



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

Corso Vittorio Emanuele, 84047 Capaccio (SA)

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE

N° 453 DEL 14/12/2009

**Oggetto: XIII Edizione del Paestum Festival, come to Paestum – Approvazione progetto.
Richiesta finanziamento alla Regione Campania.- Obiettivo 1.9 e 1.12 POR**

L'anno duemilanove il giorno 14 del mese di dicembre, 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 **Marino Pasquale**, nella sua qualità di Sindaco.

			Presenti	Assenti
1	Tarallo Lorenzo Gerardo	Vice – Sindaco	SI	
2	Ciuccio Roberto	Assessore	Si	
3	Di Lucia Vincenzo	Assessore	Si	
4	Guglielmotti Eugenio	Assessore	Si	
5	Iannelli Antonio	Assessore	Si	
6	Nacarlo Salvatore	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 è intenzione di questo Ente realizzare, per la stagione estiva 2010, nell'area archeologica di Paestum, la XIII Edizione del " **Paestum Festival, come to Paestum** ", manifestazione con eventi di musica, lirica, danza, teatro, cabaret e cinema;

Considerato che l'edizione precedente realizzata nel Teatro dei Templi, strutturata in otto spettacoli di musica classica e leggera, lirica, danza, teatro, cabaret e cinema, ha avuto un positivo riscontro promozionale, culturale e turistico.

Rilevato che la Regione Campania ha pubblicato (Burc n. 73 del 07-12-2009) il provvedimento (delibera n. 1749 del 20-11-2009) per la manifestazione d'interesse alla presentazione di progetti per la composizione del percorso tematico "Estete 2010 – La riscoperta del patrimonio culturale", avente come tema dominante la scoperta degli attrattori culturali della Campania. Mirante, ai fini dello sviluppo turistico di qualità, ad una moderna attività di promozione e valorizzazione dei beni culturali che deve riguardare non solo alle eccellenze storiche, architettoniche ed archeologiche già ampiamente inserite nei grandi circuiti turistico-culturali, ma anche alle risorse culturali del patrimonio minore diffuse sul territorio regionale.;

Considerato che questo Ente è interessato a partecipare all'iniziativa con la XIII Edizione del " **Paestum Festival, come to Paestum** ;

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

Rilevato che la manifestazione d'interessi dovrà essere presentata, entro il 29 Dicembre 2009, alla Giunta Regionale della Campania, mediante apposita scheda progettuale;

Esaminato il progetto predisposto dal Responsabile del Servizio Sport-Turismo-Spettacolo del valore di € 480.000,00, di cui € 330.000,00 a carico della Regione Campania, € 100.000,00 a carico del Comune di Capaccio ed € 50.000,00 con altre risorse, 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 XIII 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 degli eventi e iniziative per la composizione dei percorsi tematici "Le quattro stagioni: Estate 2010 – La riscoperta del patrimonio culturale" previsto nel provvedimento di manifestazione d'interesse della Regione Campania in premessa indicato, per la richiesta di finanziamento dell'importo di € 330.000,00, pari al 68,75 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 € 100.000,00, prevista a carico del Comune di Capaccio, sul Bilancio 2010, in corso di predisposizione;
- 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

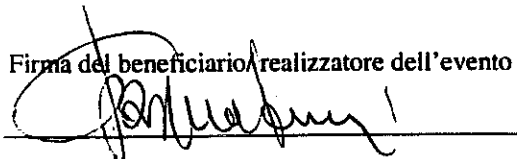
XIII Edizione

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



**EVENTI E INIZIATIVE PER LA
"COMPOSIZIONE DEI PERCORSI TEMATICI" LE QUATTRO STAGIONI"**
DELIBERAZIONE DI GIUNTA REGIONALE N.1749 DEL 20.11.2009
**ESTATE 2010:LA RISCOPERTA DEL PATRIMONIO CULTURALE
MANIFESTAZIONE D'INTERESSE
SCHEDA PROGETTUALE**

ALLEGATO "A"

IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO-Obiettivo operativo 1.9

1. Nome: PAESTUM FESTIVAL (Come to Paestum)

2. Ente pubblico realizzatore/Beneficiario:

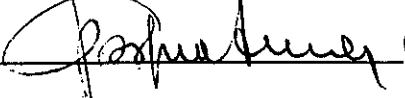
Ente : Comune di Capaccio
Indirizzo (Civico, CAP, Località) : via Vitt. Emanuele n. 1 – 84047 Capaccio
Telefono : 0828812205-812111, fax 0828821446
E-Mail : c.vertullo@comune.capaccio.sa.it

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 € 330.000,00
Altre Risorse pubbliche : € 100.000,00
Risorse private : € 50.000,00

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO

1. Descrizione dell'intervento-finalità-obiettivi

- Descrizione

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 2010.

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 dopo teatro, 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 ricettivo.

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.

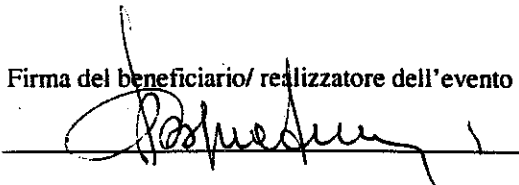
- Obiettivi

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.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



2. Edizioni Precedenti

PAESTUM FESTIVAL – COME TO PAESTUM

18 LUGLIO \ 30 AGOSTO 2009 XII EDIZIONE

Descrizione

Il Comune di Capaccio ha curato la realizzazione del Paestum Festival – Come To Paetum strutturato in otto appuntamenti con spettacoli di musica classica e leggera, lirica, danza, teatro, cabaret e cinema. Il progetto ha valorizzato il patrimonio culturale senza intaccarlo attraverso, anche, la realizzazione di strutture ad hoc, come il Teatro Dei Templi, che è stato “montato” per le attività estive così che il pubblico potesse vivere gli spettacoli nell’area archeologica con sfondo il tempio di Cerere. Alla fine degli eventi l’area è ritornata allo stato usuale.

La manifestazione ha offerto al pubblico un ampio ventaglio di scelte, in quanto insieme a grandi nomi, importanti compagnie ed anteprime hanno calcato le scene anche giovani artisti italiani, come si evince dal programma di seguito riportato:

Programma degli spettacoli

Sabato 18 luglio

“La Dodicesima Notte di ”William Shakespeare con Luca De Filippo, Unica rappresentazione in Campania

Venerdì 24 luglio

“Incipit” spettacolo di danza con le coreografie della compianta Pina Bausch, Robyn Orlin e Jacopo Godani. Prima produzione de “La Compagnia” dell’Accademia Nazionale di Danza che ha debutto alla Biennale di Venezia a giugno 2009

Sabato 1 agosto

“L’ultimo pulcinella” un Film di Maurizio Scaparro con Massimo Ranieri. Il film è uscito nelle sale il 13 marzo 2009 ed è stato proiettato in edizione speciale per la prima volta con sottotitoli in inglese.

Giovedì 6 agosto

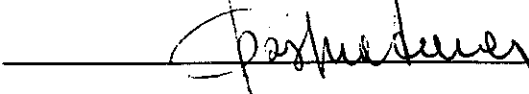
“Carmen” con le Coreografie di Luciano Cannito, sulle musiche di Bizet, Rossella Brescia interpreta la protagonista, in un’esclusiva regionale a Paestum.

Sabato 8 agosto

Fragile Recital scritto ed interpretato da ISA DANIELI accompagnata al pianoforte: Luca Urciuolo

Martedì 18 agosto

Firma del beneficiario/ realizzatore dell’evento



“Don Giovanni... e le sue donne” lo spettacolo di Moliere è ripensato da Tinto Brass che vede come protagoniste le donne che interpretano ruoli originariamente maschili. Unico uomo in scena è Corrado Tedeschi, nella parte di Don Giovanni

Sabato 22 agosto

“Welcome to the Machine” un’altra anteprima in Regione Campania per il Musical messo in scena da una giovane compagnia Toscana che interpreta le Musiche dei Pink Floyd.

Domenica 30 agosto

“Omaggio a Frideric Haendel” un concerto di musica classica con l’Orchestra del Conservatorio Domenico Cimarosa di Avellino, diretta dal Maestro Massimiliano Testa. L’edizione 2009 si è chiusa ricordando i 250 dalla morte del compositore tedesco e offrendo al pubblico un’esclusiva nazionale.

