

La presente deliberazione viene affissa il 10 MAG. 2011 all'Albo Pretorio per rimanervi 15 giorni



PROVINCIA di BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale n. 126 del 10 MAG. 2011

Oggetto: PROPOSTA PROGETTUALE "SANNIO AESTIVAL - ANIMA E CORPO - ECONOMIA DELLA FELICITÀ. ANNO 2011". PROVVEDIMENTI.

L'anno duemilaundici il giorno dieci del mese di MAGGIO presso la Rocca dei Rettori si è riunita la Giunta Provinciale con l'intervento dei Signori:

| | | | | |
|---------------|---------------|-----------|-------------------|----------------|
| 1) Prof. Ing. | Aniello | CIMITILE | - Presidente | _____ |
| 2) Avv. | Antonio | BARBIERI | - Vice Presidente | <u>ASSENTE</u> |
| 3) Dott. | Gianluca | ACETO | - Assessore | _____ |
| 4) Ing. | Giovanni Vito | BELLO | - Assessore | _____ |
| 5) Avv. | Giovanni A.M. | BOZZI | - Assessore | _____ |
| 6) Ing. | Carlo | FALATO | - Assessore | _____ |
| 7) Dr.ssa | Annachiara | PALMIERI | - Assessore | _____ |
| 8) Dott. | Nunzio | PACIFICO | - Assessore | <u>ASSENTE</u> |
| 9) Geom. | Carmine | VALENTINO | - Assessore | _____ |

Con la partecipazione del Segretario Generale Dott. Claudio UCCELLETTI _____

L'ASSESSORE PROPONENTE - Ing. Carlo Falato _____

RELAZIONE

La Regione Campania, con decreto dirigenziale n. 123 del 13.04.2011, ha approvato l'avviso pubblico per la selezione delle iniziative turistiche di risonanza Nazionale e Internazionale da tenersi sul territorio Regionale nelle sessioni "15 giugno 2011 - 31 ottobre 2011" e 01 novembre 2011 - 30 aprile 2012" nell'ambito del POR FESR Campania 2007/2013 - Asse 1 Ob. Op.1.12 D.G.R. n. 111/2011.

L'Avviso Pubblico della Regione Campania, pubblicato sul BURC n. 24 del 18.04.2011 prevede la selezione di Progetti per la definizione di un programma di eventi promozionali di risonanza Nazionale ed Internazionale improntato al "racconto" della Regione Campania, attraverso la scoperta dei suoi attrattori turistico- culturali ed articolato in due distinte sessioni, riservando la partecipazione agli Enti Locali.

Lo stesso avviso Pubblico inoltre, definisce le modalità ed i termini per la presentazione dei progetti.

Per i progetti e gli eventi che si dovranno realizzare nella sessione che va dal "15 giugno 2011 al 31 ottobre 2011" la scadenza per la presentazione è prevista per il giorno 11.05.2011.

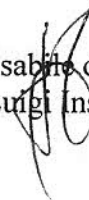
La Provincia di Benevento intende realizzare iniziative di promozione turistica e culturali, coerenti con le finalità e gli obiettivi del suddetto Avviso Pubblico, al fine di rafforzare la propria immagine turistica, di ampliare la domanda e di favorire l'incremento dei flussi turistici nazionali ed internazionali nel "Sannio" valorizzando il territorio sannita attraverso manifestazioni artistiche e culturali che mettono in risalto la peculiarità dei paesaggi. In particolare si intende valorizzare, per il clima, la natura, gli antichi sapori legati all'enogastronomia e all'agriturismo, il borgo medievale di Sant'Agata dei Goti, che funge da porta di ingresso al Sannio dal versante casertano e napoletano, e a tale scopo ha stretto contatti con il Comune medesimo.

Per realizzare le finalità poste attraverso la partnership predetta, è stato redatto un progetto dal titolo "Sannio AEstival – Anima e corpo – Economia della felicità. Anno 2011", da realizzarsi a valere sull'avviso di cui sopra.

Responsabile U.O.
Rag. Cosimo Leggieri



Il Responsabile del Servizio
Dr. Luigi Insogna



INIZIATIVA PER LA
COMPOSIZIONE DEL PROGRAMMA DAL TEMA
IL "RACCONTO" DELLA CAMPANIA
SESSIONE "15 Giugno 2011 – 31 Ottobre 2011"

SCHEDA PROGETTUALE

SANNIO AESTIVAL 2011

Anima e corpo

Economia della
felicità



Provincia di Benevento



Comune di Sant'Agata de'Goti

A) IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO

1. Titolo del progetto

SANNIO AESTIVAL

2. Ente Locale proponente

PROVINCIA DI BENEVENTO

Sede principale

Rocca dei Rettori – Piazza Castello n. 1 – 82100 BENEVENTO

Telefono 0824.774111 – 0824.774224

Fax 0824.774215

E-Mail assessorato.cultura@provincia.benevento.it

3. Responsabile Unico del Procedimento:

Dott.ssa Pierina Martinelli

Dirigente del Settore Attività Culturali, Artistiche, Turismo e Sport

Telefono: 0824. 774706

Fax: 0824.326652

E-Mail: pierina.martinelli@provinciabenevento.it

4. In caso di partenariato dell'Ente proponente/capofila con altri soggetti pubblici, ai sensi del punto 3.2 dell'Avviso Pubblico

4.1 Altri Enti Locali coinvolti

COMUNE DI SANT'AGATA DEI GOTI

Piazza Municipio 1, 82019 SANT'AGATA DEI GOTI (BN)

4.2 Protocollo d'Intesa

Da 14 anni l'evento si svolge in uno dei luoghi più suggestivi ed incantevoli della regione Campania: **il borgo medioevale di Sant'Agata dei Goti**, situato nel Sannio beneventano.

Il clima, la natura, la storia e gli antichi sapori favoriscono, non solo i flussi del turismo culturale, ma anche quelli legati all' enogastronomia e all'agriturismo.

La Provincia di Benevento sin dalla nascita dell'evento ha investito sulla promozione turistica del centro goto in quanto tra l'altro esso funge anche come porta di ingresso al Sannio dal versante casertano e napoletano.

(Indicare finalità e motivazioni della adesione di ciascun Ente alla realizzazione dell'iniziativa alla luce delle peculiarità paesistiche, naturalistiche, culturali, funzionali e tematiche, che legano sinergicamente gli Enti Locali partecipanti)

5. Edizioni precedenti

14 EDIZIONI SVOLTE

Periodo di svolgimento: **Cinque anni**

(Indicare brevemente i risultati ottenuti):

La prima edizione della manifestazione si ha nel 1997, anno in cui l'allora Vescovo di Sant'Agata dei Goti, Mario Paciello, lancia un'innovativa e lungimirante iniziativa per

celebrare il terzo centenario della nascita di Sant'Alfonso: un intero anno di eventi religiosi, culturali e di spettacolo per festeggiare, rinnovare e dare nuovi stimoli alla cittadina.

All'interno di una vasta ed importante programmazione si destina uno spazio rilevante alla "settimana arte" sotto la cura e direzione di Remigio Trucchio. Viene pertanto realizzata, negli

regolare evento culturale. La manifestazione viene infatti ripetuta negli anni successivi arricchendosi man mano di nuovi connotati, pur mantenendo inalterata la spiccata identità e coerenza tematica.

Il 1999 coincide con la fine della fase pionieristica; sotto la spinta del direttore artistico, viene costituita l'associazione che sarà la base strutturale ed operativa della manifestazione. Nasce inoltre il concorso, riservato ai film italiani della stagione cinematografica in corso che si sono distinti per la ricercatezza dei costumi e delle scenografie.

La maggiore concretezza del progetto porta anche un consolidamento nei rapporti con gli enti pubblici, come la Regione Campania, la Provincia e la Camera di Commercio di Benevento, che iniziano a sostenere in maniera stabile la manifestazione, consentendole di proiettarsi nel circuito più vasto e professionale dei Festival cinematografici italiani.

Arriva nel 2000 l'atteso sostegno e patrocinio del Ministero per i Beni e le Attività Culturali – Direzione Cinema- con un importante riconoscimento che consente all'organizzazione di arricchire il palinsesto della manifestazione. Accanto alla tradizionale sezione, viene istituita una retrospettiva dedicata ogni anno ad un insigne personaggio della storia del cinema.

Si concretizza inoltre il progetto della mostra di costumi, realizzato in maniera ridotta già nella precedente edizione, che diventerà un appuntamento costante ed importante per tutti gli anni a seguire con l'esposizione di costumi originali realizzati per il cinema dai più grandi costumisti.

Nel graduale arricchimento di una manifestazione che edizione dopo edizione va sempre di più completandosi si iscrive la nascita nel 2001 della Scuola Mediterranea del Costume e della Scenografia, diretta da Giulia Mafai, costumista e storica del costume e da quell'anno anche Presidente del Festival. A fianco delle proiezioni e degli incontri con gli autori, si inserisce pertanto il corso di formazione, della durata di quindici giorni, sul costume e la scenografia cinematografica e teatrale. Come gli stessi organizzatori mettono in evidenza, è una delle componenti più stimolanti e innovative della manifestazione, per la sua intrinseca finalità di costituire un luogo di formazione privilegiato, un'occasione di incontro tra studenti e grandi professionisti del settore, un momento di approfondimento per tutti gli appassionati.

