



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

Corso Vittorio Emanuele, 84047 Capaccio (SA)

Parei 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) **02/08/2012**

UFFICIO **STS**
Il Responsabile del Servizio

PER LA REGOLARITA' CONTABILE:
Si esprime parere **FAVOREVOLE**
Capaccio (SA) **02/08/2012**

UFFICIO **FINANZIARIO**
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 Segretario Generale
ANDREA D'AMORE

Il Sindaco

ITALO VOZA

Si certifica che questa deliberazione, ai sensi dell'art. 32, L. 69/2009, è stata pubblicata sul sito WEB il giorno **03 AGO. 2012** e vi rimarrà per 15 giorni consecutivi.

Il Segretario Generale
ANDREA D'AMORE

Il sottoscritto Segretario attesta:- che la presente deliberazione è stata pubblicata :
dal _____
al _____
che nessuna richiesta di controllo è pervenuta.
Data _____
Il Segretario Generale
ANDREA D'AMORE

Trasmessa ai Capigruppo Consiliari
con nota del **03 AGO. 2012**
Il Segretario Generale
ANDREA D'AMORE

La presente deliberazione è divenuta esecutiva:
 Essendo stata dichiarata immediatamente eseguibile.
 Dopo trascorsi i dieci giorni dalla pubblicazione e senza richiesta di controllo.
Data **03 AGO. 2012**
Il Segretario Generale
ANDREA D'AMORE

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE

N° **154** DEL **02/08/2012**

Oggetto: **Approvazione Progetto Esecutivo Paestum Festival 2012**

L'anno duemiladodici il giorno **due** del mese di **agosto**, alle ore **12,30** con la continuazione, nella sala delle adunanze della Sede Comunale, si è riunita la Giunta Comunale convocata nelle forme di legge.

Presiede l'adunanza **Voza Italo**, nella sua qualità di **Sindaco**.

		Presenti	Assenti
1	Ragni Nicola	Vice Sindaco	SI
2	Barretta Rossana	Assessore	SI
3	Di Lucia Vincenzo	Assessore	SI
4	Palumbo Maria Rosaria	Assessore	SI
5	Voza Eustachio	Assessore	SI

Assiste il **Segretario Generale Dott. Andrea D'Amore**, 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:

- con precedente atto n. 134 del 15-04-2012 è stato approvato il "Progetto Paestum Festival, 2012 dell'importo di € 235.000,00, finanziato con risorse proprie per € 105.000,00 e contributo Regionale per 130.000,00, ed il "Progetto Premio Charlot 2012" dell'importo di € 180.000,00, finanziato con risorse proprie per € 100.000,00 e contributo Regionale per 80.000,00 per candidarli all'avviso della Regione Campania, riguardante la manifestazione d'interesse richieste con note del 18-07-2012 prot. n. 553522 n. 553553 per candidare a finanziamento l'edizione 2012 del Paestum Festival e Premio Charlot;
- con nota del 27-07-2012 prot. 581864 il Dirigente della Regione Campania, ha comunicato che nell'ambito delle iniziative individuate ai sensi della DGR n. 297/2012, il Progetto Paestum Festival 2012 è stato inserito, con D.D. n. 119 del 27-7-2012, nei primi nella graduatoria di merito e nell'elenco delle proposte progettuali utilmente collocatesi nella stessa graduatoria ai fini dell'accesso al finanziamento a valere sulle risorse dell'Obiettivo Operativo 1.9 del PO FESR Campania 2007-2013 per l'importo di € 130.000,00;
- che il Dirigente nella suindicata nota ha chiesto, al fine di poter accedere al finanziamento, l'approvazione del progetto esecutivo e del piano di comunicazione, oltre alla nomina del RUP, che dovrà attestare la congruità dei prezzi e dell'aliquota IVA da applicare.

Considerato che è stato necessario, per il breve tempo a disposizione, predisporre gara informale, ai sensi dell'art. 120, comma 11 del D.Lgs. 165/2012, per la ricerca del soggetto a cui affidare i lavori di allestimento del Teatro dei Templi ed affidare alla Fondazione Paestum Festival, in quanto esecutore negli anni addietro delle edizioni del Paestum Festival, la progettazione esecutiva ed il piano della comunicazione del Progetto Paestum festival 2012;

Ritenuto che il Progetto esecutivo ed il piano della comunicazione, così come formulati sono meritevoli 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, il Progetto esecutivo contenente la XV edizione della manifestazione "**Paestum Festival 2012**", che allegato alla presente ne fa parte integrante e sostanziale, dell'importo di € 235.000,00, finanziato per € 105.000,00 con fondi di Bilancio e vendita biglietti ingresso ed € 130.000,00 con finanziamento regionale, misura 1.9 PO FESR Campania 2007-2013, contenente il quadro economico, il piano di comunicazione e gli interventi di riqualificazione e di manutenzione della locations sede dello stesso evento, redatto dalla Fondazione Paestum Festival con sede in Capaccio ;
- 2)Di demandare al Responsabile Servizio Finanziario di prevedere nel redigente Bilancio 2012, in entrata, la posta di € 50.000,00 per compensi da vendita di biglietti ingresso e di € 130.000,00 per il finanziamento della Regione Campania; in uscita la posta di € 235.000,00 per la realizzazione del Progetto Paestum Festival 2012 -XV edizione;
- 3)Di demandare al RUP, anche in veste di Responsabile del Servizio Turismo, Sport e Spettacolo, la predisposizione degli atti di affidamento alla Fondazione Paestum Festival, ai sensi dell'art. 120, comma 11 del D.Lgs. 165/2012, della progettazione esecutiva, della direzione artistica, della comunicazione e dell'organizzazione dell'evento, nell'importo previsto dal quadro economico del progetto;
- 4)Di nominare **RUP** per la realizzazione del Progetto "**Paestum Festival 2012**", il Dott. Carmine Vertullo, demandando lo stesso per tutti gli adempimenti consequenziali;
- 5)Di trasmettere il presente atto con gli allegati alla Regione Campania;
- 6)Rendere la presente immediatamente eseguibile ai sensi di Legge.