Il Festival ha dato spazio ai diversi linguaggi creativi ed ha anche avvicinato il pubblico agli artisti creando quattro appuntamenti pomeridiani a cui hanno partecipato il regista **Maurizio Scaparro**, **ISA Danieli**, **Rossela Brescia** e **Corrado Tedeschi**. Gli incontri si sono tenuti nello spazio antistante il Museo Archeologico di Paestum che è diventato *la Piazzetta del Festival*. Gli appuntamenti pomeridiani della piazzetta sono stati anche fucine di idee e di progetti per la creazione di eventi di promozione culturale e turistica dell’area archeologica.

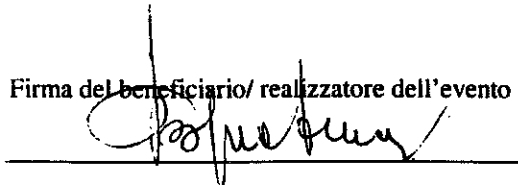
Il Paestum Festival ha rappresentato un momento importante per l’offerta turistica integrata coinvolgendo nella programmazione anche gli operatori turistici e gli albergatori con i quali è stata elaborata **un’offerta riservata agli ospiti delle strutture ricettive del Comune**. L’iniziativa ha portato alla promozione dell’evento in tutti gli alberghi, villaggi e residence della zona. Infine anche le altre attività commerciali e turistiche del territorio hanno risentito positivamente della manifestazione in quanto gli spettacoli hanno richiamato un vasto pubblico che ha soggiornato in zona e/o utilizzato i ristoranti ed i locali presenti in zona.

Risultati Raggiunti

La manifestazione ha arricchito il programma culturale contribuendo di fatto ad ampliare l’offerta turistica dell’area anche al mese di Luglio e di fine Agosto;

IL Festival ha creato un’importante collaborazione con l’associazione di albergatori locali;

Firma del beneficiario/ realizzatore dell’evento



E' stata realizzata, per la prima volta, un'offerta turistica integrata pernottamento\spettacoli: agli ospiti delle strutture ricettive presenti nel Comune di Capaccio è stato riservato uno sconto del 40% sui biglietti degli otto spettacoli del Come to Paestum;

La manifestazione ha creato anche un momento di promozione delle produzioni alimentari locali attraverso gli incontri del pubblico con gli artisti nella "Piazzetta del Festival". In tali occasioni gli ospiti sono stati omaggiati con il prodotto per eccellenza espressione del Territorio: la mozzarella di bufala campana. L'evento ha dato il suo apporto per ricreare un'immagine positiva di un prodotto fortemente colpito dallo scandalo della spazzatura in Campania;

Il Festival, con la promozione degli eventi in programma, ha anche contribuito alla promozione a livello nazionale ed internazionale dell'area archeologica e del Museo di Paestum;

L'evento di fatto contribuisce ad attrarre un turismo di qualità (anche straniero) amante della cultura e degli spettacoli;

Incidenza dell'evento sui flussi turistici movimentati

Il programma 2009 è stato pensato per attrarre pubblici diversi attraverso la commedia, il Musical, la danza ed il cinema. Particolare attenzione è stata posta per il target straniero al quale ci si è rivolti non solo attraverso il linguaggio internazionale della danza e della musica (moderna con i Pink Floyd e classica con Haendel) ma anche con i sottotitoli in inglese del film "L'ultimo Pulcinella". Il progetto ha voluto aprire una porta su un mercato importante indirizzandosi ad un target medio\alto europeo affascinato dalla grande tradizione della musica, del teatro e della danza, amante del mare e della buona tavola. Insieme a questo target si è puntato anche ad un pubblico di giovani attirati dal tema della creatività e delle anteprime insieme alla suggestione dei luoghi.

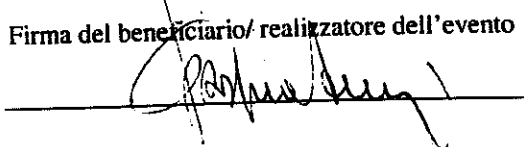
Agli spettacoli hanno partecipato poco più di 5000 spettatori tra paganti e omaggi riservati alle autorità, agli accompagnatori di diversamente abili, ad associazioni culturali ecc.