A tale proposito molto rilevante risulta anche il progetto portato avanti dal 2004 con il Centro Sperimentale di Cinematografia di Roma, che da quell'anno trasferisce a Sant'Agata dei Goti la sede degli esami di ammissione alla Scuola Nazionale di Cinema, per la Cattedra di Costume e Scenografia: un ulteriore sodalizio a conferma di come il festival sia diventato un appuntamento annuale di settore e un punto di riferimento permanente per tutti coloro che vi orbitano intorno.

A partire dall'ottava edizione il festival, pur mantenendo intatti i caratteri della sua identità, procede ad una lenta ma sostanziale modifica della sua impostazione iniziale, anche in virtù della nuova collocazione nel panorama internazionale.

Nel 2004 viene istituita una sezione che ogni anno ospiterà la monografia di una cinematografia straniera e dal 2006 si è giunti alla fatidica tappa dei festival internazionali: una sezione ufficiale.

Dal 2007 ad oggi il Sannio FilmFest si annovera come uno dei Festival Europei più interessanti ed unici sia sul piano artistico che culturale.

Unico nel suo settore, è riuscito, con non pochi sforzi, a presentare nelle ultime edizioni un calendario di eventi internazionali con anteprime cinematografiche assolute, mostre inedite di livello mondiale, ospiti e Premi Oscar di fama internazionale, una scuola di formazione sempre più solida e professionale. L'attuale situazione è quindi il risultato di un processo

ancora dal Ministero per i Beni e le Attività culturali che nel 2005 ha riconosciuto all'iniziativa una rilevanza nazionale.

La manifestazione ha infatti percorso un graduale e significativa crescita passando dall'essere una semplice rassegna, vetrina di produzioni già distribuite in Italia a festival internazionale, con anteprime ed inediti, mostre importanti ed un corso di formazione unico in Italia.

Come sostiene il sociologo Domenico De Masi, membro della giuria nel 2002, "nel panorama dei tanti festival italiani, il Sannio FilmFest ha saputo ritagliarsi uno spazio originale, coerente con la storia e la natura del luogo incantevole in cui si svolge. Nel contesto del Sannio, poi, ha saputo creare un punto di riferimento artistico qualitativamente eccellente, che aggiunge al fascino di Sant'Agata il contributo organizzativo di un evento che consegna ai cittadini un'emozione mite e persistente".

B) DESCRIZIONE DELL'EVENTO

Anima e corpo: economia della felicità

Cosa ha da raccontare il Sannio, attraverso il suo patrimonio storico, artistico, architettonico, archeologico e naturale, per alimentare la cultura degli abitanti e attrarre l'attenzione dei turisti, fino a farne un fattore strategico della sua crescita socio-economica?

Ha da raccontare la sua difesa tenace dell'identità, che trovò il suo culmine nell'epopea delle Forche Caudine; ha da raccontare la dialettica tra centro e periferia dell'Impero, che ha contraddistinto la sua storia nel corso dei secoli medievali e moderni; ha da raccontare il modo con cui la provincia del Sud ha vissuto la sua doppia emarginazione rispetto ai centri metropolitani del Paese e ai centri internazionali del pianeta. Ha da raccontare, soprattutto, il modo con cui è sedimentato il suo modello di vita improntato alla sobrietà serena e capace di tenere sotto controllo la virulenza del consumismo selvaggio.

Alimento dell'anima e cura del corpo come base di una economia della felicità. Perché questo tema? Perché coniuga la vocazione materiale del Sannio, fatta di buon vivere, di gastronomia e di tranquillità, con la sua attitudine spirituale, fatta di introspezione, meditazione e convivialità. Due aspetti presenti nella cultura locale ed entrambi proponibili alla cultura globale.

Tra la vita eccitante e febbrile della società consumistica e la vita monotona e vegetativa delle comunità arcaiche, il **SANNIO AESTIVAL** propone un terza via, che distolga dal miraggio di una crescita infinita in un mondo finito per attingere la felice concretezza di un'abbondanza frugale attraverso le armi della critica costruttiva e non violenta.

Il **SANNIO AESTIVAL** vuole esibire la serenità di una cultura capace di portarci fuori dal vicolo cieco in cui ci costringe l'attuale società consumista, produttrice di decadenza.

Partendo dalle profetiche *Prospettive per i nostri nipoti* di Maynard Keynes, e passando attraverso le riflessioni di Ivan Illych, di André Gorz, di Serge Latouche, il **SANNIO AESTIVAL** vuole superare l'*empasse* in cui si trovano queste posizioni utopiche quando poi si scontrano con la dura realtà, per creare in Italia un punto di riferimento concettuale e artistico, un laboratorio di idee in cui elaborare e sperimentare l'economia della felicità.

Un evento per uscire dall'immaginario della concorrenza economica ed entrare nell'immaginario dell'emulazione sociale in una società che non produca esclusi, ma esalti la gioia di donare, di ricevere, di rendere. Una società dove i bisogni rapaci del denaro, del potere e del possesso, cedano il passo ai bisogni sereni della riflessione, dell'amicizia, dell'amore, della bellezza, del gioco e della convivialità.

Mission e parole chiave

Il **SANNIO AESTIVAL** 2011 esplora il posto dell'anima e del corpo in una economia della felicità attraverso un racconto in cui il godimento artistico di musica, danza e recital accuratamente selezionati, accompagna incontri riflessivi con i massimi studiosi contemporanei.

culturali dell'Occidente.

Le parole-chiave intorno a cui è strutturato il progetto sono: memoria, identità, innovazione, sobrietà, bellezza, felicità.

2. Mercato nazionale/internazionale di riferimento

Il SANNIO AESTIVAL si pone all'interno del mercato degli eventi culturali e cinematografici e artistici, un ambito proliferato considerato l'incremento della domanda di cultura

un aumento dell'offerta culturale.

Rispetto all'eccessivo numero di eventi culturali e festival cinematografici presenti in Italia si rendono necessarie strategie artistiche e comunicative volte a catalizzare l'interesse e la disponibilità a partecipare del pubblico, della stampa e degli addetti ai lavori, contesi tra diverse manifestazioni. Da qui quindi la forte caratterizzazione tematica che unita al rispetto del genius loci della cittadina che ospita l'evento hanno permesso di creare un pubblico, locale e nazionale, di interessati ed appassionati, per il quale il festival si configura come un appuntamento annuale.

L'originalità ed unicità del progetto hanno contribuito, pertanto, al suo posizionamento nel panorama festivaliero italiano ed internazionale, e alla segmentazione di una precisa quota di mercato, consona alle oggettive caratteristiche della località ospitante.

Il SANNIO AESTIVAL è inoltre un evento culturale localizzato e come tale il suo target è costituito da istituzioni nazionali ed internazionali, soggetti economici operanti a livello locale, nazionale ed internazionale, organismi di categoria del cinema di tutto il mondo, università, stampa, mass media locali, nazionali ed internazionali, associazioni e fondazioni sociali e culturali, bacino territoriale d'utenza e turismo culturale.

L'offerta culturale ed artistica del SANNIO AESTIVAL tende quindi a selezionare e convogliare nel territorio sannita ed in particolar modo nella cittadina di Sant'Agata dei Goti da un lato un pubblico "settoriale", interessato alla fruizione del prodotto nella sua specificità ed unicità, dall'altro un pubblico generalista, attratto dall'intrattenimento culturale ed artistico offerto.

3. Coerenza con il tema portante della programmazione: il "racconto" della Campania

Diamo voce al territorio: raccontiamone l'anima e il corpo

Un progetto per la valorizzazione del territorio, con una serie di eventi a far da guida nel racconto emozionale di una regione come protagonisti eventi in prima linea di un marketing territoriale non convenzionale

Nel nostro slogan è racchiusa la nostra visione: **scoprire, vivere, raccontare**. Perché un territorio non è un mero prodotto da vendere, ma è una **scoperta, un'esperienza di vita, un racconto da tramandare**

4. Luogo di svolgimento

Il SANNIO AESTIVAL si svolge in uno dei luoghi più suggestivi ed incantevoli della regione Campania: **il borgo medioevale di Sant'Agata dei Goti**, situato nel Sannio beneventano.

Il Sannio, nel cuore della regione Campania, è un territorio immerso in un **ambiente naturale di straordinaria bellezza**, ricco di vegetazione e con un clima che favorisce il felice soggiorno nei suoi caratteristici ed importanti centri storici.

Le città e i paesi del Sannio custodiscono veri e propri **gioielli d'arte romana e medioevale**.

Il clima, la natura, la storia e gli antichi sanori favoriscono

4.1 Descrizione delle locations

La programmazione si articolerà nel centro storico della cittadina, coinvolgendo diverse location, quali:

- Piazza Duomo di Sant'Agata dei Goti, la location più prestigiosa, palcoscenico naturale per gli eventi di grande richiamo.
- Piazza Ostieri, adibita a sede ufficiale per le proiezioni serali e gli spettacoli di teatro del Festival
- Il Castello Ducale di Sant'Agata dei Goti, sede del Museo del Costume e della Scenografia
- Piazza e strade di Sant'Agata dei Goti
- Scuole ed istituti
- Allestimenti e attività promozionali per il centro storico di Sant'Agata dei Goti.
- Gli esercizi commerciali del centro storico che collaborano e partecipano alle iniziative collaterali della manifestazione.