COMPUTO METRICO ESTIMATIVO

PAESTUM FESTIVAL 2012

CapoA.1) Allestimenti

Nr.	Descrizione sommaria	unità di mis.	parti simili	quantità	prezzo unitario	importo	Prezzi
A.1	Allestimento area spettacoli						

FORNITURA	DESCRIZIONE	Nm.	MISURE			Quant.	Prezzi unitari	PREZZO €
			Lungh. mt.	largh. mt.	Altez. mt.			
Palcoscenico	in legno coperto da tavolate ignifughe su profili e travi alluminio o ferro zingato con 2 torri layer in profilati alluminio o ferro montate sui lati palco con 2 scale di servizio con transenne su lati layer in stoffa che si apre sul lato destro per carico e scarico merci con transenna posteriore in ferro o acc	1	16,00	12,00	1,50	288,00	10,00	2880,00
		2	16,00	2,50	12,00	480,00		
		2	16,00		2,00			
		1	122,00		1,00			
Inquadrature palco	quinte armate nere in legno ignifugo rivestite di telo frontale	8	1,00	1,00	4,00	32,00	5,00	160,00
		8	1,00	1,00	4,00	32,00	5,00	160,00
Copertura Palco	Ad alta portata telo ignifugo su profilati e travi alluminio ancorata a pareti alluminio di altezza mt. 12,00 munite di contro ventatura e di 4 motori di movimento su/giù , con relativo operatore durante spettacoli	1	16,00	12,00		192,00	25,00	4800,00
Retro palco	in moquette ignifughe camminamento su terreno che collega scale d'ingresso e camerini	1	30,00	2,00	1,00	60,00	3,50	210,00
Avanti palco	in moquette ignifughe su tavolato e n. 3 corridoi tra sedie	1	32,00	2,00	1,00	64,00	3,50	224,00
		3	40,00	1,00	1,00	40,00	3,50	140,00
Gazebo camerino	in pvc montati su pedana con moquette arredati con due tavoli, 8 sedie, 2 specchietti illuminazione con interruttore indipendente	5	4,00	4,00		80,00	12,00	960,00
Bagni chimici camerini	illuminati per uomini e donne con servizio di espurgo per ogni spettacolo	2				2,00	400,00	800,00
Transennamento laterali	area camerini e palco con struttura in pannelli di legno ignifugo	1	60,00	0,50	2,40	72,00	11,00	792,00

Pedana spettatori	in tavolate ignifughe su profilati di acciaio o ferro o legno dal fronte del palco alle gradinate	1	54,00	32,00	0,10	172,80	20,00	3456,00
Pannelli pubblic.	montaggio di teli scenografici lungo il perimetro esterno dell'area di spettacolo innanzi la ringhiera stradale su supporti come da allegate fotografie	1	60,00	1,00	2,00	120,00	25,00	3000,00
Pedana ingresso	per riallineamento piano di calpestio per eliminazione barriere handicap	1	20,00	2,00	0,10	4,00	20,00	80,00
Transenne	in profilati acciaio per gestione dei flussi	45	2,50		1,10	45,00	12,00	540,00
Sedie	ignifughe da posizionare in settori di classe 1	2000				2000,00	2,50	5000,00
Tribuna	in profilati di ferro o alluminio zincato e lamiera zincata posizionata a ferro di cavallo con sette scalini con capienza di 1500 persone con Scale di perimetrale accesso e con balaustra e 3 tunnel di altezza mt. 2,40 per accesso alla sala spettatori, pavimentati con scivoli di raccordo ignif.	1	100,00	7,00	6,00	4200,00	1,80	7560,00
Pedana- tribuna per meno abili	legno su profilato alluminio o ferro zincato posta lateralmente alla tribuna con scivolo d'ingresso	1	6,00	6,00	0,30	10,80	20,00	216,00
Pedana regia	Legno su profili alluminio o ferro zincato posta in fondo alla sala per regia luci ed audio	1	4,00	4,00	0,30	4,80	15,00	72,00
Bagni chimici Spettatori	per uomini, donne con illuminazione indipendente con servizio di espurgo per ogni spettacolo per meno abili	12				12,00	400,00	4800,00
		2				2	400,00	800,00
Percorsi d'accesso al teatro	in moquette su terreno livellato - sud con cordoni di delimitazione - nord con illuminazione indipendente con cartelli indicativi uscita	1	70,00	4,00	0,07	280,00	2,50	700,00
		1	70,00	4,00	0,07	280,00	2,50	700,00
Impianto elettrico	Quadro elettrico generale palco con interruttori magnetotermici differenziati messa a terra delle strutture	1				1,00		2000,00

	rete e luci di servizio al palco rete e luci per vie di esodo rete e luci per sala rete e luci per camerini rete e luci per bagni rete e fari a tenuta stagna per esterni rete e luci di emergenza a batteria esodo con operatore tecnico per i giorni di spettacolo								
Gruppo elettrogeno	da 200 Kw silenziato con due accessi separati per audio e luci con cavo di collegamento al quadro elettrico posizionato, senza carburante	1				1,00			2500,00
	da 50 Kw silenziato luci teatro ed emergenza e collegamento al quadro elettrico posizionato, con carburante	1				1,00			1500,00
Pedana ingresso Automezzi	per riallineamento piano ingresso	1				1,00	40,00		40,00
Polizza RCT	per danni causati a terzi dalle attrezzature di allestimento	1				1,00			500,00
Estintori	con caratteristiche richieste dalla CPV	11				11,00	55,00		605,00
Autopompa	serbatoio acqua dei Vigili del Fuoco durante spettacoli	1				1,00			500,00
Tabelloni	per esposizione di manifesti e materiale informativo	6				6,00	20,00		120,00
Box informativo	in legno arredato e illuminato e prese elett. o a scelta dell'Ente in fitto di fronte teatro	1	3,00	3,00	2,20	19,80	15,00		297,00
Box bibite	in legno arredato e illuminato e prese elett.	1	3,00	3,00	2,20	19,80	15,00		297,00
Piante	alte in vaso da decoro	15				13,00	60,00		780,00
Polizza RCT	per danni causati a terzi dalle attrezzature di allestimento	1				1,00			500,00
Documentazione	atti attestanti la regolarità dei materiali e della posa in opera e relativi collaudi statici ed elettrici ivi incluse le competenze tecniche e le certificazioni e grafici								1800,00



per il rilascio dell'agibilità della struttura
per una capienza di 3.400 posti

Integrazioni allestimenti	modifiche ed integrazioni richieste dalla CPV per il rilascio dell'agibilità e per migliorare la sicurezza.							600,00
Responsabile struttura	Custodia e manutenzione struttura	1					1,00	2000,00
Totale								52089,00
Esclusiva sponsorizzazione su pannelli stradali - da concordare								-12489,00
Totale								39600,00

