutti i vettori promozionali del progetto;
- Distribuzione e lancio della Campagna promozionale sui tour-operator;
- Sostegno degli enti locali, degli enti turistici regionali e delle maestranze locali per promuovere sul territorio il progetto;
- Richiesta di utilizzo a strutture locali e ditte specializzate sul territorio alle quali ci si appoggerà per la realizzazione del progetto.

## EFFETTI ATTESI

### Effetti attesi :

Effetti indiretti sull'occupazione, sulle pari opportunità e/o sulla Società

Il Festival ( Come to Paestum) puntano a creare un'immagine  
positiva ai Templi di Paestum. Ciò consentirà di dare un impulso al turismo  
nel periodo di media stagione. Puntando non solo sul numero ma anche  
sulla qualità del servizio e sulla professionalità locali.

- Allestimento di tutte le strutture ed i relativi servizi a sostegno del progetto.

- Promozione del progetto

Inoltre, si provvederà a:

- Organizzazione delle attività ed eventi per la promozione del progetto presso le realtà locali interessate  
di spettacoli, dell'editoria locale, delle aziende artigianali ed agro-alimentari;

- Costruzione di un Sito Internet per la divulgazione e la promozione del progetto con offerte integrative  
che arrivino dal territorio.

### 3) WP luglio-agosto

Questa fase interesserà la realizzazione del progetto in tutte le sue sezioni e modulazioni.

### 4) WP agosto

Sarà la fase di monitoraggio del progetto e valutazione dei risultati raggiunti dal sistema di attività  
costruite dal progetto

Il valore aggiunto ottenuto dalla interazione delle attività sarà tra gli obiettivi centrali del progetto ed il  
suo conseguimento sarà uno dei segnali per comprendere il successo dell'operazione.

Il monitoraggio amministrativo, finanziario, operativo e l'autovalutazione avranno il compito di favorire  
una percezione a tempi ravvicinati del processo di costruzione del progetto, dei punti critici e delle  
possibilità di intervento nei casi di eventuali modifiche necessarie in corso d'opera, delle procedure e  
delle metodologie adottate, valorizzando anche la capacità critica e propositiva di visitatori, turisti,  
curiosi e di tutti i potenziali fruitori del progetto. La costruzione di questionari (griglie autovalutative a  
domanda chiusa, aperta, semistrutturata o strutturata) relativi ad eventi e servizi sarà uno degli strumenti  
di questo work package insieme alla decisione dei tempi e modi della somministrazione. Tale materiale  
confluirà, opportunamente decantato e rielaborato, in una biografia del percorso progettuale, che  
ripercorrerà criticamente i vari momenti e che fornirà insieme ai dati relativi ai flussi turistici, al  
commercio e alle imprese, elementi utili per la valutazione conclusiva.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

## ANALISI DELLA DOMANDA

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

Il progetto si basa, oltre che sulle peculiarità locali, anche sull'osservazione dei cambiamenti delle abitudini e tipologie di turismo, che negli ultimi anni hanno visto una tendenza a concentrare, nei week end, i periodi di vacanza sia degli italiani che dei turisti europei.

Inoltre è importante rilevare che la globalizzazione ed i voli low cost hanno ampliato il numero dei concorrenti dell'Italia anche per il turismo culturale ed archeologico. Questo rafforza la necessità di qualificare l'offerta rendendola unica e attraente, presentando al viaggiatore qualcosa in più.

L'Italia è conosciuta in tutto il mondo come culla della cultura, patria delle grandi civiltà del mondo antico. Questa fama tocca anche gli Scavi di Paestum, ma l'attrattiva dell'antica Poseidonia va rafforzata con dei servizi aggiuntivi che permettano al viaggiatore di vivere un'esperienza unica. Il progetto **PAESTUM FESTIVAL (Come to Paestum)** risponde a questa esigenza e punta a diventare l'elemento di riqualificazione dell'offerta turistica locale unendo tutti le attrattive del Sud Italia: Arte, Cultura, Monumenti, Mare, Gastronomia e Cordialità tutto "servito" con molta professionalità.