4.2 Collegamento con il bene o sito culturale e naturale valorizzato con l'evento

Il Sannio

Il Sannio rappresenta il cuore verde della Campania, così come l'Umbria rappresenta il cuore verde dell'Italia. Come l'Umbria, anche il Sannio ha un *genius loci* da raccontare e valorizzare. Un *genius loci* in cui convergono spiritualità e carnalità, amore per la vita civile e sensibilità per l'introspezione soggettiva, gelosa custodia di una storia millenaria e consapevolezza di un futuro post-moderno, orgogliosa salvaguardia della propria identità e coraggiosa apertura alle correnti internazionali del pensiero.

La provincia di Benevento, che del Sannio è essenza e interprete, ha una popolazione di poco superiore a quella di cento anni fa: 288.000 abitanti contro i 267.000 del 1910, distribuiti in 111.000 famiglie e 78 Comuni, su una superficie di 625.000 metri quadrati.

Rispetto alle altre province italiane, occupa una posizione intermedia sia per densità demografica, sia per indice di natalità, sia per numero di over 65 rispetto alla popolazione attiva. Più forte e tradizionale della media, invece, è il senso della famiglia, attestato dal basso numero di divorzi. Persistente è l'uniformità razziale, date le poche presenze di stranieri immigrati: nessuna provincia in Campania e solo dieci province in Italia ne hanno meno di Benevento.

L'entità socio-economica

L'Italia è suddivisa in 107 province. Nell'ultima graduatoria del *Sole 24 Ore* (dicembre 2010) redatta in base alla qualità della vita, le cinque province campane sono negli ultimi posti della graduatoria; Napoli è addirittura all'ultimo posto. La provincia di Benevento è al 94° posto.

Scorporiamo questo piazzamento in base ad alcuni parametri particolarmente significativi.

Economia. L'economia sannita si regge soprattutto sull'agro-industria, sul terziario e sul turismo. Con un Pil pro-capite di 15.882 euro (la metà della media italiana), la provincia di Benevento è al 101° posto per quanto riguarda il tenore economico complessivo della sua popolazione. In un Paese come il nostro, dove i ricchi diventano sempre più ricchi e i poveri sempre più poveri, nell'ultimo quinquennio il Pil pro-capite della provincia di Benevento ha avuto un incremento quasi nullo rispetto a quello di

provincia di Benevento è al 101° posto per quanto riguarda l'importo medio delle pensioni.

Affari e lavoro. La situazione, ovviamente, non migliora se si considera nel suo complesso la sfera degli affari e del lavoro, dove la provincia di Benevento, pur precedendo le quattro consorelle della Campania, tuttavia occupa appena l'ottantesimo posto. Altissimo è il numero di imprese che aprono, ancora più alto il numero di imprese che chiudono.

di disoccupazione è dell'11%: tre punti più alto della media nazionale.

Benevento è all'86° posto per quanto riguarda la percentuale di donne occupate e addirittura al 101° posto per l'occupazione giovanile. Su 100 giovani, nella provincia di Brescia i disoccupati sono 18, nella provincia di Benevento i disoccupati sono 40.

Formazione. La provincia di Benevento è al 15° posto per numero percentuale di laureati. Come si vede, negli investimenti familiari per la formazione dei figli il Sannio è pronto al sacrificio e alla lungimiranza, anche se poi il mercato del lavoro non lo ricambia con altrettanta generosità: rapportata all'occupazione, la spesa per formare i giovani, benché notevole, tuttavia non si traduce in ricchezza e genera frustrazione o emigrazione più che lavoro.

Ordine pubblico. La forte scolarizzazione, l'attaccamento alla tradizione, la religiosità diffusa farebbero pensare a Benevento come a una provincia tranquilla sotto il profilo della tranquillità sociale. Invece, in base all'ordine pubblico, è solo al 51° posto in Italia, preceduta anche da altre province meridionali, dove l'illegalità è minore. Se si analizzano singoli aspetti dell'ordine pubblico, si scopre che la provincia di Benevento si colloca abbastanza bene nella graduatoria dei furti (18° posto), meno bene in quella degli scippi, dei borseggi e delle rapine (23° posto), peggio per quanto riguarda le estorsioni (68° posto), malissimo per quanto riguarda le truffe e le frodi (95° posto). Nell'ultimo quinquennio la situazione è migliorata pochissimo sia rispetto alle altre 106 province italiane, sia rispetto alle altre quattro province della Campania.

Vita socio-culturale. Se la situazione economica del Sannio è preoccupante, quella socio-culturale è allarmante: rispetto alle altre province italiane, Benevento è al 94° posto nella graduatoria complessiva che riguarda questo settore. In particolare, è al 59° posto per spettacoli, al 69° per bar e ristoranti, all'86° posto per acquisto di libri, al 94° posto per numero di organizzazioni volontarie, al 95° posto per indice di sportività, al 96° posto per sale cinematografiche.

Sentiment. E' interessante notare che, pur essendo al 94° posto nella classifica generale elaborata in base agli indicatori oggettivi, sul piano soggettivo gli abitanti della provincia di Benevento hanno la percezione che la qualità della loro vita stia migliorando rispetto a due o tre anni fa.

In base al *sentiment* di ottimismo, in Campania solo i salernitani sono più soddisfatti dei beneventani che, a loro volta, considerano la propria situazione in maggiore miglioramento anche rispetto a città come Brescia, Bologna, Treviso, Venezia, Firenze o Roma. Migliora abbastanza la percezione relativa all'ordine pubblico; migliora meno il *sentiment* relativo alle strutture per il tempo libero; pessimistica la percezione relativa ai problemi del lavoro; ancora

Sant'Agata de' Goti

Con i suoi 11.000 abitanti, Sant'Agata dei Goti è il paese più bello della provincia di Benevento, il più salvaguardato sul piano urbanistico, il più curato sul piano estetico, il più impegnato sul piano delle iniziative culturali. Situato a mezza strada tra il comune di Napoli e

I suoi abitanti hanno saputo difendere l'eccellenza del loro territorio, il modello dignitoso della propria esistenza, l'influenza persistente dei propri valori, selezionando accuratamente e ibridando il meglio della comunità rurale, della società industriale e di quella postindustriale.

Da ultimo, con il Sannio Film Festival, Sant'Agata ha individuato un segmento culturale fertile di effetti positivi in termini di crescita civile del territorio e di sviluppo turistico.

E' su questa plurima esperienza, di matrice storica, urbanistica, estetica ed esistenziale, che si innesta la proposta del **SANNIO AESTIVAL**, una serie coordinata di eventi che raccontano, attraverso la storia del passato, la riflessione sul presente e l'anticipazione del futuro, il rapporto materiale e spirituale tra natura e cultura, anima e corpo.

5. Funzionalità dell'intervento con riferimento ai seguenti aspetti:

Italia "patria dell'arte", "capitale mondiale della cultura" e "museo diffuso". Queste solo alcune delle definizioni che concorrono a identificare il Bel Paese.

Creare ed organizzare un evento culturale di successo nel nostro Paese, significa pertanto anche sposare tali definizioni e non renderle avulse da ciò che si crea.

Organizzare un evento che possa essere anche volano di nuova imprenditorialità e di turismo significa, infatti, allo stesso tempo, valorizzare ciò che abbiamo, promuovere un patrimonio, far conoscere una cultura. In riferimento pertanto al punto che vede, per l'individuazione degli eventi da proporre al finanziamento per il percorso tematico del Racconto 2011 riferimento Prima sessione 15 giugno – 31 ottobre 2011, "la riscoperta del patrimonio culturale", il **SANNIO AESTIVAL** si presenta come un evento ben radicato nel territorio di riferimento, con la sua cultura e tradizione.

Quello che si chiede ad un festival, infatti, è di trovare una precisa relazione con un determinato luogo, interpretare una tradizione, una funzione, o una vocazione. Gli spazi, e le loro modalità di utilizzazione vengono pertanto individuati in un preciso collegamento con la valorizzazione anche in funzione turistica della città sede del festival, e sono parte integrante del progetto artistico.

Si dice *genius loci*, infatti, per esprimere lo spirito del luogo, ed è una definizione accettabile se oltre al valore immaginifico contiene uno spettro ampio di significati e soddisfa altrettante condizioni. Questo *genius* è dentro il patrimonio culturale, inteso sia come bene che come valore da conservare e trasmettere. Comprendere il *genius loci* è pertanto un passaggio fondamentale per impostare un evento che sia coerente con il territorio ospitante, che possa fondersi con esso, con la sua tradizione e la sua cultura.

Il paese, che si erge sopra un unico costone tufaceo, è un enorme museo all'aperto con le sue stradine lastricate, i palazzi con portali di pietra e le chiese monumentali. Il *genius loci* di Sant'Agata dei Goti risiede infatti nella sua classicità e storia, nelle raffinatezza e tranquillità dei luoghi, nell'originalità dell'impianto urbanistico: un reticolo medievale a semicerchio con serpeggianti stradine sfocianti in slarghi contornati da edifici barocchi, medievali e rinascimentali;

Il progettista della manifestazione ha tratto ispirazione dai luoghi creando un festival che si sposa perfettamente con la classicità, la raffinatezza e l'armonia delle piazze del centro storico che lo ospitano. Il **SANNIO AESTIVAL** sposa infatti le caratteristiche del contesto non

solo dal punto di vista contenutistico ed artistico, ma anche per ciò che riguarda l'allestimento degli spazi: l'allestimento per le proiezioni en plain air delle piazze del centro storico, i percorsi alla scoperta di vicoli e scorci dimenticati, la realizzazione di eventi collaterali legati all'eno-gastronomia locale, fanno del **SANNIO AESTIVAL** un evento che sposa e promuove la

solo in un "laboratorio cinematografico", dove i sogni della fantasia si intrecciano con la realtà della vita quotidiana ma anche con il pensiero che spazia dal corpo alla metafisica anima. Il borgo medievale, teatro di importanti vicende storiche, diventa il luogo ideale per sviluppare altre tematiche e soprattutto nuove arti legate alla storia. Ecco il perché dell'evoluzione quest'anno del concetto festival, trasformandosi in **SANNIO AESTIVAL**: Serate spettacolari, mostre, incontri con autori, proiezioni, concerti e rievocazioni storiche si innestano meravigliosamente alle "memorie storiche" di Sant'Agata rinnovando così lo splendore di un richiamo ancestrale legato alle tradizioni, alla spiritualità, alla bellezza.