COMPUTO METRICO ESTIMATIVO

PAESTUM FESTIVAL 2012

Capo A.2) Prestazioni Artistiche

Nr.	Descrizione sommaria	
A.2)	Forniture di beni : Prestazioni artistiche e costi di produzione / rappresentazione di eventi artistici	
a.2.1)	CASSANDRA (Rossella Brescia)	€ 12.000,00
a.2.2)	DITEGLI SEMPRE DI SI (Antonio Casagrande)	€ 6.000,00
a.2.3)	I VIAGGI DI ULISSE (Nicola Piovani)	€ 16.500,00
a.2.4)	CHI HA PAURA MUORE OGNI GIORNO (G. Ayala)	€ 6.000,00
a.2.5)	NOVECENTO NAPOLETANO	€ 10.000,00
a.2.6)	CAPAREZZA IN CONCERTO	€ 35.000,00
a.2.7)	HOTEL DESDEMONA (Francesco Paolantoni)	€ 6.800,00
a.2.8)	INCONTRI IN PIAZZETTA	€ 2.700,00
a.2.9)	SIPARIO APERTO	€ 3.000,00
<i>Somma voce A2</i>		€ 98.000,00



**COMPUTO METRICO ESTIMATIVO
PAESTUM FESTIVAL 2012**

Capo A.3) Forniture di servizi per l'attuazione dell'evento

Nr.	Descrizione sommaria	unità di misura	part. imil	quantità	prezzo unitario	importo
a.3.1)	Compensi per profili professionali specialistici					
a	Direttore artistico dell'evento	giornate / uomo	1,00	30,00	€ 500,00	€ 15.000,00
b	Responsabile della comunicazione	giornate / uomo	1,00	20,00	€ 125,00	€ 2.500,00
Somma Voce a.b. 3.1):						€ 17.500,00
a.3.2)	Organizzazione e gestione della segreteria e dell'ufficio stampa dell'evento					
a.3.2.a)	Servizio di ufficio stampa					
1	Produzione e invio, via fax ed e-mail, a 1000 nominali del comunicato stampa annuncio evento e fra conferenza stampa. Fase antecedente apertura evento	Numero/ giorni	1,00	1,00	150,00	150,00
2	Produzione di cartelle con stampa complete di comunicati e testi. Fase antecedente apertura	Numero/ giorni	1,00	8,00	20,00	160,00
3	Realizzazione di cd contenenti fotografie. Fase antecedente apertura dell'evento	Numero/ giorni	30,00	1,00	2,33	70,00
4	Organizzazione della conferenza stampa. Fase antecedente apertura dell'evento	Numero/ giorni	1,00	1,00	600,00	600,00
5	Diffusione dell'evento, cortisai con quotidiani, riviste specialistiche del settore, radio e televisioni. Fase di comunicazione durante l'evento	a corpo	1,00	1,00	1.000,00	1.000,00
6	Produzione ed invio via fax ed e-mail di comunicati stampa. Fase di comunicazione durante l'evento	Numero/ giorni	1,00	7,00	60,00	420,00
8	Realizzazione e consegna di rassegna stampa. Fase conclusiva dell'evento	Numero/ giorni	1,00	20,00	10,00	200,00
9	Servizio di segreteria dell'ufficio stampa consistente in contatto con i coordinatori esterni, lanci promozionali e attività di comunicazione. Fase preliminare, fase evento e fase conclusiva	uomo / giorni	1,00	20,00	20,00	400,00
Somma Voce a.3.2.a):						€ 3.000,00
a.3.2.b)	Fornitura di servizi legati ai media, al Web e coordinamento campagna regionale affissione materiali					
1	Spazio pubblicitario sul quotidiano LIBERO Ed. Nazionale n.1 pagine intere colori FORMATO MM.278 X 398	unità	1,00	1,00	€ 800,00	€ 800,00
2	Spazio pubblicitario sul quotidiano IL CORRIERE DEL MEZZOGIORNO A COLORI n. 2 pagine intere colori FORMATO MM. 311 X 422	unità	1,00	2,00	€ 500,00	€ 1.000,00
3	Spazio pubblicitario su quotidiano LA REPUBBLICA DI NAPOLI a colori n.2 FORMATO 1/2 pagina MM.	unità	1,00	2,00	€ 750,00	€ 1.500,00
4	Spazio pubblicitario a colori sul quotidiano LA CITTA' DI SALERNO n.2 pagine intere FORMATO	unità	1,00	2,00	€ 400,00	€ 800,00
5	Ideazione e realizzazione SPOT pubblicitario della durata di 30" - Passaggio su televisione locale LIRA TV con copertura provinciale - n.8 PASSAGGI AL GIORNO x 7 GIORNI	passaggi giorno / giorni	8,00	9,00	€ 25,00	€ 1.800,00
6	Ideazione e realizzazione SPOT pubblicitario della durata di 30" - Passaggio su radio con copertura regionale/provinciale - n.8 passaggi al giorno per 15 gg.	passaggi giorno / giorni	8,00	15,00	€ 2,50	€ 300,00
7	Pubblicità esterna tramite affissione. n. 6 manifesti 6x3 per 14 gg - 500 manifesti 10x140 per 10 gg - 500 manifesti 7x100 per 10 gg nei capoluoghi di provincia di NAPOLI CITTA' - SALERNO CITTA' - SALERNO PROVINCIA - AGROPOLI - PAESTUM - BATTIPAGLIA ; nelle vie e nelle dislocazioni logistiche specificate nel capitolato	Corpo	1,00	1,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00
8	Camion Vela pubblicitario in giro per la Provincia di Salerno x 10 gg.	unità	1,00	10,00	€ 100,00	€ 1.000,00
9	Ripresa video con immagini disponibili il giorno successivo in n. 5 copie per le TV locali	unità	1,00	8,00	€ 100,00	€ 800,00
Somma Voce a.3.4):						€ 10.000,00
a.3.2.c)	Fornitura stampati tipografici					
1	PROGETTO GRAFICO	unità	1,00	1,00	€ 550,00	€ 550,00
2	Stampa di dipalenti 4 arse a quattro colori in bianca e volta su carta patinata lucida da gr. 200 mq. f.io aperto cm.21x40 - chiuso cm. 10x21 formato piegato	unità	1,00	10.000,00	€ 0,10	€ 1.000,00
3	Realizzazione di un manifesto nel formato 6 ml x 3 ml stampa a quattro colori	unità	1,00	6,00	€ 75,00	€ 450,00
4	Realizzazione di un manifesto nel formato 100x140 stampa a quattro su carta patinata lucida da gr.100 mq.	unità	1,00	500,00	€ 2,50	€ 1.250,00
5	Realizzazione di un manifesto nel formato 70x100 stampa a quattro su carta patinata lucida da gr.100 mq.	unità	1,00	500,00	€ 1,60	€ 800,00
6	Realizzazione locandina formato 23 x 33 stampa in 4 colori carta patinata 170gr	unità	1,00	1.000,00	€ 0,30	€ 300,00
7	Realizzazione di cartella stampa formato aperto cm. 31x44 formato chiuso cm. 31x22. stampa a quattro colori in bianca su carta acquerello da gr.240 mq.	unità	1,00	150,00	€ 1,80	€ 270,00
8	Realizzazione e stampa a un colore di buste nel formato cm.11x23	unità	1,00	1.000,00	€ 0,17	€ 170,00
9	Impaginazione e stampa a quattro colori in bianca su carta patinata da gr. 250mq. Di un invito formato cm. 11x22	unità	1,00	1.000,00	€ 0,21	€ 210,00
Somma Voce a.3.3):						€ 5.000,00
Somma Voce a.3.2.a.b.c.):						€ 18.000,00
a.3.3)	Servizi tecnici di sala e servizi di accoglienza					
1	n. 1 direttore responsabile di sala	Gg	1,00	7,00	€ 120,00	€ 840,00
2	n. 1 macchinista	Gg	1,00	7,00		€ -
3	n. 1 elettricista	Gg	1,00	7,00		€ -
4	n. 2 unità di manovalanza	Gg	2,00	7,00	€ 50,00	€ 700,00
5	n. 4 unità hostess	Gg	5,00	7,00	€ 50,00	€ 1.750,00
7	n. 4 unità di controllo e serv. d'ordine ai bot. E in sala microfoni inclusi rimborso viaggi	Gg	3,00	7,00	€ 60,00	€ 1.260,00
8	n. 1 cassiere	Gg	1,00	20,00	€ 45,00	€ 900,00
9	n. 1 presentatrice	Gg	1,00	7,00	€ 50,00	€ 350,00
11	n. 2 addetti alla pulizia	Gg	2,00	7,00	€ 50,00	€ 700,00
12	n.1 custode notturno	Gg	1,00	10,00	€ 60,00	€ 600,00
Somma Voce a.3.3):						€ 7.100,00
a.3.4)	Servizi di assicurazione					
Somma Voce a.3.4):						€ 1.000,00
Totale Capo A.3)						€ 43.600,00

