

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 FAUPELLO

Capaccio (SA) 29/09/2015

AREA DIREZIONE ISTITUZIONE POSEIDONIA

Il Responsabile del Servizio
GIUSEPPE DI FILIPPO

PER LA REGOLARITA' CONTABILE:

Si esprime parere perennelli

Capaccio (SA) 29/09/2015

AREA III FINANZIARIO

Il Responsabile del Servizio
CORRADO VERTULLO

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 _____ e vi rimarrà per 15 giorni consecutivi. 01 OTT. 2015

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 01 OTT. 2015

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 01 OTT. 2015

Il Segretario Generale
ANDREA D'AMORE



Comune di Capaccio
(Provincia Salerno)

protocollo@pec.comune.capaccio.sa.it
segreteria@comune.capaccio.sa.it

Corso Vittorio Emanuele, 84047 Capaccio (SA)

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE

N° 339 DEL 29/09/2015

Oggetto: Approvazione Bilancio previsione anno 2015
Approvazione Bilancio pluriennale 2015 - 2017
Approvazione Relazione programmatica 2015 - 2017
Istituzione Poseidonia

L'anno duemilaquindici il giorno **Ventinove** del mese di **Settembre** alle ore 17,00 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	Franco Crescenzo	Assessore	SI
2	Pannullo Donatella	Assessore	SI
3	Sica Francesco	Assessore	SI
4	Spagnuolo Fabio	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 atto di Consiglio Comunale n. 83 dell' 11/12/2007 e n. 21 del 27/02/2008 è stato approvato l'atto di costituzione, lo schema di regolamento dell'Istituzione Poseidonia che prevedono, tra le attività da svolgere, la gestione dei servizi culturali e del tempo libero, l'organizzazione e la promozione di eventi culturali ed artistici, conservazione, arricchimento e valorizzazione del patrimonio storico ed artistico del territorio, anche mediante l'apertura al pubblico di archivi, biblioteche e musei e l'organizzazione di rappresentazioni e incontri atti a favorire, tra l'altro, la circolazione e lo scambio delle idee e delle conoscenze;

CHE l'art. 8 del Regolamento ha previsto l'approvazione da parte della Giunta Comunale del bilancio annuale di previsione, del conto consuntivo, su proposta del Consiglio di Amministrazione dell'Istituzione e sulla base dei programmi annuali e pluriennali approvati dal Consiglio Comunale;

PRESO ATTO del verbale n. 20 del 10 agosto 2015 con il quale il Consiglio di Amministrazione dell'Istituzione Poseidonia ha approvato la proposta di bilancio annuale 2015 e pluriennale 2015/2017, come integrata dalla relazione programmatica 2015/2017;

VISTO il parere favorevole del Collegio dei Revisori reso con verbale n. 15 del 29 luglio 2015 per l'approvazione del bilancio di previsione esercizio 2015 e pluriennale 2015/2017;

VISTO il verbale della Commissione Cultura del 01/09/2015;

ESAMINATI gli elaborati, allegati alla presente, riscontrato il rispetto degli indirizzi programmatici dell'Ente;

ACQUISITO il parere favorevole ai sensi dell'art. 409 del Dlgs 267/2000 del Responsabile del Servizio;

ACQUISITO il parere favorevole ai sensi dell'art. 49 del Dlgs 267/2000 del Responsabile del Servizio Finanziario;

DELIBERA

- di approvare il bilancio di previsione esercizio finanziario 2015, il bilancio pluriennale 2015/2017 e la relazione programmatica 2015/2017 dell'Istituzione Poseidonia come da elaborati contabili allegati alla presente;
- di trasferire gli importi necessari a fronte delle spese programmate nei valori previsti nel bilancio;
- di trasmettere il presente atto ai responsabili dei servizi interessati per i previsti adempimenti.
- Di dichiarare la presente immediatamente eseguibile ai sensi di legge.