L'incidenza dell'evento sui flussi turistici si evidenzia anche dalla risposta che le strutture alberghiere hanno dato alla proposta pernottamento\spettacoli associata al Festival. A fine manifestazione sono state contattate le strutture presenti nell'area di Paestum:

Il Savoy Beach Hotel, Star Residence, Hotel Calypso, Hotel Cristallo, Hotel Cerere, Tenuta Lupò e il Granaio dei Casabella hanno confermato che i loro clienti hanno direttamente usufruito dell'offerta a loro riservata per gli sconti sugli spettacoli;

Altre strutture hanno informato i loro clienti ma non potevano affermare con certezza che avessero usufruito dell'offerta;

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



Il Festival ha creato opportunità di crescita del Territorio proprio perché la sua offerta culturale si integra e dà sostegno a quella ricettiva, grazie alla sinergia con l'associazione di albergatori locali e l'apertura ai canali informativi.

3. 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.

4. Luogo di svolgimento – Locations

Zona Archeologica di Paestum-Tempio di Cerere.

4. 1. Collegamento con il sito culturale valorizzato con l'evento

Da quando il sito archeologico di Paestum è stato aperto al pubblico nel 1932 la promozione dello stesso è stata affidata alla realizzazione di spettacoli di indubbia qualità: fu il caso delle Panatenee Paestane del 1932, successivamente replicate nel 1936 e 1938, fu poi la costante programmazione di spettacoli che dopo la pausa bellica hanno visto esibirsi a Paestum, nella Zona Archeologica i più affermati e migliori artisti nazionali e internazionali. Il Collegamento quindi fra il sito e lo spettacolo e la sua promozione rientra nella grande tradizione della promozione turistica promossa dalla Regione Campania attraverso il suo Assessorato al Turismo e del Comune di Capaccio.

5. Date di svolgimento degli eventi

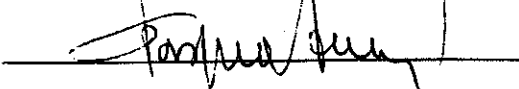
Dal 17 luglio al 29 agosto 2010

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.

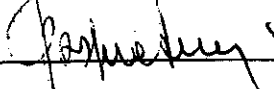
Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



7. Cast artistico (in via di definizione):

- 1) **Les Danseurs Napolitains**.in"La sagra della primavera" Residenza creativa, di un gruppo di danzatori tutti strettamente nati in Campania selezionati e coreografati da **Ismael Ivo** (attuale direttore della Biennale Danza)- Prima Mondiale in collaborazione con Napoli Teatro Festival;
- 2) **Il Teatro San Carlo di Napoli** presenta **Giselle** coreografia di **Mats Ek** con il Corpo di Ballo del Teatro San Carlo
- 3) **Teatro Verdi di Salerno** presenta **La Traviata** di **Giuseppe Verdi**;
- 4) **Concerto per solo e piano** di **STEFANO BOLLANI**
- 5) Nel 150° anniversario dalla nascita di **Anton Cechov** **Paolo Villaggio** presenta "Atti Unici " Il Tabacco fa male, Orso, Una domanda di Matrimonio"
- 6) **Peppe Barra** in **Asino D'Oro** di **Apuleio**
- 7) **Lina Sastri** recital **PER LA MIA TERRA**, recital e canzoni del repertorio napoletano;
- 8) **Gran gala di danza "Eleonora Abbagnato e friends"**
- 9) **Compagnia Flamenque Vive** in "Dos Almas" **Serata Flamenca**;
- 10) **Artisti Cilentani Associati** presenta nel novantesimo anniversario della nascita di **Federico Fellini** **Omaggio a Fellini**"Impronte...musiche e immagini della storia del cinema"**Concerto e filmati di Musiche Da Film** a cura dell'Oscar Movies Ensemble

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, 0812295545

CURRICULUM

Nato a Napoli il 3 febbraio 1951.