PAESTUM FESTIVAL 2012 XV EDIZIONE

QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO

		%	sub-parziali	parziali	TOTALI
A)	ALLESTIMENTI - FORNITURE - SERVIZI				
A.1)	Allestimenti	24,12%			€ 45.000,00
a.1.1)	<i>Allestimento area spettacoli</i> , mediante il nolo e la fornitura di beni e attrezzature mobili per attività teatrali all'aperto compreso progetto esecutivo delle strutture e degli impianti			€ 39.600,00	
a.1.2)	Lavori di manutenzione con decespugnamento area archeologica per 5.000mq circa			€ 5.400,00	
A.2)	Forniture di servizi : Prestazioni artistiche e costi di produzione / rappresentazione di eventi artistici	41,70%			€ 98.000,00
a.2.1)	CASSANDRA (Rossella Brescia)			€ 12.000,00	
a.2.2)	DITEGLI SEMPRE DI SI (Antonio Casagrande)			€ 6.000,00	
a.2.3)	I VIAGGI DI ULISSE (Nicola Piovani)			€ 16.500,00	
a.2.4)	CHI HA PAURA MUORE OGNI GIORNO (G. Ayala)			€ 6.000,00	
a.2.5)	NOVECENTO NAPOLETANO			€ 10.000,00	
a.2.6)	CAPAREZZA IN CONCERTO			€ 35.000,00	
a.2.7)	HOTEL DESDEMONA (Francesco Paolantoni)			€ 6.800,00	
a.2.8)	INCONTRI IN PIAZZETTA			€ 2.700,00	
a.2.8)	SIPARIO APERTO			€ 3.000,00	
A.3)	Forniture di servizi per l'attuazione dell'evento	18,55%			43.600,00
a.3.1)	Compensi per profili professionali specialistici :			€ 17.500,00	
a	Progettazione esecutiva e Direzione artistica		€ 15.000,00		
b	Responsabile della Comunicazione - Organizzazione		€ 2.500,00		
a.3.2)	Servizi di promozione e comunicazione dell'evento			€ 18.000,00	
a	Servizio di ufficio stampa		€ 3.000,00		
b	Inserzioni giornali - spot radio e TV - cartelloni pubblicitari, inviti, depliant ed altro		€ 10.000,00		
c	Redazione e stampa materiale pubblicitario		€ 5.000,00		
a.3.3)	Servizi tecnici di sala e servizi di accoglienza			€ 7.100,00	
a.3.4)	Servizi di assicurazione ,			€ 1.000,00	

Sommano capi di spesa A.1 + A.2 + A.3) :	79,404%			€ 186.600,00
---	---------	--	--	--------------

2	Somme a disposizione dell'amministrazione	20,596%		€ 48.400,00
2.1	Spese tecniche :	8,44%		€ 4.086,50

a	7 interventi autoambulanze e gasolio gruppo elettrogeno		€ 1.000,00	
b	7 interventi vigili del fuoco		€ 1.750,00	
c	Responsabile tecnico della sicurezza e dei collaudi - n.1 professionista senior		€ 1.336,50	
2.2	Spese generali :	6,38%		€ 15.000,00
a	Siae, e concessioni		€ 15.000,00	
2.3	IMPREVISTI (per allestimenti, beni e servizi) ;	0,00%		
2.4	I.V.A.	12,47%		€ 29.313,50
	A.1 - Allestimenti	21,00%	€ 9.450,00	
	A.2 - Forniture di servizi artistici	10,00%	€ 8.975,00	
	A.2 - Forniture di servizi artistici-service	21,00%	€ 1.732,50	
	A.3 - Forniture di servizi	21,00%	€ 9.156,00	
	2.1) Spese tecniche – SERVIZIO SENZA IVA)	21,00%		
	2.3) Imprevisti	21,00%		
3	IMPORTO COMPLESSIVO 1 + 2			€ 235.000,00
Entrate				€ 235.000,00
Finanziamento Regionale				€ 130.000,00
Regione Campania				
Partecipazione finanziaria dell'ente beneficiario				€ 105.000,00
Incassi				€ 50.000,00
Diretta partecipazione finanziaria del soggetto richiedente				€ 55.000,00

COMUNE DI CAPACCIO
Provincia di Salerno

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



Zona archeologica

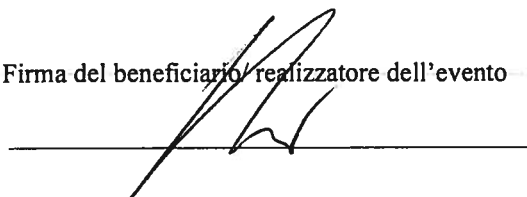
XV Edizione
musica – danza - teatro

PROGETTO ESECUTIVO

Responsabile del Progetto:
Dott. Carmine Vertullo

Direzione Artistica:
Ing. Mario Crasto De Stefano

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO

Paestum Festival - XV Edizione

1. Nome: Paestum Festival - XV Edizione

2. Ente pubblico realizzatore/Beneficiario:

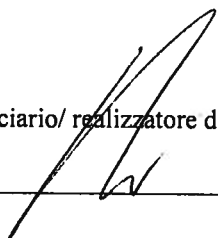
Ente : Comune di Capaccio
Indirizzo (Civico, CAP, Località) : via Vitt. Emanuele n. 1 - 84047 Capaccio
Telefono : 0828812205-812111, fax 0828821446
E-Mail : c.vertullo@comune.capaccio.sa.it