ISTITUZIONE COMUNALE

“POSEIDONIA”

PROGETTO DI MARKETING

CULTURALE E TERRITORIALE

PLURIENNALE

2015/2017

Indice di progetto

Premessa		3
PARTE I		
Le misure e le azioni del progetto di Marketing Territoriale e culturale		4
PARTE II		
Misura 1	Iniziative di Marketing Interno	5
Azione 1.1	Analisi e creazione schede riepilogative delle azioni poste in essere dall'Istituzione Poseidonia	6
Azione 1.2	Produzione materiali informativi e promozionali	6
Azione 1.3	Organizzazione convegno divulgativo	7
Misura 2	Promozione del portale "Turistico"	7
Azione 2.1	Aggiornamento e implementazione dei contenuti ed inserimento informazioni	8
Azione 2.2	Promozione finalizzata all'accreditamento degli operatori locali all'interno del CMS	8
Azione 2.3	Promozione del portale verso l'esterno	8
Misura 3	Iniziative di Marketing Esterno	9
Azione 3.1	Organizzazione dei fattori dell'offerta	9
Azione 3.2	Produzione materiali divulgativi ed informativi	10
Azione 3.3	Individuazione dei potenziali investitori	11
Azione 3.4	Organizzazione road show, business tour e/o press tour	13
Misura 4	Incremento dei Punti di informazione turistica	12
Azione 4.1	Istallazione di 12 nuovi punti informativi nel territorio provinciale	12
PARTE III		
Il piano economico finanziario		13

Premessa

Il presente progetto redatto dall'Istituzione Poseidonia, ente preposto per lo sviluppo culturale del territorio, ha come obiettivo il rilancio dell'economia locale e il rafforzamento del mercato del lavoro attraverso il potenziamento del sistema culturale e di quello turistico.

In particolar modo l'Istituzione, in piena concordanza con le analisi socioeconomiche effettuate nell'ambito territoriale, tende a sottolineare la necessità di rivedere il sistema socio-economico del Comune di Capaccio a favore di un modello basato sullo sviluppo sostenibile, sia dal punto di vista ambientale, turistico e culturale.

In dettaglio per l'Istituzione, si prevede di dirottare le risorse a disposizione verso una politica indirizzata in particolar modo sul turismo consapevole e rispettoso dell'ambiente e sul potenziamento dell'offerta culturale attraverso manifestazioni ed eventi di qualità.

L'obiettivo dell'Istituzione è, pertanto, quello di riattivare il sistema economico locale attraverso una serie di interventi che hanno prevalentemente carattere culturale e che mirano a rafforzare il tessuto relazionale locale e creare i presupposti per una nuova economia basata sul mercato del turismo.

La sistemazione, la riqualificazione e l'ampliamento di musei, biblioteche e punti infopoint, il rafforzamento di infrastrutture turistiche, la creazione di nuove strutture e infrastrutture adibite ad attività ricettive e la sistemazione e infrastrutturazione di luoghi artistici ed archeologici, non sono altro che una politica di piccoli interventi che, messi in rete, possono creare i presupposti per un vero e proprio sistema turistico culturale integrato.

Se agli interventi descritti si aggiungono quelli immateriali messi in essere dai vari settori del comune, quali la creazione di un sistema di promozione basato sul web e sulla dislocazione di punti informativi sul territorio e la creazione di materiali divulgativi, si può affermare che esistono i presupposti per avviare una nuova fase di sviluppo turistico culturale.

Infrastrutture, mobilità, disponibilità di servizi ed ampliamento dell'offerta ricettiva e valorizzazione delle risorse culturali sono gli elementi che accomunano ogni azione finanziata ed attuata nell'ambito del progetto dell'Istituzione.

Per rendere completo l'intervento è necessario sviluppare, in coerenza con quanto realizzato fino ad oggi, un'azione forte di promozione del territorio verso potenziali investitori italiani e/o esteri del settore turistico e culturale.

Alcuni dei progetti in essere, tra i quali eventi come il Paestum Festival, Sipario Aperto, la Notte di San Lorenzo e gli eventi natalizi e la riutilizzazione dei locali della stazione Fs di

Paestum, mirano a rafforzare e qualificare l'offerta culturale puntando su un turismo di eccellenza e che aspiri a rimanere per più giorni sul nostro territorio.

Queste iniziative necessitano da una parte di capacità imprenditoriali e dall'altra di ulteriori investimenti da parte del pubblico per il completamento dei progetti.

Prioritario diventa attrarre un'imprenditoria capace di finanziare il rafforzamento del sistema turistico culturale, sempre di concerto con le realtà economiche ed imprenditoriali già presenti sul territorio comunale.