5.1 Ricettività

Sant'Agata dei Goti dispone nel suo centro storico di un adeguato numero di bed and breakfast con circa 30 posti letto. Inoltre, in un raggio di pochi chilometri, tra il verde delle colline di Sant'Agata dei Goti, si trovano decine di aziende agrituristiche con circa 40 posti letto, mentre se ci estende nei territori limitrofi del Sannio per una quindicina di 15 chilometri si possono trovare strutture alberghiere e bed and breakfast per un totale di 100 posti letto.

5.2 Attenzione all'ambiente

(Indicare la percentuale di raccolta differenziata raggiunta nel luogo di svolgimento degli eventi o, in caso di partenariato, nel territorio degli Enti aderenti al protocollo d'intesa)

Secondo i dati forniti dall'Osservatorio Provinciali dei Rifiuti, la percentuale di raccolta differenziata registrata nel Comune di Sant'Agata de'Goti è pari al 14%. E' in corso una massiccia azione amministrativa finalizzata ad incrementare le azioni di sensibilizzazione e comunicazione.

5.3 Servizi dedicati ai turisti

(Descrivere i servizi turistici dedicati (presenza di info-points, trasporti attivati per gli eventi, itinerari guidati, ecc.) nel luogo di svolgimento degli eventi o, in caso di partenariato, nel territorio degli Enti aderenti al protocollo d'intesa)

In occasione dello svolgimento degli eventi e per tutta la durata degli stessi, sulla scorta della consolidata esperienza delle passate edizioni, saranno allestiti degli info-points gestiti da personale adeguatamente formato a fornire ogni tipo di informazione utile ai visitatori, preposto anche alla distribuzione ed illustrazione del materiale informativo – brochure e cartoline recanti il programma – appositamente realizzato.

6. Descrizione dell'evento/ Palinsesto e programma dettagliato

L'idea-progetto del **SANNIO AESTIVAL**, si sviluppa secondo una logica di integrazione tra diversi elementi culturali e artistici.

La manifestazione prevede, infatti:

A. incontri di parola aperti al pubblico con personaggi della cultura dello spettacolo

B. proiezioni di lungometraggi e cortometraggi di ambientazione non contemporanea e/o che presentino particolari meriti;

- C. eventi artistici di vario genere (jazz, sinfonico, da camera, rappresentazioni storiche, altro);
- D. eventi di importate richiamo artistico nazionale;
- E. incontri aperti al pubblico con esponenti italiani ed internazionali del cinema.

Nelle giornate di proiezione, invece, i film posso essere seguiti o preceduti da incontri con protagonisti o personalità del mondo cinematografico.

Nel corso della programmazione degli eventi seguiranno degustazioni ed eventi gastronomici.

PROGRAMMAZIONE DI MASSIMA

| <i>Data</i> | <i>Evento</i> |
|-----------------------|-------------------------------------------|
| 16 giugno | Conferenza Stampa |
| 21 giugno | Inaugurazione: Grande evento artistico |
| 24 o 25 giugno | Incontro Corpo e Anima + evento |
| 2 o 3 luglio | Incontro Corpo e Anima + concerto |
| 7 luglio | Incontro Corpo e Anima + evento |
| 10 luglio | Inaugurazione: Sezione Cinema |
| 12 luglio | Cinema |
| 13 luglio | Incontro Corpo e Anima + evento |
| 17 luglio | Cinema |
| 19 luglio | Cinema |
| 21 luglio | Incontro Corpo e Anima + evento |
| 24 luglio | Cinema |
| 26 luglio | Cinema |
| 28 luglio | Incontro Corpo e Anima + evento |
| 31 luglio | Cinema |
| 6 o 7 agosto | Cinema + concerto |
| 25 o 26 agosto | Incontro finale + grande evento artistico |

7. Cast artistico

L'attività artistica e culturale del Festival vede la partecipazione di importanti esponenti della cultura e dello spettacolo, tra autori, registi, attori, sia italiani che internazionali. Tutto il cinema italiano ha reso omaggio al Sannio.

Una delle ragioni del successo del Sannio Filmfest un evento unico in Europa è la capacità di poter far arrivare nel Sannio i più grandi costumisti e scenografi della storia del cinema: illustri

Premi Oscar e maestri del cinema contemporaneo, provenienti da tutto il mondo, che nobilitano e rendono internazionale questo evento.

Questa la lista degli ospiti intervenuti nell'ultima edizione:

I costumisti: Sandy Powell, Charlotte Walter, Gianna Gissi, Ortensia De Francesco, Sergio

Dentici, Bruno Schiavi, Alvaro Belsole, Mario Grilli, Gianni Gianese, Giuseppe Cancellara, F.lli Corridori, Bruno Tempera, Massimo Tavazzi, Francesco Chianese, Stefano Paltrinieri, Enzo Bulgarelli, Sandro Dell'Orco

I registi:

Pupi Avati, Vittorio Storaro, Matteo Tondini

Gli attori:

Riccardo Scamarcio, Alessandro Siani, Neri Marcorè, Valentina Lodovini, Ernesto Mahieux
Selene Rosiello

8. Direttore Artistico/Curatore scientifico

Il Direttore Generale dell'evento è **Remigio Truocchio**: Cinema Manager, ideatore e fondatore del Sannio FilmFest

Incarichi sostenuti oltre la direzione del Sannio FilmFest:

direttore organizzativo delle Giornate Professionali di Cinema

direttore artistico Vasto Film Festival

direttore sezione cinema Ravello Festival

direttore artistico Winter Film Festival

direttore sezione cinema Benevento Città Spettacolo

direttore Estate a Caserta

docente di tecnica e linguaggio cinematografico

organizzatore di corsi di formazione

consulente organizzativo eventi Agis- Anec

consulente artistico Comune di Caserta

referente Nazionale Agiscuola

relatore e conferenziere in seminari e convegni sul cinema

regista documentarista e di cortometraggi

produttore di eventi cinematografici

assistente di produzioni cinematografiche

Location manager

breve curriculum:

Remigio Truocchio, manager cinematografico

Laureato presso La Sapienza di Roma in economia e commercio

Master in Marketing e strategie di comunicazione

Dal 1981 direttore del Cineclub Vittoria Filmhouse di Caserta

Dal 1989 al 1992 Consigliere Nazionale della Federazione Italiana Cineforum

Dal 1989 al 1993 direttore ed organizzatore del festival "Cinegrafie"

Nel 1991 regista dello spettacolo di musica e immagini: "Mozart, mon amour"

Dal 1993 al 1997 organizzatore dell' "Estate a Caserta":

Nel 1996 assistente manager

Dal 1990 al 2000 Segretario Generale degli Incontri Internazionali del Cinema di Sorrento

Dal 1996 Referente nazionale Agiscuola e docente di tecnica cinematografica e linguaggio delle immagini

Nel 1996 autore del libro "Alla conquista di Cannes" presentato in occasione del 50° del festival di Cannes

Dal 1997 direttore artistico ed organizzatore del Sannio FilmFest

Nel 1998 relatore nel convegno promosso dal Provveditorato agli studi di Caserta

Dal 1999 organizzatore e direttore del Vasto Film Festival

Nel 2000 assistenza e produzione in loco del film "Lontano in fondo agli occhi" di Giuseppe Rocca

Nel 2001 docente del corso di formazione sulle tecniche cinematografiche a Caserta

Dal 2000 al 2003 consulente organizzativo delle Giornate Professionali di Cinema dell'Agis

Nel 2002 docente del corso di alta formazione sul linguaggio delle immagini di Primo Livello a Cagliari

Nel 2002 assistente di produzione e di regia nel film "Il posto dell'anima" di Riccardo Milani

Nel 2002 docente nel seminario del Provveditorato agli Studi di Benevento sull'analisi filmica

Nel 2003 casting e produzione locale per il film "Il resto di niente" di Antonietta De Lillo

Nel 2003 docente del corso di alta formazione

sull'organizzazione e produzione cinematografica di Secondo Livello a Cagliari

Nel 2003 regista del cortometraggio per le scuole "La corsa"

Dal 2003 ideatore e direttore con Lina Wertmuller della sezione Cinemusic del Ravello Festival

Nel 2003 regista del documentario dell'Agis "Giornate professionali di cinema: 25anni di storia"

Nel 2003 sceneggiatore del cortometraggio: "Un buon affare"

Nel 2004 sceneggiatore e regista del cortometraggio per le scuole: "La scelta di Sara", vincitore di numerosi premi e riconoscimenti internazionali nell'ambito dei festival rivolti ai ragazzi..