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

4. Costo dell'intervento:

TOTALE : € 235.000,00 di cui :
Finanziamento accordato
dalla Regione : € 130.000,00
Altre Risorse pubbliche : € 55.000,00
Risorse private : € 50.000,00

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO

1. Descrizione dell'intervento-finalità-obiettivi

- Descrizione, finalità e obiettivi

Il festival è suddiviso infatti in diverse sezioni distinte: Sezione Danza, Sezione teatro, Sezione musica, con lo scopo di soddisfare il maggior numero di spettatori e contemporaneamente promuovere generi e stili diversi ad un pubblico alla ricerca di un più ampio target di cultura teatrale. L'idea si ispira all'antica tradizione del 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 nel quale lo spettatore è anche turista perché interessato a godere delle bellezze e risorse del luogo I templi.

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

La programmazione multidisciplinare degli spettacoli, in particolare di quelli di danza, consente di ampliare la tipologia di fruitori dell'offerta turistica e rendere, maggiormente, noto il sito archeologico.

3. Luogo di svolgimento – Locations

Zona Archeologica di Paestum-Tempio di Cerere.

L'area archeologica di Paestum si estende sul Golfo di Salerno e coincide con la città Poseidonia che, nel VII sec. a.C., nei pressi del mare, venne fondata dagli Achei e che ancora oggi, con la sua cinta muraria (4.750 m.), con tre templi dorici (cosiddetti Basilica, Tempio di Nettuno, Tempio di Cerere), e con altri tempietti minori costituisce il più notevole e suggestivo complesso architettonico della Magna Grecia. I celebri templi che hanno reso famosa Paestum, come splendidi esempi dell'architettura antica Magna Grecia, sono inseriti all'interno di un percorso di visita che tende ad illustrare lo sviluppo urbanistico della città. La visita può iniziare dal santuario settentrionale, il cui monumento più importante è rappresentato dal tempio di Atena (cosiddetto Tempio di Cerere), costruito all'fine del VI sec. a.C. su un rialzo artificiale del terreno. I turisti ospiti del Parco archeologico, ma in generale dell'area di Paestum, troveranno tepore in ogni stagione e tra l'altro mare pulito ed una spiaggia che ancora permette un riposante isolamento su un soffice tappeto di sabbia che si estende per 15 Km. circa. A Paestum la vita è "movimento senza rumori". In particolare gli spettacoli saranno realizzati presso l'anfiteatro realizzato nella zona adiacente la Zona Archeologica di Paestum concessa al Comune dalla Soprintendenza Archeologica. Fa da sfondo al palcoscenico l'imponente sagoma del Tempio di Cerere, primo dei tre templi ad essere stato completamente ristrutturato.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

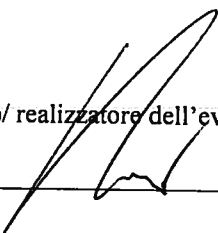


4. Descrizione dei lavori di riqualificazione e manutenzione locations:

Area Archeologica di Paestum.

Relativamente ai lavori di manutenzione della Location della Zona Archeologica dove viene realizzata la struttura **teatro dei templi** dove vengono ospitati gli spettacoli, ogni anno è oggetto di decespugliamento e di rassodamento del terreno per una superficie di oltre 5.000 mq. Sono stati riclassificati e restaurati gli spazi carrabili che consentono l'accesso al pubblico e ai mezzi di servizio. Viene realizzata una pannellatura d'addobbo di circa 80m lineari per 3 mt di altezza che separa la zona destinata agli spettacoli dalla strada al fine di insonorizzarne i rumori e di costituire una barriera ottica per le luci.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



A handwritten signature in black ink is written over a horizontal line. The signature is stylized and appears to be a cursive name.

5. Date di svolgimento degli eventi

Dal 10 agosto al 26 agosto 2012

6. Palinsesto e programma dettagliato

Dal 10 agosto al 26 agosto è prevista l'effettuazione di 12 macro eventi spettacolari e di almeno quattro incontri fra il pubblico e gli artisti impegnati nella manifestazione. Per un totale di 16 eventi.

Gli eventi dislocati su tre location della Zona archeologica:

Il Teatro dei templi, capace di circa 3.000 posti,

La piazzetta della Basilica Paleocristiana con 500 posti,

L'atrio del museo di Paestum 100 posti

7. Cast artistico (programmato):

Relativamente al palinsesto degli spettacoli le tre sezioni danza, teatro e musica saranno integrate fra loro attraverso incontri mirati fra gli artisti impegnati e un potenziale pubblico composto di turisti impegnati nelle visite ai templi, o anche solo incuriositi da questa consuetudine di incontri con personaggi famosi dello spettacolo che stimolano la loro curiosità e desiderio di partecipazione

Per la Danza gli artisti impegnati sono:

10 agosto Rossella Brescia in Cassandra,

Per la Musica gli artisti impegnati sono

21 agosto concerto Caparezza

25 agosto Nicola Piavani in I Viaggi di Ulisse

Per il teatro gli artisti impegnati sono

22 agosto Ditegli sempre di Sì di Eduardo De Filippo con Gigi Savoia

18 agosto Hotel Desdemona con Francesco Paolantoni

24 agosto Novecento Napoletano spettacolo musicale

26 agosto Giuseppe Ayala Chi ha paura muore ogni giorno

Per il teatro popolare 5 appuntamenti presso la piazzetta Paleocristiana dal titolo Sipario Aperto nei giorni 13,15,16,19,20, agosto ad ingresso gratuito

Gli eventi 16 in totale quindi agiranno su più location creando una continuità di proposta con alcuni spettacoli offerti gratuitamente per il pubblico integrandosi nelle loro varie espressioni anche utilizzando l'atrio del museo per una serie di incontri ai quali saranno offerte specialità enogastronomiche del luogo costituenti i principali componenti della dieta mediterranea

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



8. Direttore Artistico/Curatore scientifico

Direttore artistico : Mario Crasto De Stefano

Residente a via solimene 127- 80127 Napoli, tel: 3292808667, 0815787949

CURRICULUM

Nato a Napoli il 3 febbraio 1951.

Laureato in Ingegneria presso l'Università di Napoli.