Laureato in Ingegneria presso l'Università di Napoli.

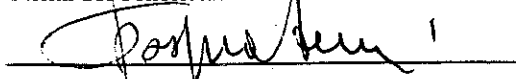
In grado di conversare con facilità in inglese ed in tedesco.

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 2009 alla sua dodicesima 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 Vice Presidente, 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 "Stagione estiva 2010 La riscoperta del patrimonio culturale"

La coerenza del presente progetto con le linee guida della Stagione estiva 2010 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 comunicazione 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.

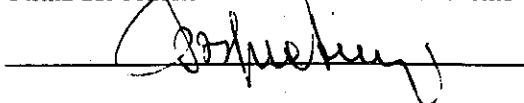
Queste tre azioni di comunicazione si muoveranno in un contesto che terra in considerazione sia le difficoltà di informazione su un territorio così esteso come quello della Provincia di Salerno che i costi di comunicazione nazionale e internazionale che interagisce col territorio, soprattutto, attraverso 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 link Paestumfestival
- 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;
- Azioni di concertazione svolte con altri Festival Regionali quali Leuciana Festival, ecc.
- 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;

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



- 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 € 60.000,00 pari, a circa, il 12,5% dell'importo complessivo.

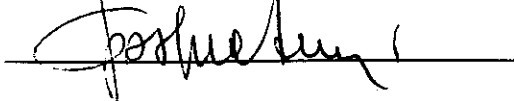
11. Piano di marketing-Attività di veicolazione dell'offerta con il coinvolgimento degli operatori turistici

Il piano di marketing parte da un'analisi costruita sui dati raccolti nelle precedenti edizioni. Il pubblico che segue l'attività del Festival si può suddividere in tre tipologie:

- alta istruzione- età superiore ai 35 anni, provenienti da nord Italia o paesi europei
- media istruzione- età superiore ai 50 anni, provenienti dalla regione
- media istruzione - età inferiore ai 30 anni provenienti dalla regione

Le percentuali di partecipazione cambiano ovviamente da spettacolo a spettacolo, ragione per cui la programmazione detiene un target multidisciplinare in modo da poter anche in maniera alternata soddisfare tutti gli utenti. Il piano di marketing tiene così anche conto delle diversità di azioni da svolgere rispetto alle diverse tipologie degli interessati. Per quanto riguarda la comunicazione infatti ci affidiamo a tre vettori di comunicazione di versi e complementari fra di loro e che riteniamo ci consentano di informare un'ampia base di frequentatori e di possibili nuovi utenti GIORNALI, WEB, MANIFESTI. A questa si aggiunge la partecipazione ad alcune borse di primavera e autunno come al BIT di Milano e la Borsa Turismo Archeologico di Paestum. Utile l'azione di concertazione che la Direzione Artistica del Festival svolge da anni con Italia Festival, Associazione Nazionale dei maggiori Festival Italiani che sviluppa azioni concertate di promozione e marketing con l'ASTOI associazione dei tour - operator nazionali in una campagna nazionale chiamata "Turisti non per caso". Italia Festival pubblica inoltre un manifesto di tutti i festival associati che si distribuisce in rete fra tutti i Festival e cura il Sito di www.ItaliaFestival.it, dove è possibile avere in rete notizie in tempo reale su tutti i Festival Associati, con le relative attività di promozione. A queste azioni di marketing sul piano nazionale e internazionale si aggiungono quelle esercitate sul territorio con agevolazioni sui prezzi dei singoli spettacoli per tutti gli spettatori che abbiano un titolo di pernottamento nelle strutture ricettive del territorio.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



12. Cronoprogramma dell'evento

Fasi attuative:

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

1) WP maggio 2010

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 2010

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.
- 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 2010

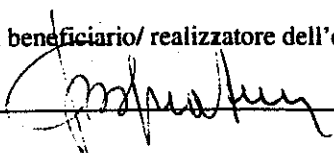
Questa fase interesserà la realizzazione del progetto in tutte le sue sezioni e modulazioni.

4) WP agosto 2010

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.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



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.

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.