Nel 2004 corso di formazione sulla tecnica e la regia organizzato dal Comune di Cagliari

Nel 2004 regista e sceneggiatore di tre rievocazioni storiche dal titolo "Frammenti d'epoca"

Nel 2004 e 2005 Direttore artistico della sezione cinema del festival: "Benevento Città spettacolo"

Nel 2005 autore del Winter Film Festival con seminari ed incontri di cinema

Nel 2005 gli viene assegnato il Premio Internazionale "Bonifacio VIII" dall'Accademia Bonifaciana per la giovane ma intensa carriera e il suo impegno professionale

Nel 2005 direttore artistico del "Premio Strega per il Cinema"

Nel 2005 relatore al convegno sulle immagini museali alla Reggia di Caserta: "Le nuove tecniche di rappresentazione audiovisiva"

Nel 2005 docente presso la Nuct in: "Marketing cinematografico ed audiovisivo"

Dal 2006 al 2007 direttore generale della Nuct: Nuova Università del Cinema di Cinecittà

Nel 2007 consulente per l'organizzazione della Scuola di Cinema di Ciudad de La Luz ad Alicante

Nel 2008 location manager nella produzione del film: "L'imbroglio"

Nel 2008 conferenziere al Summit delle Regioni in Trieste sui temi di marketing territoriale

Dal 2007 al 2009 docente al corso di management culturale di Ravello

Nel 2007 e 2008 consulente organizzativo del Festival di Ravello

9. Cronoprogramma dell'evento

| | | CRONOPROGRAMMA | | | | |
|------------------------|-------------------------------------------------|----------------|--------|--------|-----------|--|
| | | GIUGNO | LUGLIO | AGOSTO | SETTEMBRE | |
| PIANO ARTISTICO | Programma di massima | | | | | |
| | Analisi programma artistico | | | | | |
| | Definizione programma | | | | | |
| | Contatto artisti e relatori | | | | | |
| | Accoglienza artistica | | | | | |
| | Svolgimento eventi | | | | | |
| AMMINISTRAZIONE | Gestione preventivi | | | | | |
| | Contratti artistici (Enpals) | | | | | |
| | Pagamenti fornitori | | | | | |
| | Gestione bilancio | | | | | |
| | Chiusura bilancio | | | | | |
| | Siac | | | | | |
| COMUNICAZIONE | Definizione piano di comunicazione e promozione | | | | | |
| | Richiesta e valutazione preventivi | | | | | |
| | Definizione materiali e quantità | | | | | |
| | Edizioni | | | | | |
| | Promozione e comunicazione | | | | | |
| | Ufficio stampa | | | | | |
| | Organizzazione conferenza stampa | | | | | |
| | Sito e newsletter | | | | | |
| | | | | | | |
| Inviti/Accrediti | | | | | | |
| Predisposizione | | | | | | |

| | | | | | |
|------------|--------------------------------------|--|--|--|--|
| | convenzioni | | | | |
| | Accoglienza ospiti e vip | | | | |
| | Diabizzato | | | | |
| PRODUZIONE | individuazione location | | | | |
| | Gestione schede tecniche artisti | | | | |
| | Ricerca di risorse per facchinaggio | | | | |
| | Ricerca tecnici audio/video/luci | | | | |
| | Richiesta preventivi | | | | |
| | Chiusura accordi con fornitori | | | | |
| | Rifiniture e arredi | | | | |
| | Piano di produzione | | | | |
| | Allestimento strutture | | | | |
| | Disallestimento strutture | | | | |
| | Sopralluogo e analisi delle esigenze | | | | |

10. Piano di comunicazione dell'evento

Obiettivi

Il compito fondamentale della comunicazione dell'evento è trasmettere gli elementi distintivi e caratterizzanti del festival, al fine di **acquisire consolidare l'immagine a livello nazionale ed internazionale** e di ottenere visibilità tra gli opinion maker.

Ogni azione comunicativa è rivolta a segmenti di **target precisi**, ovvero: giornalisti, registi e addetti ai lavori, aziende potenziali sponsor, istituzioni, studenti docenti universitari e professori delle scuole superiori, organizzatori di cineforum e di altri festival, gestori di associazioni culturali, turisti e residenti della cittadina che ospita la manifestazione.

Destinatari

I destinatari della comunicazione sono gli **addetti ai lavori**, **turisti** e residenti della cittadina che ospita la manifestazione, gli **studenti**, gli **appassionati** in genere, i mass-media, docenti universitari e professori delle scuole superiori, organizzatori di cineforum e di altri festival, gestori di associazioni culturali.

Gli strumenti della comunicazione

l'esame degli eventi costitutivi ha permesso di individuare la definizione concettuale più indicata per rappresentare il festival **nell'elaborazione di un logo**.

stimolare la loro curiosità.

La strategia comunicativa del SANNIO AESTIVAL si articola rispettando:

- **la promessa:** il festival rimane sempre coerente a se stesso e al luogo che lo ospita. È realizzato non per un grande pubblico e grandi cifre, ma per un pubblico attento, colto ed interessato.

convivono in un piccolo centro dell'entroterra campano.

- **il brand character:** è un festival di qualità, autentico, raffinato e originale, con un intrinseco carattere di familiarità e socialità.

Rispetto alla volontà di superare i confini locali, gli strumenti e le azioni necessarie saranno:

- **attività di pubbliche relazioni**
- **eventi ad hoc** (conferenze stampa, party, presentazioni, manifestazioni collaterali);
- **coinvolgimento media** attraverso l'acquisizione di ufficio stampa autorevole e prestigioso;
- **creazione di un sito internet dedicato alla manifestazione** ed utilizzo del web 3.0;

Descrizione della campagna promozionale

Mercato e ambito competitivo

La maggior parte dei festival si concentrano nel periodo primaverile ed estivo, determinando molte volte spiacevoli sovrapposizioni. Si rendono pertanto maggiormente necessarie strategie comunicative volte a **catalizzare l'interesse** e la disponibilità a partecipare del pubblico, della stampa e degli addetti ai lavori, contesi tra diverse manifestazioni.

Diviene quindi opportuno operare al fine di fidelizzare un **determinato target**, in modo che questo sia motivato ed intenzionato a seguire nel corso degli anni un determinato festival piuttosto che un altro.

Il SANNIO AESTIVAL si svolge subito a ridosso di importanti festival italiani ed internazionali e lo slittamento: l'ambiente è sicuramente **molto competitivo**, ma la strategia della manifestazione è tuttavia quella della collaborazione e dello scambio, a partire dalla **calendarizzazione degli eventi**, in particolar modo quelli campani.

Piano media

Ufficio stampa dedicato che possa curare la copertura da parte delle testate giornalistiche, televisive e radiofoniche, delle emittenti generaliste e satellitari, dell'informazione on-line.

Sarà necessario il coinvolgimento di un doppio ufficio stampa, uno indirizzato al "nazionale" e allo specialistico, l'altro volto al coinvolgimento dei media regionali, così da garantire una copertura completa e capillare.

Sito Internet ufficiale della manifestazione rivolto agli addetti ai lavori, al pubblico, ecc.

Un sito chiaro, navigabile, innovativo e interattivo.

Nell'attuale contesto il sito web è l'immagine più visibile di un evento, perché accessibile senza limitazioni spazio-temporali; è necessario pertanto che sia al passo con i tempi e rispecchi l'anima della manifestazione.

Il **sito/portale** offrirà informazioni generali sulla manifestazione (film, orari, eventi, inaugurazioni, ecc.), sulle accomodations, sul territorio, foto e video dell'attuale edizione, ma anche informazioni e news relative al tema della manifestazione.

Assumono dunque importanza fondamentale i mezzi di comunicazione e pubblicità in rete, in particolare i social network quali facebook, twitter, linkedin.

Occorre pertanto che un evento sia lanciato anche su questi canali inserendo contenuti, immagini e video che possano catturare l'attenzione dell'utente e coinvolgerlo nell'esperienza dell'evento.

La proiezione di video promozionali nelle più importanti stazioni sul territorio nazionale per tutta la durata del festival favorisce un'integrazione del piano di comunicazione che amplifica e potenzia il messaggio. Due milioni sono infatti i frequentatori giornalieri esposti più volte al messaggio. Tale mezzo consente inoltre di targettizzare a livello locale la comunicazione, con proiezioni video e audio su 1100 schermi in tutto il network.

Pagine pubblicitarie su quotidiani diffusione regionale, giornali specializzati a diffusione nazionale e regionale.

Le pagine acquisite andranno ad aumentare la copertura stampa nel periodo immediatamente precedente l'evento così da risvegliare l'attenzione dei "consumatori abituali" e colpire nuovi possibili fruitori.

Pubblicità esterna e distribuzione di stampati. A tale proposito verranno prodotti:

Mega Poster dell'evento 6 x 3 m

Manifesti formato dell'evento 100 x 140 cm

Manifesti formato dell'evento 100 x 140 cm

Locandine 35 x 50 cm

Brochure degli eventi

Programmi

Inviti l'inaugurazione della manifestazione e la serata con i grandi eventi artistici

Totem e Visual per arredo urbano

Promozione e direct marketing con attività di mailing del materiale informativo e promozionale, distribuzione di brochure informative e programmi anche in occasioni di grandi eventi e festival cinematografici, organizzazione di eventi ad hoc,

Relazioni Esterne con partecipazione ed organizzazione di eventi in occasioni dei principali eventi

Piano di marketing – Attività di veicolazione dell'offerta con il coinvolgimento degli operatori turistici

Il SANNIO AESTIVAL sviluppa il suo piano di marketing attraverso azioni strettamente legate al territorio. Una strategia che ha portato già da alcuni anni a notevoli successi e che ha visto sviluppare e potenziare un sensibile flusso turistico, derivante da un'offerta competitiva sia in termini culturali che territoriali.