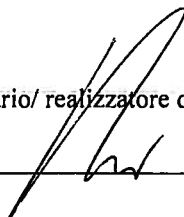
In grado di conversare con facilità in inglese ed in tedesco.

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 2011 è nominato Presidente, del Sistema Med CAMPANIA 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



PAESTUM FESTIVAL 2012

XV EDIZIONE

PIANO DI COMUNICAZIONE DELL'EVENTO

DESCRIZIONE DEL PIANO DI DIFFUSIONE E PROMOZIONE

Obiettivo generale dell'azione di comunicazione è:

- promuovere l'Evento a sfondo culturale per la valorizzazione del sito archeologico di Paestum in relazione anche all'incremento dei flussi turistici.
- Programma;
- promuovere la capacità attrattiva del territorio della Regione Campania.
- Caratteri distintivi degli spettacoli, valorizzabili in un'ottica di marketing territoriale, saranno:
 - unicità e originalità _ ogni evento sarà unico ed irripetibile per l'unicità dell'esperienza,
 - vissuta dal pubblico e per l'unicità delle associazioni mentali che legano il pubblico ad ogni specifico evento. Anche gli eventi ripetuti nel tempo presenteranno caratteristiche originali che li rendono diversi da quelli precedenti o seguenti (progettazione, sede, organizzazione, programma, ecc.);
- aggregazione _ gli eventi, quali strumenti aggregativi, favoriranno la socializzazione della platea grazie all'emozione condivisa ed al clima conviviale che si prevede di creare;
- comunicabilità _ grazie all'impiego integrato dei diversi strumenti di comunicazione (mailing, cartella stampa, materiale pubblicitario in loco, brochure, materiale audio e video, comunicazione interpersonale) si instaurerà una elevata potenzialità comunicazionale sia nei confronti dei partecipanti, sia nei confronti del pubblico non presente all'evento, attraverso l'azione dei mass media e il passaparola;
- multimedialità _ attraverso l'utilizzo integrato dei diversi mezzi di comunicazione (sito web, newsletter, supporti digitali quali CD- Rom, DVD, ecc.);
- sintonia con il pubblico _ gli eventi saranno ideati ed organizzati favorendo lo sviluppo di un atteggiamento di complicità da parte dei presenti nei confronti degli Eventi;
- emozionalità _ ciascun evento consentirà una diretta interazione con i partecipanti ed in alcuni casi una partecipazione attiva degli stessi, in grado di creare un coinvolgimento emotivo.

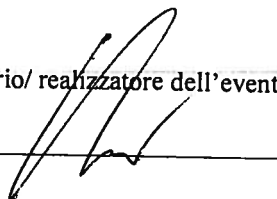
Nel dettaglio il Piano di Comunicazione si articola in un sistema integrato di azioni promozionali ed informative rivolte al target di riferimento – turisti italiani e stranieri, cittadini -ma anche alle istituzioni turistiche locali e non, alle rappresentanze diplomatiche in Italia dei maggiori paesi europei, alle grandi analoghe manifestazioni di spettacolo italiane e straniere.

Il mercato internazionale e nazionale a cui ci si rivolge è rappresentato dai segmenti turistici per i quali l'attrattività dell'offerta è associata alla proposta culturale ed al paesaggio.

Nel dettaglio si prevede:

- marchio /logo dell'Evento finalizzato alla univoca identificazione dello stesso anche in vista delle future edizioni;
- sito internet messo in evidenza sui principali portali dello spettacolo e del turismo

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



Promozione attraverso i social network

Produzione totem pubblicitari in prossimità dell'area archeologica;
manifesti 6x3 affissi nelle principali città della Regione Campania ;
manifesti 100x140 e 70x100 affissi nella città di Napoli e Salerno e Provincia anche attraverso l'uso di camion "vela" ;

locandine e brochure inviate ai principali consolati e ambasciate di Napoli e Roma;; ai principali festival italiani ed europei di spettacolo nonché ai principali uffici turistici della Regione Campania; distribuite negli esercizi turistici di Salerno e Provincia Hotel, Lidi, ristoranti;

azioni di concertazione svolte con i principali festival italiani con l'ASTOI-Associazione dei tour operator italiani;

spot radiofonici e televisivi su scala regionale ;

avvisi pubblicitari su quotidiani e riviste regionali e nazionali quali ad esempio Libero, La Repubblica, Corriere della Sera La Città

- Ufficio Stampa con una forte impronta orientato nei confronti dei media sezione spettacoli e turismo;
- Conferenza stampa di presentazione del Festival;
- inviti di partecipazione con il dettaglio del Programma per ciascuno spettacolo previsto.
- Nell'ambito delle azioni di promozione saranno condotti nella suggestiva cornice dell'atrio del Museo Archeologico di Paestum degli incontri con gli artisti partecipanti al festival aperti alla libera partecipazione dei turisti e e visitatori della zona archeologica.

Come meglio dettagliato nel capitolo relativo al monitoraggio e alla valutazione delle attività, il rilevamento del grado di soddisfazione e la verifica dei risultati ottenuti sarà constatata dalla rassegna stampa, dal numero dei turisti stranieri partecipanti, 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, Obiettivo specifico è puntare su una informazione capillare dell'Evento sia via Internet e sia attraverso i tradizionali mezzi di informazione quali la stampa, gli spot radio e TV e l'affissione di manifesti / locandine.

Nel dettaglio si prevede un Piano di Comunicazione primario articolato in quattro linee di intervento:

- realizzazione e diffusione su scala regionale di materiale promozionale cartaceo (brochure, depliant, locandine);
- realizzazione e relativa affissione su scala regionale di manifesti pubblicitari ;
- acquisizione di spazi pubblicitari e/o pagine redazionali su quotidiani e/o riviste del settore anche a diffusione nazionale .
- promozione attraverso l'utilizzo dei siti internet e social network.

In particolare questi gli strumenti promo – pubblicitari da realizzare:

- marchio /logo dell'Evento finalizzato alla univoca identificazione dello stesso anche in vista delle future edizioni;
- 18. sito internet messo in evidenza sui principali portali dello spettacolo e del turismo;
- n. 6 manifesti 6x3 affissi nelle principali città della Regione Campania ;
- 5. n. 500 manifesti 100x140

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



6. n. 500 manifesti 70x100
 7. n. 10000 depliant
 8. n. 1000 locandine
 9. n. 1000 inviti con relativa busta
 10. n. 150 cartelle stampa
 11. distribuzione locandine e brochure
- spot radiofonici e televisivi su scala regionale e provinciale (come da computo allegato);
 - avvisi pubblicitari su quotidiani e riviste regionali e nazionali (come da computo allegato)
 - Ufficio Stampa con una forte impronta orientato nei confronti della stampa turistica;
 - inviti di partecipazione con il dettaglio del Programma per ciascuno spettacolo previsto.