### 13. Tipologia dei destinatari:

Straniero: il progetto si indirizza a un target medio-alto europeo affascinato dalla grande tradizione della musica, del teatro e della danza, amante del mare e della buona tavola. Ma soprattutto ad un pubblico di giovani attirati dalla possibilità di vivere insieme e socialmente grandi emozioni.

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

Il Territorio che ruota intorno al complesso dell'area archeologica di Paestum ha necessità di affermare un'immagine forte e positiva in campo nazionale e internazionale per diventare, nell'immaginario collettivo, un luogo "da dover assolutamente visitare". Un evento di punta che mira ad un turismo artistico di alto profilo, consentirebbe oltre all'ampliamento dell'offerta turistica anche a quello del mercato dei prodotti tipici locali, tra cui, la mozzarella di bufala campana. Tale prodotto ha subito un duro colpo a causa della DIOSSINA ed ha bisogno di un rilancio, per riacquistare la fiducia dei clienti. L'offerta turistica legata a **PAESTUM FESTIVAL (Come to Paestum)**, prevedendo anche la visita al territorio e, tra l'altro, ai Caseifici, può contribuire sia al rilancio del turismo anche alla ricostruzione di una buona immagine della Mozzarella.

## FATTIBILITÀ FINANZIARIA

### 15. Quadro economico dell'intervento

(Inserire quadro economico riepilogativo, comprensivo delle voci di entrata e di uscita, comprese le spese per la comunicazione)

*Manifestazione d'interesse alla presentazione di progetti di eventi, iniziative e festival per la composizione dei "viaggi nella creatività"*

Denominazione iniziativa: **"PAESTUM FESTIVAL ( Come to Paestum)**

#### QUADRO ECONOMICO

PROSPETTO DELLE ENTRATE	EURO	PROSPETTO DELLE USCITE	EURO
Coofinanziamento Regione Campania Manifestazioni d'interesse -Annualità 2009	335.000,00	Allestimenti Generali	80.000,00
Biglietti	10.000,00	Service luci audio	20.000,00
Bilancio Comune di Capaccio	120.000,00	Percorsi enogastronomici	5.000,00
Sponsor	15.000,00	Costi artistici	190.000,00
		Prestazioni Professionali e Artistiche	35.000,00
		Segreteria, organizzazione e produttiva esterna	25.000,00
		Ufficio stampa (1)	10.000,00
		Comunicazione, promozione e pubblicità (1)	45.000,00
		Grafica e tipografia (1)	15.000,00
		Servizi di accoglienza e assistenza tecnica spettacoli ,pulizia,vigili fuoco	25.000,00
		Assicurazioni, concessioni ,siae	25.000,00
		Spese tecniche	5.000,00
<b>TOTALE ENTRATE</b>	<b>480.000</b>	<b>TOTALE USCITE</b>	<b>480.000,00</b>

Costo complessivo	Contributo POR	Altri contributi	Soggetto Proponente e Beneficiario
480.000,00	335.000,00	25.000,00	120.000,00

(1) Al piano di comunicazione è destinato, così come si rileva dalla somma delle voci indicate, un importo complessivo di 70.000,00 € pari a circa il 15% dell'importo complessivo.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

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

Il progetto, confrontando spese / fonti di copertura, appare economicamente e finanziariamente sostenibile in ragione delle seguenti considerazioni:

- Il peso economico/finanziario del Comune di Capaccio si uniforma agli standard di contribuzione storicamente erogati ma possono essere oggetto di variazioni sostanziali anche in termini di erogazione di servizi.
- Le fonti di copertura sono state calcolate più che prudenzialmente sia in termini di ricavi di vendita di servizi che di contributi.

Per quanto concerne il sostegno finanziario dei contributi di minima entità di altri enti, per una logica di prudenza e correttezza, non sono stati inseriti in quanto alla data di scadenza della presentazione del presente Bando non è previsto che tali Enti possano quantificare contribuzioni su istanze, pur legittime in tal senso, con tanto anticipo rispetto agli eventi programmati, (Camera di Commercio di Salerno, Comunità Montana Calore, Ente Parco del Cilento) .

In conclusione il quadro economico/finanziario, in relazione agli impegni di spesa previsti dal progetto, appare sufficientemente tranquillizzante in quanto supportato anche da possibili risorse non contemplate che possono supplire ad eventuali sopravvenienze passive rispetto alle previsioni, ancorché più che prudenziali formulate.