I risultati positivi di questi ultimi anni hanno di fatto riscontrato un generale interesse sulla manifestazione da parte di un pubblico variegato, soprattutto di turisti, spinti dalla curiosità ed il fascino del festival e da una riscoperta del patrimonio culturale sannita, poco conosciuto in ambito nazionale ed internazionale.

Lo sviluppo del Festival ha creato così un incremento dell'indotto turistico, qualificando e migliorandone l'offerta. Si sono moltiplicati negli ultimi anni i posti letto presso nuove e sempre più organizzate aziende agrituristiche sul territorio di Sant'Agata dei Goti. Si sono riammodernati gli esercizi commerciali del centro storico, adeguandosi ad un nuovo target turistico più esigente.

Ultime piani marketing messi a punto per la promozione del SANNIO AESTIVAL sono stati studiati ad hoc sulla scia di queste esperienze, costituendo la vera fonte del cosiddetto vantaggio competitivo.

Alle tradizionali strategie per l'incremento dei flussi turistici, quindi, messe in atto con azioni di comunicazione ampiamente descritte nel progetto, si integrano tre nuovi elementi su cui si basa il nuovo piano marketing per veicolare al meglio l'offerta ed aumentare il valore delle risorse:

Filmfest, integrato con la creazione di una web television, che possa diffondere al meglio l'immagine e i contenuti del festival e del territorio attraverso linguaggi più diretti ed innovativi.

- Creare un pool di operatori turistici interessati a nuovi ed originali pacchetti "SANNIO AESTIVAL": proposte per mini soggiorni culturali in strutture convenzionate da offrire ad un mercato selezionato, da ricercare sia in fiere internazionali come la BIT di Milano che tramite i canali sempre più usati della rete internet, tra cui i più diffusi social network.
- Sviluppare e rafforzare il progetto "Borgo in Fest" nato lo scorso anno in seno al Festival. Un'iniziativa coordinata con gli operatori locali volta ad intensificare e meglio accogliere il pubblico del festival ed il turista in genere, sollecitato da iniziative promozionali, sconti e percorsi enogastronomici che fanno da cornice al ricco programma. Per l'occasione saranno pubblicate mappe ed itinerari su cui andranno evidenziate e appositamente segnalate le varie offerte dei singoli operatori.

C) ANALISI DELLA DOMANDA

1. Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi turistici

L'idea progettuale del SANNIO AESTIVAL fa propri gli elementi fortemente caratterizzanti e distintivi della cittadina che lo ospita, promuovendo la manifestazione anche attraverso la bellezza e la particolarità delle location del centro storico, divenute tutt'uno con l'offerta artistica e culturale della manifestazione.

Il festival, attraverso i vari eventi di cui è composto, diviene così un grande riflettore acceso su Sant'Agata dei Goti e sul Sannio in genere, convogliando sull'intero territorio una notevole attenzione e flussi di visitatori nelle aree interne della regione.

La manifestazione sannita che a partire dalla propria denominazione (SANNIO AESTIVAL) contribuisce a promuovere il territorio, partecipa allo sviluppo turistico della regione, proponendo anche attraverso i propri mezzi promozionali (attività di pubbliche relazioni, conferenze stampa, brochure, sito internet, party con prodotti regionali) la valorizzazione di una località riconosciuta nel 2005, nell'ambito del Progetto Touring Club Italia/Regione Campania, con la "Bandiera Arancione", il marchio di qualità turistico ambientale per l'entroterra.

Sulla base, infatti, delle nuove esigenze turistiche il SFF acquista un valore maggiore e diviene lo strumento capace di porsi all'attenzione del pubblico e di attirarlo in aree interne o comunque minori.

La capacità attrattiva dell'evento, amplificata da un importante piano di comunicazione di portata nazionale, ha fatto registrare nel corso della manifestazione un significativo aumento di presenze, provenienti dalle regioni Lazio, Puglia e Basilicata, in aggiunta ai flussi di ospiti movimentati direttamente dal festival.

I benefici dell'evento si ripercuotono

non tanto per quelle interne, che vivono maggiormente di un turismo primaverile ed autunnale.

Sulla base, infatti, delle nuove tendenze del turismo il **SANNIO AESTIVAL** acquista un valore maggiore e diviene lo strumento capace di porsi all'attenzione del pubblico e di attirarlo in aree interne o comunque minori.

Il movimento turistico creato dal festival non è infatti limitato ai soli ospiti della

2. Tipologia dei destinatari

Il target del festival è diverso e variegato.

Il festival si compone infatti di più eventi (proiezioni, mostre, incontri, rievocazioni, concerti, rappresentazioni...) che interessano pubblici diversi:

- Professionisti del settore
- istituzioni;
- comunità locale;
- appassionati d'arte;
- stampa;
- aziende e possibili sponsor;
- studenti accademie e istituti affini;
- università e scuole di settore e non.
- turisti.

Nello specifico abbiamo un target trasversale di due tipologie:

ISTITUZIONALE:

- istituzioni nazionali ed internazionali (Commissioni europee), amministratori, enti locali;
- Soggetti economici operanti a livello locale, nazionale ed internazionale;
- Organismi di categoria del cinema di tutto il mondo;
- Università;
- Stampa, mass media locali, nazionali ed internazionali;
- Associazioni e fondazioni sociali e culturali

TERRITORIALE:

- bacino territoriale d'utenza;
- turismo culturale.

La manifestazione, come anche registrato nelle passate edizioni, ha una potenzialità attrattiva molto forte, andando ad incidere su un ampio spettro di destinatari diverso per età, sesso e classe sociale.

Le attente attività promozionali inoltre tendono a veicolare i vari eventi di cui la manifestazione è composta, facendo registrare nei giorni di attività, tra le proiezioni, gli incontri e le mostre, circa 100.000 presenze.

3. Priorità dell'intervento per il territorio

Il Festival ha fatto propri gli elementi fortemente caratterizzanti e distintivi della cittadina che lo ospita, promuovendo la manifestazione anche attraverso la bellezza e la particolarità delle location del centro storico, divenute tutt'uno con l'offerta artistica e culturale della

accesso su Sant'Agata dei Goti e sul Sannio in genere, convogliando sull'intero territorio una notevole attenzione e flussi di visitatori nelle aree interne della regione.

La manifestazione, pertanto, oltre a presentarsi come momento culturale importante si configura allo stesso tempo anche come una risorsa economica, turistica e sociale, capace di apportare risorse materiali ed immateriali necessarie per la rigenerazione di un'area socialmente ed economicamente sfavorita.

del paese e come attrattiva turistica.

Nei tredici anni di attività la manifestazione, accrescendo la notorietà del luogo, ha già portato importanti risultati riscontrabili in un effettivo aumento dell'attività turistica e nel conseguente sviluppo di ulteriori strutture ricettive, nonché nella riscoperta del territorio sannita come set di produzioni televisive, cinematografiche e documentaristiche.

Ad un livello più generale si può dire che il Festival apportando nuove opportunità di sviluppo, ulteriori possibilità occupazionali, di svago e di apprendimento, una più viva partecipazione alle iniziative collettive ha determinato, o contribuito a determinare, un'appetibilità maggiore della cittadina, presentandola come luogo piacevole da visitare e da vivere.

Il **SANNIO AESTIVAL** rappresenta un felice caso di festival in cui si fondono creatività artistica, imprenditoriale e organizzativa.

L'originalità ed unicità del progetto hanno contribuito al suo posizionamento nel panorama festivaliero italiano ed internazionale, per la capacità di impiegare al meglio e massimizzare le risorse umane ed economiche a disposizione e per l'impegno a mantenere una coerenza generale tra l'idea artistica, la produzione dell'evento e la collocazione logistica.