Cronoprogramma dell'evento

Fasi attuative:

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

1) WP Iultima decade luglio I° decade agosto 2012

In questa fase si procederà con con urgenza a verificare

- 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;
 - I contatti con tutti i possibili fruitori del progetto dai tour operator, 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;- Promozione del progetto
 - 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.
9. Costruzione di un Sito Internet per la divulgazione e la promozione del progetto con offerte integrative che arrivino dal territorio.

2) WP 2° e 3° decade di agosto

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;
- Sostegno degli enti locali, degli enti turistici regionali e delle maestranze locali per promuovere sul territorio il progetto; realizzazione del progetto in tutte le sue sezioni e modulazioni.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

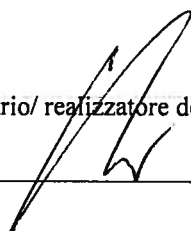
3) WP settembre

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

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'A' followed by a smaller, more complex signature.

Denominazione iniziativa: "PAESTUM FESTIVAL XV EDIZIONE

Vedi in allegato

QUADRO ECONOMICO RIEPIGOLATIVO

ANALISI DELLA DOMANDA

1. 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 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.

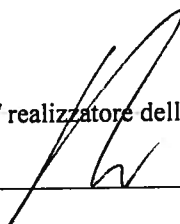
2. Tipologia dei destinatari:

Straniero e nazionale: il progetto si indirizza a un target medio-alto non solo 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 nei concerti programmati

3. 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 dell'inquinamento del territorio a causa della denuncia della diossina derivante dal mancato smaltimento dei rifiuti ed ha bisogno di un rilancio, per riacquistare la fiducia dei clienti. L'offerta turistica legata a PAESTUM FESTIVAL 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.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



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:

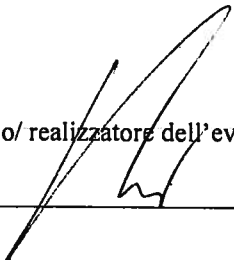
- Il peso economico/finanziario del Comune di Capaccio si uniforma agli standard di contribuzione storicamente erogati ma possono essere oggetto di variazioni sostanziali anche in termini di erogazione di servizi.

- 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.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



RISULTATI ATTESI

Risultati attesi, con particolare attenzione a:

- **Durata della permanenza degli stessi:**

Quale azione trasversale al Progetto si prevede di realizzare un'attiva di valutazione e monitoraggio attraverso la quale definire e quantificare gli impatti attesi, i risultati raggiunti e il loro margine di scostamento.

L'attività partirà, dunque, dalla definizione di parametri che rappresentano gli indicatori di prestazioni (KPI – Key Performance Indicatori) correlati agli obiettivi prioritari. Proprio da tali obiettivi nascono gli indicatori di prestazione, ovvero misure qualitative e quantitative che forniscono informazioni relative a uno specifico aspetto. Gli indicatori di prestazione o performance rappresentano quindi lo strumento che esprime la "quantificazione", cioè "se" e "come" le attività all'interno di un processo o il risultato del processo stesso raggiungono un determinato obiettivo, al fine di verificare man mano l'effettiva congruenza con i requisiti essenziali per poter considerare "di qualità" il percorso intrapreso.

Saranno, quindi, utilizzati indicatori di performance utili alla valutazione, in itinere ed ex post, del Progetto complessivo, delle varie fasi del Progetto e della tipologia di attività.

Gli indicatori quantitativi e qualitativi permetteranno, in particolare, di valutare:

- Output (indicatori di realizzazione di impatto quantitativo), ovvero essenzialmente output fisici di attività suscettibili di conteggio, evidenziando l'allineamento in termini di tempi e di assorbimento di risorse tra quanto realizzato e quanto programmato, fornendo anche elementi utili per valutare il funzionamento delle procedure messe in atto per realizzare le diverse attività previste;
- Outtake (indicatori di realizzazione di impatto qualitativo), ovvero gli effetti immediati prodotti dalle azioni e dai servizi realizzati sui destinatari diretti;
- Outcome (indicatori di impatto), ovvero l'incisività delle azioni sui comportamenti dei soggetti appartenenti ai vari target previsti.

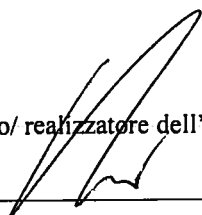
Complessivamente la durata della permanenza dei contatti diretti e indiretti è stimata in un incremento del 10%.

- **Grado di soddisfazione turisti**

La metodologia adottata per la misurazione del grado di soddisfazione dei fruitori del Programma è quella di Parasuraman che prevede la misura dello scostamento tra qualità **percepita** e **qualità attesa per cui la customer satisfaction può essere espressa come una** funzione delle aspettative precedenti all'utilizzo del servizio e della performance percepita dopo averne usufruito. Per la rilevazione dello scostamento tra servizio atteso e percepito, si procederà alla elaborazione e somministrazione all'utenza di semplici questionari di rilevazione cui rispondere dando un voto da 1 a 10. Dal punto di vista operativo l'attività si sostanzia in quattro fasi fondamentali:

- identificazione e segmentazione dell'utenza. Nello specifico il grado di soddisfazione per un servizio erogato può essere misurato solo su coloro che vi hanno avuto accesso e che, pertanto, possono esprimere un giudizio di percezione (oltre a quello di attesa);
- definizione del campione rappresentativo al quale l'indagine sarà rivolta;
- somministrazione presso gli info-point, gli alberghi, i ristoranti, etc.;
- analisi dei risultati, ovvero raccolta dei questionari e analisi dei dati: per ciascuna tipologia di utenza del campione di riferimento attraverso la determinazione del voto medio espresso in relazione a ciascuna domanda.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

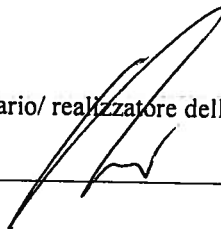


IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI

Quantificazione e stima degli impatti attesi :

L'area Archeologica di Paestum descrive un comprensorio dedito al turismo culturale preminentemente durante le ore del giorno. Nelle ore serali l'incremento del turismo vacanziero è da attribuirsi quasi esclusivamente alla presenza di eventi. La stima degli impatti serali senza eventi si ridurrebbe a non oltre i 20.000 impatti. La presenza degli eventi la moltiplica per 10 volte: L'incremento si ripercuote sull'occupazione sia degli esercizi commerciali presenti nell'area e anche sul personale impiegato per la realizzazione degli eventi valutabile il secondo sulle 200 persone : I soli custodi dell'area ammontano a circa 90 unità. In particolare l'utilizzo del personale d'accoglienza individua nel personale femminile il più ampio grado di impatto. Parimenti la fruizione degli eventi è favorita dall'utilizzo del Teatro Dei Templi anche da un vasto pubblico di disabili che godono di un ingresso agevolato e di uno spazio all'interno del teatro riservato.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

A handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, overlapping strokes, positioned above a horizontal line.