Il Progetto di Marketing Territoriale/culturale ha come obiettivo quello di mettere a sistema l'intera gamma di interventi culturali e di presentarsi sui mercati internazionali con una proposta appetibile per gli investitori del settore del turismo e della cultura.

In particolare il progetto tende a:

- 1) sistematizzare e rendere leggibili i risultati degli interventi effettuati dall'Istituzione e delle altre iniziative provinciali e regionali;
- 2) promuovere i progetti a maggior impatto comunicativo sia nel territorio provinciale che all'esterno;
- 3) promuovere un'azione di marketing territoriale verso gli imprenditori del mercato europeo;
- 4) incrementare i punti informativi dislocati sul territorio comunale;

PARTE I

Le misure e le azioni del progetto di Marketing Territoriale-Culturale Misura I — Iniziative di Marketing Interno

L'attività di marketing interno è finalizzata a raccogliere informazioni sul territorio comunale e sui suoi elementi di attrattività.

È utile, inoltre, per facilitare l'identificazione del Prodotto Paestum e per rendere leggibile all'esterno il suo posizionamento strategico per stimolare l'adesione all'offerta territoriale anche alla luce dell'individuazione nel nostro comune nel Patrimonio Unesco.

Tale misura è rivolta agli attori locali e ai soggetti rappresentativi di interessi diffusi, parte indispensabile per supportare l'azione di attrazione degli investimenti, nonché a tutti i cittadini, imprenditori, operatori economici ed associazioni di qualunque genere per la massima diffusione del "Prodotto Paestum".

L'attività ha i seguenti obiettivi specifici:

- sistematizzare e approfondire i risultati dei progetti posti in essere dall'Istituzione Poseidonia;
- rendere leggibili i risultati per coloro che vivono e operano all'interno del territorio comunale;
- favorire la creazione di un clima positivo intorno al progetto di Marketing Territoriale Culturale;
- rafforzare il senso di appartenenza al territorio;
- a tale scopo verranno distaccati presso gli uffici comunali di anagrafe ed attività produttive unità per procedere ad un monitoraggio e ad un censimento sia dei flussi migratori in entrata ed in uscita che ad un'analisi approfondita sulle nuove aperture e, principalmente, sulle tante chiusure degli esercizi commerciali per individuare le cause che danno origine a tale ultimo fenomeno e trovare, se possibile, le eventuali soluzioni per poterlo arginare.
- favorire la riconciliazione di interessi divergenti di cui possono essere portatori i diversi stakeholders;
- rafforzare la percezione del legame esistente tra la politica di sviluppo locale e gli interessi dei singoli gruppi di residenti;
- stimolare la partecipazione alle politiche di sviluppo turistico/culturale del territorio. In quest'ottica essa è rilevante sui fattori competitivi esterni al territorio che si intende promuovere. Il senso di fiducia espresso dall'interno e la coesione sociale e culturale costituiscono, infatti, due fattori che influenzano il successo dell'iniziativa di sviluppo del prodotto Paestum e in generale dell'offerta territoriale.

È di primaria importanza per la riuscita del progetto che chi opera localmente nel settore turistico culturale non si senta minacciato da tale iniziativa, ma al contrario che la colga come occasione di rafforzamento e completamento del sistema nel quale esso stesso opera.

Pertanto, si dovranno informare cittadini, operatori economici e opinion leaders in generale sull'attività dell'Istituzione Poseidonia ed in particolare sul programma di Marketing territoriale e culturale che la stessa vuole portare avanti su un progetto di più annualità.

La misura dovrà essere attuata attraverso le azioni di seguito esposte.

Azione 1.1

Analisi e creazione schede riepilogative delle azioni messe in campo dall'Istituzione

Dovrà essere effettuata un'analisi dettagliata dei progetti posti in essere dall'Istituzione e una verifica attenta dello stato di avanzamento.

A tale scopo, vista la complessità delle iniziative da intraprendere e seguire, verrà distaccato presso l'ufficio ragioneria del comune almeno un'unità che possa fungere da supporto e da tramite per tutte le iniziative messe in campo e, soprattutto, per raccordare l'Istituzione al Comune dal punto di vista finanziario, gestendo lì Istituzione Poseidonia rilevanti risorse da parte del Comune.