D) FATTIBILITÀ FINANZIARIA

1. Piano Finanziario dell'intervento

1) Piano finanziario dell'intervento

A) Voci di Spesa

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Spese generali | € 67.000,00 |
| Compenso per il direttore scientifico | € 12.000 |
| Compenso per il direttore artistico | € 10.000 |
| Compenso per il direttore organizzativo | € 8.000 |
| Compenso per collabori e tecnici a vario titolo | € 10.000 |
| Staff (segreterie organizzativa e amministrazione, scientifica e artistica) | € 15.000 |
| Uffici (affitto, gestione e cancelleria e utenze) | € 8.000 |
| Divise festival (magliette staff, lacci porta badge, badge, altro) | € 4000 |
| Organizzazione | € 431.000,00 |
| <i>Comunicazione</i> | |
| 2.01 Grafica, edizioni, pianificazione media, sito e news letter, conferenza stampa | € 49.000 |
| 2.02 Pubblicità(nazionale e locale) | € 99.000 |
| 2.03 Ufficio stampa (Nazionale e locale) | € 12.000 |
| 2.04 Pubbliche relazioni | € 5.000 |
| 2.05 <i>Sezione Cinema</i> | |
| 2.06 Sottotitolatura, affitto e movimentazione pellicole | € 13.000 |
| 2.07 Spese per premio e doni per artisti e ospiti di riguardo | € 5.000 |
| 2.08 Spese per SIAE | € 3.500 |
| <i>Sezione incontri: Corpo e Anima</i> | |
| 2.09 Compensi per i relatori | € 10.000 |
| 2.10 Coordinatore incontri | € 5.000 |
| <i>Sezione artistica</i> | |
| 2.11 Eventi (grandi eventi e eventi dopo incontro) | € 100.000 €100.000 |
| 2.12 Siae eventi artistici | |
| <i>Produzione</i> | |
| 2.13 Spese Collaboratori | € 15.000 |
| 2.14 Viaggi e alloggio artisti/relatori | € 28000 |
| 2.15 Transfer (con autista) | € 3.600 |
| 2.16 Service (audio, video, facchinaggio, altro) | € 12.000 |
| 2.17 Spese impianti e attrezzature(palco e altro) | € 55.000 |
| 2.18 scenografia | € 6.000 |
| 2.19 Uffici (affitto, gestione e cancelleria e utenze) | € 8.000 |
| 2.20 Divise festival (magliette staff, lacci porta badge, badge, altro) | € 4.000 |
| 1.2 ENTRATE TOTALI | € 498.000,00 |
| A) Finanziamento richiesto alla Regione | 0.000.000,00 |
| C) Altri eventuali contributi e/o finanziamenti pubblici/privati | € 108.000,00 |
| D) Altra eventuale entrata (bigliettazione, sponsorizzazioni, merchandising, ecc...) | € 0,00 |

2. Analisi finanziaria dell'evento

(con particolare riferimento a quanto disposto dall'art. 55 del Reg. CE 1083/2006)

3. Coerenza con l'Obiettivo Operativo 1.12 del PO FESR 2007/2013

(Indicare le motivazioni che inducono a ritenere il progetto coerente con l'O.O. 1.12)

Il progetto, in coerenza con l'Obiettivo Operativo 1.12, intende realizzare una campagna di comunicazione ed una serie di eventi finalizzati alla promozione dell'immagine e dell'offerta turistica del territorio sannita e delle risorse cd. "minori", realizzando un incremento delle presenze nelle aree interne in maniera da contribuire a riequilibrare l'afflusso turistico registrato nell'intero territorio della Regione. L'idea forza del progetto si propone di favorire lo sviluppo di un sistema di offerta che, facendo leva sulle tipicità dell'area, integri le diverse risorse territoriali esistenti e valorizzi le strutture ricettive, facendone modelli originali di ospitalità per la riqualificazione dell'offerta complessiva. Inoltre, le attività di comunicazione poste in essere andranno a promuovere in maniera sistemica e quindi più efficace delle manifestazioni già radicate e con una lunga tradizione alle spalle, ma spesso prive di adeguata divulgazione, favorendo la coniugazione di eventi culturali con momenti di commercializzazione.

E) RISULTATI ATTESI

1. Stima dei flussi turistici movimentabili

In riferimento all'obiettivo di configurarsi come un appuntamento non solo del settore

sia a livello nazionale che internazionale.

La sua sfera di interesse, grazie anche alla fama consolidata del Sannio FilmFest potrà allargarsi nel corso delle edizioni successive per comprendere oltre che i sostenitori di un certo cinema di qualità, anche esponenti e delle arti in genere, dell'architettura, le varie scuole di settore, della cultura dello spettacolo e dei media specializzati.

L'offerta culturale ed artistica del **SANNIO AESTIVAL** tende quindi a selezionare e convogliare nel territorio sannita ed in particolar modo nella cittadina di Sant'Agata dei Goti un pubblico raffinato e attento, pronto a cogliere la particolarità della manifestazione e in grado di apprezzare allo stesso tempo i siti storico-artistici che ospitano gli eventi e la tradizione culturale ed eno-gastronomica di un territorio ricco come quello sannita.

Un elemento di traino è rappresentato dalla coerenza che sembra intercorrere tra le attività poste in essere dal festival (la valorizzazione del centro storico e la promozione turistica del territorio) e quelle realizzate dall'Amministrazione Comunale che, negli ultimi anni, ha attuato una politica di recupero del centro storico e di interventi inclusi nel PIT Parco Regionale Taburno-Camposauro. L'impianto strategico di quest'ultimo intende valorizzare il territorio accrescendone la competitività e promuovendone l'immagine a livello regionale e nazionale, per consentire di dare adeguata risposta alla sempre maggiore domanda di turismo culturale e naturalistico, creando un sistema locale di offerta turistica tendente ad una più alta capacità ricettiva e ad una implementazione delle risorse attrattive, anche e soprattutto attraverso il recupero e/o la valorizzazione delle peculiarità locali.

Tra i progetti del PIT sono stati, infatti, inseriti diversi interventi volti a valorizzare il patrimonio culturale ubicato nel territorio del Comune di Sant'Agata dei Goti come, ad esempio, il recupero degli affreschi nella Chiesa di San Francesco (che è una delle sedi degli eventi legati al festival, solitamente chiusa al pubblico e aperta solo per tale circostanza).

Partendo da questi presupposti si evidenzia pertanto un rapporto biunivoco nel quale non è solo il festival a trarre forza dall'attuazione di una strategia di sviluppo integrata con il PIT, ma anche l'intero territorio del PIT, di cui Sant'Agata dei Goti rappresenta una prioritaria porta di accesso, che può ottenere notevoli vantaggi dalla forza attrattiva del festival stesso, capace di convogliare sul territorio notevole attenzione e flussi di visitatori.

Tuttavia, se come pare, la presenza del festival può contribuire ad innescare processi di sviluppo locale, è altrettanto vero che questo non può avvenire senza la continuità. La continuità della attività rappresenta, infatti, l'unica modalità capace di fidelizzare visitatori e pubblico, di garantire il passaparola, di destagionalizzare i flussi e realizzare economie positive.

Gli eventi culturali possono, infatti, essere considerati valide leve di crescita, in contesti dove cultura e sviluppo sono

2. Stima della durata della permanenza dei flussi turistici movimentabili

Il progetto prevede una durata del festival molto più lunga delle scorse edizioni, coprendo così quasi tutta l'estate, da metà giugno a fine agosto, così da poter assicurare all'evento flussi turistici notevoli, con una durata almeno due/tre mesi.

Sulla stima dei flussi turistici del Festival, verranno realizzati durante i giorni dell'evento una raccolta dati tramite questionari proposti agli spettatori del Festival.

Tali dati pur non essendo generalizzabili e riferibili al quadro effettivo delle presenze riescono comunque a mostrare **l'attrattiva costituita dal festival** sia a livello regionale che nazionale,

F) IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI

1. Quantificazione e stima degli impatti attesi

La manifestazione, pertanto, oltre a presentarsi come momento culturale importante si configura allo stesso tempo anche come una **risorsa economica, turistica e sociale**, capace di apportare risorse materiali ed immateriali necessarie per la rigenerazione di un'area socialmente ed economicamente sfavorita.

Il festival deve pertanto essere concepito in una prospettiva **di sviluppo di lungo periodo**, come **catalizzatore di nuova imprenditorialità**, come agente di riconversione dell'immagine del paese e come attrattiva turistica.

Ad un livello più generale si può dire che il Festival, apporterà negli anni nuove **opportunità di sviluppo**, ulteriori **possibilità occupazionali**, di svago e di apprendimento, soprattutto per i giovani e in particolar lo staff del **SANNIO AESTIVAL**.

Contribuirà a creare uno spirito di socializzazione, con una **più viva partecipazione** alle iniziative collettive determinando un'**appetibilità maggiore della cittadina**, presentandola come luogo piacevole da visitare e da vivere.

L'organizzazione ha ottimizzato i propri mezzi e i finanziamenti ricevuti creando eventi importanti e di forte richiamo, a loro volta **moltiplicatori per l'economia locale**.

Parallelamente infatti a quelli che sono gli ottimi risultati che si prefigge dal punto di vista artistico e culturale, mediante i contributi ottenuti, è importante sottolineare come gli investimenti e la gestione da parte dell'organizzazione farà sì che il **SANNIO AESTIVAL** creasse anche dei benefici connessi alla:

- creazione e **sostegno dell'occupazione**;
- alla **generazione di reddito** nell'economia locale, derivanti da un afflusso maggiore di visitatori e fruitori;
- all'attivazione di **altre iniziative culturali** o di attività collegate;
- all'**attività turistiche**;
- alla **valorizzazione** del patrimonio ambientale;
- alle ricadute di **immagine a favore della città** interessata dall'iniziativa;
- al **miglioramento della qualità della vita**.



Protocollo d'intesa

TRA

PROVINCIA DI BENEVENTO

E

COMUNE DI S. AGATA DEI GOTI

PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

**"SANNIO AESTIVAL – ANIMA E CORPO
ECONOMIA DELLA FELICITÀ. ANNO 2011"**

PROTOCOLLO D'INTESA

TRA

PROVINCIA DI BENEVENTO

con sede legale in Benevento, P.za Castello (Rocca dei Rettori) Via n. 1, nella persona del Legale Rappresentante Presidente della Provincia di Benevento Prof. Ing. Aniello Cimitile

E

COMUNE DI SANT'AGATA DEI GOTI

nella persona del Legale Rappresentante Sindaco Geom. Carmine Valentino

per la realizzazione congiunta del progetto “SANNIO AESTIVAL – ANIMA E CORPO – ECONOMIA DELLA FELICITÀ. ANNO 2011”.