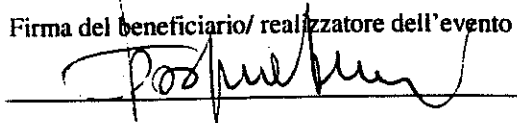
13. Tipologia dei destinatari:

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, 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.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



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)

Denominazione iniziativa: "PAESTUM FESTIVAL (Come to Paestum)

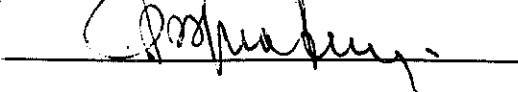
QUADRO ECONOMICO

PROSPETTO DELLE ENTRATE	EURO	PROSPETTO DELLE USCITE	EURO
Coofinanziamento Regione Campania Manifestazioni d'interesse -Annualità 2009	330.000,00	Allestimenti Generali	80.000,00
Biglietti	20.000,00		
Bilancio Comune di Capaccio	100.000,00	Percorsi enogastronomici	10.000,00
Sponsor	30.000,00	Costi artistici	220.000,00
		Prestazioni Professionali e Artistiche	20.000,00
		Segreteria, organizzazione e produttiva esterna	25.000,00
		Ufficio stampa (1)	10.000,00
		Comunicazione, marketing e pubblicità, grafica e stampa(1)	50.000,00
		Servizi di accoglienza e assistenza tecnica spettacoli ,pulizia,vigili fuoco	25.000,00
		Assicurazioni, concessioni ,siae	40.000,00
TOTALE ENTRATE	480.000	TOTALE USCITE	480.000,00

Costo complessivo	Contributo POR	Altri contributi	Soggetto Proponente e Beneficiario
480.000,00	330.000,00	50.000,00	100.000,00

(1) Al piano di comunicazione e marketing è destinato, così come si rileva dalla somma delle voci indicate, un importo complessivo di 60.000,00 € pari a circa il 12,50 dell'importo complessivo.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



15. Coerenza con l'Obiettivo Operativo

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 variazione 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).

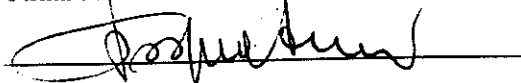
In conclusione il quadro economico/finanziario, in relazione agli impegni di spesa previsti dal progetto, appare sufficientemente tranquillizzante in quanto supportato anche da possibili risorse non contemplate che possono supplire ad eventuali sopravvenienze passive rispetto alle previsioni, ancorché 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 68,75% dell'importo come sopra determinato, come da deliberazione di Giunta Regionale n.1749 del 20.11.2009 e, comunque, non superiore ad € 330.000,00.

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).

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

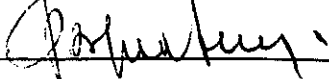


RISULTATI ATTESI

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;

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



A handwritten signature in black ink, written over a horizontal line, is positioned below the text 'Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento'.

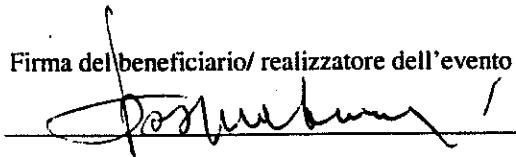
IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI

19. 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.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento



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) 14.12.2009

UFFICIO: S.T.S.

Il Responsabile del Servizio

[Signature]

PER LA REGOLARITA' CONTABILE:

Si esprime parere FAVOREVOLE

Capaccio (SA) 14.12.2009

UFFICIO DI RAGIONERIA

Il Responsabile del Servizio

[Signature]

PER IL PROFILO DI LEGITTIMITA'

Si esprime parere _____

Capaccio (SA) _

Il Segretario Generale

La presente deliberazione viene letta, approvata e sottoscritta.

Il Segretario Generale

F.to

Il Sindaco

F.to

Della suestesa deliberazione venne iniziata la pubblicazione il giorno _____ e per quindici giorni consecutivi.

Data 28 DIC. 2009 del _____

Il Segretario Generale

F.to

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 Consiliari

con nota del _____

28 DIC. 2009

Il Segretario Generale

F.to

La presente deliberazione è divenuta esecutiva:

Essendo stata dichiarata immediatamente eseguibile.

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

Data 28 DIC. 2009

Il Segretario Generale

F.to