I risultati saranno riportati su specifici report che potranno servire da base per tutte le successive fasi del presente progetto.

Risulterà molto importante attivare una fattiva collaborazione tra i cinque Settori dell'amministrazione comunale da coinvolgere nella realizzazione delle iniziative:

1. "Urbanistica e Pianificazione", 2. "Pubblica Istruzione", 3. "Politiche Ambientali",
4. "Attività Produttive" e 5. "Promozione culturale e turismo".

Azione 1.2

Produzione materiali informativi e promozionali

Per rendere fruibili le informazioni elaborate nell'azione precedente sarà necessario produrre materiali divulgativi specifici.

Tali mezzi di comunicazione dovranno essere finalizzati a rendere leggibile l'intero intervento di sviluppo locale e favorire la massima trasparenza sugli interventi ancor prima di attivare in concreto il progetto di Marketing Territoriale. Dovrà essere privilegiata la qualità del medium comunicativo e la sua interoperabilità sia su sistemi tradizionali che su sistemi digitali.

A tal fine potranno essere utilizzate parallele iniziative promosse dall'Amministrazione Comunale col suo Piano Esecutivo di Gestione nel quale sono presenti iniziative editoriali, comunicative e di promozione.

Azione 1.3

Organizzazione convegno divulgativo

A conclusione di ogni misura/iniziativa si ritiene opportuno proporre la realizzazione di un evento/convegno che rappresenti allo stesso tempo ciò che è stato fatto e ciò che si deve ancora fare.

Una riflessione aperta al mondo politico, imprenditoriale, accademico e delle professioni sulle possibili vie per raggiungere l'obiettivo dello sviluppo socioeconomico attraverso la leva del settore turistico culturale.

In tale sede, inoltre, potrà essere presentato il progetto di Marketing Territoriale al fine di garantire la massima informazione e il massimo appoggio all'iniziativa.

Misura 2

Promozione del portale "Turistico"

Nell'ambito del progetto l'Istituzione realizzerà un sistema informatico attraverso il quale favorire la promozione del Prodotto culturale Paestum.

Scopo di tale progetto è quello di creare una rete di "punti di accoglienza" diffusi sul territorio, organizzati attraverso una rete telematica che permetta di operare sia dalla parte della domanda che dell'offerta nel settore del turismo culturale.

In altri termini un luogo virtuale dove operatori economici e potenziali turisti possano incontrarsi.

La presente misura ha, tra l'altro, lo scopo di favorire l'accreditamento degli operatori turistici locali all'interno di un sistema telematico comunale e promuovere la rete telematica presso i turisti potenziali.

La misura verrà attuata attraverso le azioni di seguito esposte.

Azione 2.1

Aggiornamento e implementazione dei contenuti ed inserimento Informazioni

Il Servizio Informatico dell'Istituzione attiverà le procedure necessarie per l'attivazione della rete telematica ed deve inserire una serie di contenuti all'interno del sito web del comune (partendo dalle informazioni istituzionali già in possesso: Guida Turistica del comune, pubblicazione "Guida alle meraviglie sconosciute di Capaccio-Paestum", ecc.), ma è necessario continuare ad alimentarlo con informazioni nuove ed aggiornate.

Dunque, una vera e propria attività di raccolta di informazioni, foto, filmati e documenti utili per migliorare l'immagine del portale.

Azione 2.2

Promozione finalizzata all'accreditamento degli operatori locali all'interno del CMS (content management system).

Per favorire l'accreditamento sul portale degli operatori turistici locali dovrà essere effettuata un'azione mirata di comunicazione.

Gli operatori locali dovranno conoscere le opportunità a loro offerte dal sistema e allo stesso tempo favorirne la conoscenza e lo sviluppo.

Azione 2.3

Promozione del portale verso l'esterno

Il portale necessita di essere conosciuto dai potenziali turisti ed a tale scopo si dovrà comunicarne l'esistenza all'esterno.

I sistemi per raggiungere tale obiettivo sono molteplici, dall'utilizzo di banner pubblicitari, all'inserimento in pubblicazioni specializzate, dalla promozione mirata presso motori di ricerca all'utilizzo di tecniche di indicizzazione.