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

La realizzazione del progetto Paestum Festival (Come to Paestum) prevede un investimento finanziario di € 480.000,00, di cui la parte cofinanziabile da parte della Regione Campania con risorse a valere sull'asse 1 del P.O.R. Campania 2007/2013, potrà essere determinato entro un massimo pari al 70% dell'importo come sopra determinato, come da deliberazione di Giunta Regionale n.212 del 06/02/2009 e, comunque, non superiore ad € 335.000,000.

La spesa ammissibile ai fini della quantificazione del contributo massimo erogabile è pari al costo complessivo del progetto € 480.000,00, non trattandosi di intervento "generatore di entrate" (art.55 del Regolamento CE 1083/2006).

## RISULTATI ATTESI

### 18. Risultati attesi, con particolare attenzione a:

- **Flussi turistici movimentabili:**  
Il progetto punta a interessare associazioni culturali, CRAL e Tour Operator così da offrire un pacchetto completo. In tal senso potenzialmente è capace di offrire un flusso importante di turisti a luglio;
- **Durata della permanenza degli stessi:**  
La struttura dell'offerta turistica è flessibile e quindi consente una presenza di gruppi organizzati di turisti sia per i week end che per la settimana;
- **Grado di soddisfazione turisti:**  
La soddisfazione dei fruitori sarà valutata attraverso un sistema di raccolta delle opinioni relative ai diversi ambiti del progetto;

## IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI

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

Descrivere, se vi sono, impatti anche indiretti sull'occupazione, sulle pari opportunità e/o sulla Società dell'Informazione

Gli appuntamenti del PAESTUM FESTIVAL ( Come to Paestum) puntano a creare un'immagine positiva dell'area che ruota intorno ai Templi di Paestum. Ciò consentirà di dare un impulso al turismo di qualità e a svilupparlo anche nel periodo di media stagione. Puntando non solo sul numero ma anche sulla qualità si otterrà un'incidenza anche sul lavoro e sulle professionalità locali.

Pareri sulla proposta di deliberazione (art. 49, c. 1, del T.U.E.L. 18/08/2000, n. 267)

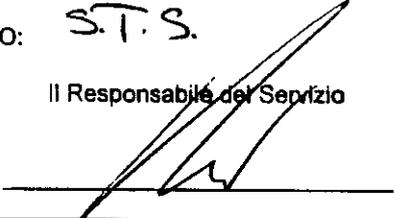
PER LA REGOLARITA' TECNICA

Si esprime parere Favorevole

Capaccio (SA) 15.04.2009

UFFICIO: S.T.S.

Il Responsabile del Servizio



PER LA REGOLARITA' CONTABILE:

Si esprime parere Favorevole

Capaccio (SA) 15.04.2009

UFFICIO DI RAGIONERIA

Il Responsabile del Servizio



PER IL PROFILO DI LEGITTIMITA'

Si esprime parere \_\_\_\_\_

Capaccio (SA) \_\_\_\_\_

Il Segretario Generale

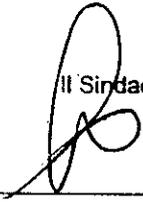


La presente deliberazione viene letta, approvata e sottoscritta.

Il V. Segretario



Il Sindaco

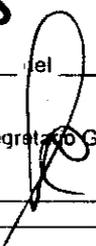


Della suesata deliberazione venne iniziata la pubblicazione il giorno \_\_\_\_\_ e per quindici giorni consecutivi.

Data \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_

Il Segretario Generale

**17 APR. 2009**



Il sottoscritto Segretario attesta:- che la presente deliberazione è stata pubblicata:

dal \_\_\_\_\_

al \_\_\_\_\_

che nessuna richiesta di controllo è pervenuta.

Data \_\_\_\_\_

Il Segretario Generale

Trasmessa ai Capigruppo Consilari

con nota del \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_

Il Segretario Generale

**17 APR. 2009**



La presente deliberazione è divenuta esecutiva:

Essendo stata dichiarata immediatamente eseguibile.

Dopo trascorsi i dieci giorni dalla pubblicazione e senza richiesta di controllo.

Data \_\_\_\_\_

Il Segretario Generale

**17 APR. 2009**