L'anno 2011, il giorno _____, del mese di maggio, in Benevento, presso la sede dell'Amministrazione Provinciale di Benevento, le parti si sono riunite per la sottoscrizione del presente protocollo:

PREMESSO CHE

Il Testo Unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali, approvato con decreto legislativo n. 267/2000, attribuisce alla Provincia la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità provinciale e individua fra le funzioni della Provincia quelle inerenti la promozione, il coordinamento e la realizzazione di opere di rilevante interesse per il settore economico, produttivo, commerciale e turistico.

La legge n. 203/1995 "Riordino delle funzioni in materia di turismo, spettacolo e sport", che ha trasferito alle Regioni tutte le competenze e funzioni amministrative del soppresso Ministero del Turismo e dello Spettacolo, ha aperto una stagione potenzialmente favorevole all'avvio dei processi di riforma del settore, lasciando ai governi locali la possibilità di disegnare strategie innovative, rispondenti alle nuove sfide di mercato.

La legge n. 135/2001 "Riforma della legislazione nazionale del turismo" riconosce, all'articolo 2, comma 1, il ruolo delle Province con riguardo particolare all'attuazione delle politiche intersettoriali ed infrastrutturali necessarie alla qualificazione dell'offerta turistica e contestualmente riconosce alle autonomie funzionali un ruolo nella promozione dei sistemi turistici locali, come indicato all'articolo 5, comma 2.

La Provincia di Benevento intende valorizzare il territorio sannita attraverso manifestazioni artistiche e culturali che mettono in risalto la peculiarità dei paesaggi. In particolare si intende valorizzare, per il clima, la natura, gli antichi sapori legati all'enogastronomia e all'agriturismo, il borgo medievale di Sant'Agata dei Goti, che funge da porta di ingresso al Sannio dal versante casertano e napoletano.

La Regione Campania, con decreto dirigenziale n. 123 del 13.04.2011, ha approvato l'avviso pubblico per la selezione delle iniziative turistiche di risonanza Nazionale e Internazionale da tenersi sul territorio Regionale nelle sessioni "15 giugno 2011 – 31 ottobre 2011" e 01 novembre 2011 – 30 aprile 2012" nell'ambito del POR FESR Campania 2007/2013 – Asse 1 Ob. Op.1.12 D.G.R. n. 111/2011;

VALUTATO CHE

- lo sviluppo del turismo in Provincia di Benevento rappresenta una variabile strategica di crescente rilevanza, anche in relazione al suo elevato grado di integrazione con le altre componenti del sistema economico e per i riflessi in termini occupazionali;

- che è sempre più pressante da parte delle imprese la richiesta di un più incisivo raccordo tra le Istituzioni nella formulazione delle politiche di sviluppo turistico del territorio, anche al fine di corrispondere al meglio alle esigenze del tessuto economico-produttivo locale;

è opportuno attivare rapporti di collaborazione sinergica fra le istituzioni che a livello locale operano in chiave di promozione turistica al fine di dare maggiore efficacia, organicità e incisività alle singole azioni, anche in considerazione della vigente normativa regionale del settore che valorizza le istanze che esprimono, seppur localmente, una forte convergenza infra istituzionale;

il progetto "SANNIO AEstival – Anima e corpo – Economia della felicità" 2011", intende realizzare una preziosa occasione di valorizzazione del territorio, esaltandone le caratteristiche e le peculiarità soprattutto paesaggistiche ed artistiche.

SI CONVIENE E SI STIPULA QUANTO SEGUE

ARTICOLO 1

Provincia di Benevento e Comune di Sant'Agata Dei Goti si impegnano a promuovere lo sviluppo del settore turistico, dei beni culturali ed artistici, attraverso la realizzazione di iniziative comuni, o comunque coordinate, di promozione del settore, con particolare riferimento alla realizzazione del progetto denominato "SANNIO AEstival – Anima e corpo – Economia della felicità. Anno 2011". L'ente capofila è la Provincia di Benevento.

Articolo 2

In questo quadro di collaborazione, le parti approvano la scheda progettuale, allegata al presente Protocollo, relativa alla realizzazione del progetto "SANNIO AEstival – Anima e corpo – Economia della felicità. Anno 2011" e autorizzano la Provincia di Benevento a presentare istanza, in qualità di capofila, presso la Regione Campania per il finanziamento del progetto a valere sul bando di cui al Decreto Dirigenziale n. 123 del 13.04.2011 del Settore "Sviluppo e Promozione Turismo" (OB. Op. 1.12) dell'A.G.C. 13 "Turismo e Beni Culturali".

Articolo 3

La Provincia di Benevento, in qualità di Ente capofila, si impegna a presentare in Regione Campania l'istanza di finanziamento del progetto "SANNIO AEstival – Anima e corpo – Economia della felicità. Anno 2011", corredata dalla proposta progettuale debitamente compilata e sottoscritta in ogni sua parte, redatta seconda la scheda allegata all'Avviso Pubblico di cui al Decreto Dirigenziale n° 123 del 13.04.2011, nonché dal provvedimento di individuazione del Responsabile Unico del Procedimento e dal provvedimento di approvazione del progetto – assunto dal competente organo – in cui viene indicato l'importo della diretta partecipazione finanziaria dell'Ente alla realizzazione dell'evento.

Il Comune di Sant'Agata dei Goti si impegna a sostenere la realizzazione del progetto, attraverso la compartecipazione economica e/o organizzativa dell'evento.

Articolo 4

Verrà istituito un Tavolo di coordinamento tra le parti al fine di sovrintendere alla buona riuscita del progetto ed al raggiungimento degli obiettivi prefissati. Il ruolo di coordinamento è affidato al rappresentante della Provincia di Benevento.

Articolo 5

Il presente Protocollo ha la durata pari a quella per il completamento del progetto a decorrere dalla data di sottoscrizione. Le parti possono concordare in qualunque momento integrazioni e/o modifiche al presente Protocollo necessarie per il migliore conseguimento degli obiettivi del Protocollo medesimo medesima nonché dei propri compiti istituzionali.

Letto, approvato, sottoscritto.

Benevento li _____

Provincia di Benevento _____

Comune di Sant'Agata dei Goti _____

Preso atto della relazione che precede, il sottoscritto Dirigente esprime parere favorevole circa la regolarità tecnica della proposta,

Li _____

Il Dirigente del Settore
ATTIVITÀ CULTURALI, ARTISTICHE,
SPETTACOLO E SPORT
(dr.ssa Pierina Martinelli)

LA GIUNTA

Su relazione e proposta dell'Assessore al Turismo Ing. Carlo Falato

A voti unanimi

DELIBERA

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

1. **DI APPROVARE** il protocollo d'intesa allegato con il **Comune di S. Agata dei Goti**;
2. **DI APPROVARE** l'allegato Progetto "Sannio AEstival – Anima e corpo – Economia della felicità. Anno 2011", e richiederne il finanziamento alla Regione Campania a valere sull'avviso pubblicato sul BURC n. 24 del 18.04.2011 - Por Fers Campania 2007/2013 – Asse 1 Ob. O.p. 1.12;
3. **DI PRECISARE** che così come indicato nell'avviso pubblico, l'Ente capofila si impegna ad accollarsi le spese di importo pari alle voci di entrata della tipologia "C" del piano economico allegato al predetto progetto, quando queste ultime, per qualsivoglia ragione, vengano meno successivamente all'ammissione a finanziamento del progetto;
4. **DI RENDERE** la presente a voti unanimi, immediatamente eseguibile.

Verbale letto, confermato e sottoscritto

IL SEGRETARIO GENERALE

(Dr. Claudio UCCELLETTI)

IL PRESIDENTE

(Prof. Ing. Aniello CIMITILE)

N. 172 **Registro Pubblicazione**

Si certifica che la presente deliberazione è stata affissa all'Albo in data odierna, per rimanervi per 15 giorni consecutivi a norma dell'art. 124 del T. U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267

10 MAG. 2011

BENEVENTO

IL MESSO

IL SEGRETARIO GENERALE

(Dr. Claudio UCCELLETTI)

La suesata deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio in data **10 MAG. 2011** e contestualmente comunicata ai Capigruppo ai sensi dell'art. 125 del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n.267

SI ATTESTA, che la presente deliberazione è divenuta esecutiva a norma dell'art. 124 del T. U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267 e avverso la stessa non sono stati sollevati rilievi nei termini di legge.

li _____

IL RESPONSABILE DELL'UFFICIO

IL SEGRETARIO GENERALE

Si certifica che la presente deliberazione è divenuta esecutiva ai sensi del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267 il giorno _____

Dichiarata immediatamente eseguibile (art. 134, comma 4, D. Lgs.vo 18.8.2000, n.267).

Decorsi 10 giorni dalla sua pubblicazione (art.134, comma 3, D.Lgs.vo 18.8.2000, n. 267).

E' stata revocata con atto n. _____ del _____

Benevento, li _____

IL SEGRETARIO GENERALE

Copia per

2 SETTORE Aff. Qual. Att. Tur Sport prot.n. _____

SETTORE Gestione Economico prot.n. _____

SETTORE _____ il _____ prot. n. _____

Revisori dei Conti il _____ prot. n. _____

Nucleo di Valutazione il _____ prot. n. _____

Conferenza dei Capigruppo il _____ prot.n. _____