Ogni mezzo dovrà essere utilizzato al fine di ampliare gli ingressi nel portale ed al fine di ampliare la gamma di visitatori.

Misura 3 Iniziative di Marketing Esterno

L'Istituzione Poseidonia ha come ambizioso obiettivo quello di creare un nuovo impulso all'economia locale tramite investimenti mirati nel campo del turismo e della cultura. La maggior parte degli interventi realizzati fino ad oggi sono stati finanziati con risorse pubbliche mentre in altri casi è intervenuto il mercato privato locale.

Oggi nasce l'esigenza di reperire fonti di finanziamento più ampie attraverso l'attrazione di investitori esterni al territorio. Una imprenditoria che colga la sfida e che ne finanzi la crescita.

In particolare tre progetti possono essere appetibili sul mercato esterno: servizi informazioni, eventi culturali e borghi autentici, attraverso la valorizzazione del centro storico di Capaccio Capoluogo

I primi due sono appetibili per il mercato degli imprenditori del settore turistico culturale mentre l'ultimo è più orientato al mercato dell'Immobiliare.

Obiettivo di questa misura è raggiungere i potenziali investitori direttamente sui mercati esteri, presentare loro il prodotto territorio e invitarli a valutarne la fattibilità economica dell'investimento.

La misura potrà essere attuata attraverso le azioni di seguito esposte.

Azione 3.1 Organizzazione dei fattori dell'offerta

Elemento primario nell'attività di Marketing Territoriale è la definizione di ciò che si va a promuovere all'esterno: il Prodotto Paestum.

All'interno di questa categoria di prodotto si nasconde una complessità che normalmente non esiste per altre tipologie merceologiche.

Il Prodotto Paestum è il frutto di una molteplicità di fattori ambientali, morfologici, climatici, storici, artistici, archeologici, sociali ed economici tali da renderne impossibile una definizione univoca.

Risulta, pertanto, molto importante arrivare, attraverso un'analisi attenta, alla identificazione di un prodotto territorio appetibile all'esterno.

I fattori dell'offerta saranno organizzati partendo da ciò che la domanda richiede.

Al centro delle attività di analisi ci saranno le esigenze dell'investitore esterno di cui si dovranno studiare le strategie di investimento.

Finalità ultima è quella di confezionare un prodotto "Taylor made", cioè su misura.

Ogni progetto, servizi infopoint, Borghi Autentici, eventi culturali, ecc., sarà riletto in funzione del mercato su cui sarà presentato e diventerà oggetto di forme di comunicazione specifiche.

Azione 3.2 **Produzione materiali divulgativi ed informativi**

L'azione di produzione e di diffusione dei materiali divulgativi ha come principale scopo quello di far conoscere il Prodotto Paestum all'esterno.

Essa sarà necessaria, inoltre, per:

1. concentrare l'attenzione nei confronti del territorio, cioè attirare l'attenzione del pubblico sul prodotto territorio, sulle sue caratteristiche e sui fattori attrattivi. E' necessario utilizzare questa tecnica nelle aree meno conosciute o che sono impegnate in un'azione di profonda ristrutturazione del modello socio-economico;
2. evidenziare il posizionamento competitivo del territorio;
3. favorire le relazioni con gli amministratori e gli operatori locali. La comunicazione dovrà essere indirizzata anche verso lo sviluppo di relazioni tra gli investitori potenziali ed i soggetti che sul territorio amministrano l'accesso all'offerta territoriale.

Azione 3.3

Individuazione dei potenziali investitori

Questa azione serve a definire il target di riferimento del presente progetto.

In particolare sarà utile per individuare:

1. la/le nazione/i oggetto della ricerca di investitori;
2. le categorie di appartenenza all'interno del vasto mondo degli imprenditori del settore turistico culturale;
3. i livelli di compatibilità tra domanda e offerta;
4. i livelli reali di interesse dei potenziali investitori;
5. le compatibilità tra territorio e potenziali investitori.

Alla fine del percorso dovrà essere chiaro, per l'amministrazione comunale, l'elenco dettagliato dei potenziali investitori e i loro reali interessi.

In tal modo l'attenzione dovrà essere concentrata su chi ha manifestato realmente un interesse.