PAESTUM FESTIVAL 2012 – XV EDIZIONE

N.	Descrizione	U. Mis.	Quantità	Giorni	Prezzo €	Costo €
Fornitura stampati tipografici						
1	PROGETTO GRAFICO	unità	1,00	1,00	€ 550,00	€ 550,00
2	Stampa di dépliant 4 ante a quattro colori in bianca e volta su carta patinata lucida da gr. 200 mq. f.to aperto cm. 21x40 - chiuso cm. 10x21 fornito piegato	unità	1,00	10.000,00	€ 0,10	€ 1.000,00
3	Realizzazione di un manifesto nel formato 6 mt x 3 mt stampa a quattro colori	unità	1,00	6,00	€ 75,00	€ 450,00
4	Realizzazione di un manifesto nel formato 100x140 stampa a quattro su carta patinata lucida da gr.100 mq.	unità	1,00	500,00	€ 2,50	€ 1.250,00
5	Realizzazione di un manifesto nel formato 70x100 stampa a quattro su carta patinata lucida da gr.100 mq.	unità	1,00	500,00	€ 1,60	€ 800,00
6	Realizzazione locandina formato 23 x 33 stampa in 4 colori carta patinata 170gr	unità	1,00	1.000,00	€ 0,30	€ 300,00
7	Realizzazione di cartella stampa formato aperto cm. 31x44 formato chiuso cm. 31x22, stampa a quattro colori in bianca su carta acquerello da gr.240 mq.	unità	1,00	150,00	€ 1,80	€ 270,00
8	Realizzazione e stampa a un colore di buste nel formato cm.11x23	unità	1,00	1.000,00	€ 0,17	€ 170,00
9	Impaginazione e stampa a quattro colori in bianca su carta patinata da gr. 250mq. Di un invito formato cm. 11x22	unità	1,00	1.000,00	€ 0,21	€ 210,00
					Totale	€ 5.000,00
					Iva 21 %	1.050,00
					COSTO TOTALE SERVIZIO IVA COMPRESA€	6.050,00

Fornitura di servizi legati ai media, al Web e coordinamento campagna regionale affissione materiali promozionali						
N.	Descrizione	U. Mis.	Quantità	Giorni	Prezzo €	Costo €
1	Spazio pubblicitario sul quotidiano LIBERO Ed. Nazionale n.1 pagine intere colori FORMATO MM.278 X 396	unità	1,00	1,00	€ 800,00	€ 800,00
2	Spazio pubblicitario sul quotidiano IL CORRIERE DEL MEZZOGIORNO A COLORI n. 2 pagine intere colori FORMATO MM. 311 X 422	unità	1,00	2,00	€ 500,00	€ 1.000,00
3	Spazio pubblicitario su quotidiano LA REPUBBLICA DI NAPOLI a colori n.2 FORMATO 1/2 pagina MM.	unità	1,00	2,00	€ 750,00	€ 1.500,00
4	Spazio pubblicitario a colori sul quotidiano LA CITTA' DI SALERNO n.2 pagine intere FORMATO	unità	1,00	2,00	€ 400,00	€ 800,00
5	Ideazione e realizzazione SPOT pubblicitario della durata di 30" - Passaggio su televisione locale LIRA TV con copertura provinciale - n.8 PASSAGGI AL GIORNO x 7 GIORNI	passaggi giorno / giorni	8,00	9,00	€ 25,00	€ 1.800,00
6	Ideazione e realizzazione SPOT pubblicitario della durata di 30" - Passaggio su radio con copertura regionale/provinciale - n.8 passaggi al giorno per 15 gg.	passaggi giorno / giorni	8,00	15,00	€ 2,50	€ 300,00
7	Pubblicità esterna tramite affissione. n. 6 manifesti 6x3 per 14 gg - 500 manifesti 100x140 per 10 gg - 500 manifesti 70x100 per 10 gg nei capoluoghi di provincia di NAPOLI CITTA' - SALERNO CITTA' - SALERNO PROVINCIA - : AGROPOLI - PAESTUM - BATTIPAGLIA ; nelle vie e nelle dislocazioni logistiche specificate nel capitolato	Corpo	1,00	1,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00
8	Camion Vela pubblicitario in giro per la Provincia di Salerno x 10 gg.	unità	1,00	10,00	€ 100,00	€ 1.000,00
9	Ripresa videoi con immagini disponibili il giorno successivo in n. 5 copie per le TV locali	unità	1,00	8,00	€ 100,00	€ 800,00
					Totale	€ 10.000,00
					Iva 21 %	2.100,00
					COSTO TOTALE SERVIZIO IVA COMPRESA€	12.100,00

Tabella 1

Servizio di ufficio stampa						
N.	Descrizione	U. Mis.	Quantità	Giorni	Prezzo €	Costo €
1	Produzione e Invio, via fax ed e-mail, a 1000 nominativi del comunicato stampa annuncio evento e frila conferenza stampa. <i>Fase antecedente apertura evento</i>	Numero/ giorni	1,00	1,00	150,00	150,00
2	Produzione di cartelle con stampa complete di comunicati e testi. <i>Fase antecedente apertura</i>	Numero/ giorni	1,00	8,00	20,00	160,00
3	Realizzazione di cd contenenti fotografie. <i>Fase antecedente apertura dell'evento</i>	Numero/ giorni	30,00	1,00	2,33	70,00
4	Organizzazione della conferenza stampa. <i>Fase antecedente apertura dell'evento</i>	Numero/ giorni	1,00	1,00	600,00	600,00
5	Diffusione dell'evento, contatti con quotidiani, riviste specialistiche del settore, radio e televisioni. <i>Fase di comunicazione durante l'evento</i>	a corpo	1,00	1,00	1.000,00	1.000,00
6	Produzione ed invio via fax ed e-mail di comunicati stampa. <i>Fase di comunicazione durante l'evento</i>	Numero/ giorni	1,00	7,00	60,00	420,00
8	Realizzazione e consegna di rassegna stampa. <i>Fase conclusiva dell'evento</i>	Numero/ giorni	1,00	20,00	10,00	200,00
9	Servizio di segreteria dell'Ufficio stampa consistente in contatto con i coordinatori esterni, lanci promozionali e attività di comunicazione. <i>Fase preliminare, fase evento e fase conclusiva.</i>	uomo / giorni	1,00	20,00	20,00	400,00
					Totale	3.000,00
					Iva 21 %	630,00
					COSTO TOTALE SERVIZIO IVA COMPRESA€	3.630,00