In termini preliminari si può ipotizzare che le nazioni target selezionate potranno essere almeno due da ricercare tra quelle che hanno maggiore tradizione di investimenti nel settore turistico in Italia o tra quelle che manifesteranno un interesse reale verso tale settore.

Azione 3.4

Organizzazione road show, business tour e/o press tour

Una volta individuati i potenziali investitori si dovrà procedere all'organizzazione di incontri mirati al fine di approfondire la conoscenza reciproca.

Si potranno utilizzare le tecniche più svariate: dall'incontro one to one al workshop, da un vero e proprio road show all'estero, all'organizzazione di un business tour sul territorio oggetto dell'investimento.

L'importante sarà comunque perseguire la massima professionalità nelle forme organizzative e di comunicazione, seguendo i più alti standard di mercato.

Inoltre per rafforzare l'immagine del progetto sarà necessario coinvolgere la stampa dei paesi target con azioni mirate, come ad esempio l'organizzazione di un press tour.

Anche in questo caso l'azione dovrà essere mirata a favorire la penetrazione dell'offerta sul target e la migliore conoscenza del mercato dei potenziali investitori.

In altri termini la stampa estera dovrà essere considerata ed "utilizzata" come una specie di partner/sponsor dell'iniziativa.

Misura 4

Incremento dei Punti di informazione turistica

Si è più volte descritto l'importanza, all'interno del progetto, della rete telematica e degli sportelli informativi territoriali.

Tali mezzi favoriscono l'accesso sul territorio alle informazioni.

A tal scopo si dovrà prevedere un ampliamento ed un potenziamento dei punti di informazione turistica già in corso di installazione prevedendo oltre all'attuale infopoint già attivo presso la stazione di Paestum altri punti, come ad esempio alla stazione FS di Capaccio scalo, al centro storico di Capaccio Capoluogo sulla litorale in località Laura.

Azione 4.1

Istallazione di nuovi punti informativi nel territorio comunale

L'Istituzione procederà alla selezione di nuovi punti all'interno del territorio comunale in ragione dei seguenti criteri:

1. rilevanza turistico-ricettiva del Borgo;
2. presenza di uffici di informazione turistica pubblica o privata;
3. collocazione geografica tale da perseguire il massimo rilievo territoriale;
4. facilità di collegamento ad una rete telematica esistente ovvero
1. esistenza nella zona di servizi di copertura a larga banda.

Allegato a)

Prospetto delle iniziative culturali promosse dall'Istituzione Poseidonia:

LUGLIO 2015

data	evento	attrezzature	spesa	
24 / 26 luglio	Alle porte del Cilento Associazione " Il CUBO"	varie	500,00	

AGOSTO 2015

data	evento	attrezzature	spesa	
2 agosto	La Giostra del Tempo Associazione "LORO di NAPOLI" Area archeologica Paestum	varie	1.000,00	
8 e 30 agosto	n. 2 spettacoli offerti dall' EPT ANTIQUA SAXA in concerto località Torre di mare	Palco e service	1.200,00	
8 agosto	PAESTUM EMOTION percorso di conoscenza dei monumenti archeologici di Paestum	service	2.500,00	
9 agosto	CONCERTO DI S. LORENZO direzione artistica Vincenzo Mari Capaccio capoluogo	Varie	7.500,00	
14 agosto	Concerto THE LEADOLDS + GOLDENBOY Giardini pubblici Capaccio capoluogo	Palco service + prestazione	1.500,00	

21 agosto	SUMMER KIDS	service	500,00	
26 agosto	Concerto THE LEADOLS Piazza Basilica Paestum	Service + prestazione	1.000,00	

SETTEMBRE 2015

data	evento	attrezzatura	spesa	
I primi due weekend	Passeggiata notturna nei Templi in sinergia con la SCABEC e la REGIONE CAMPANIA	varie	2.800,00	

EVENTI 2015

data	evento	attrezzatura	spesa	
Dicembre 2015	Eventi natalizi	varie	5.000,00	
Da programmare	Degustazione al Museo	varie	2.000,00	
Da programmare	Convegno Divulgativo Dati Turistici	varie	1.500,00	
Da programmare	Passeggiata verso il mare Torre di Mare – Paestum	varie	3.000,00	

Il Presidente
Vincenzo Cerullo

