

COMUNE DI CASAL VELINO

PROVINCIA DI SALERNO

Codice ente 10081	Protocollo n. <i>15541</i>
DELIBERAZIONE N. 372 in data: 24.12.2009 Soggetta invio capigruppo X	

VERBALE DI DELIBERAZIONE

DELLA GIUNTA COMUNALE

**OGGETTO: PROGETTO LA PORTA DEL CILENTO E DEGLI ALBURNI -
PROVVEDIMENTI**

L'anno **duemilanove** addi **ventiquattro** del mese di **dicembre** alle ore **10,00** nell'ufficio Segreteria, previa avvisi informali, sono stati oggi convocati a seduta i componenti la Giunta Comunale.

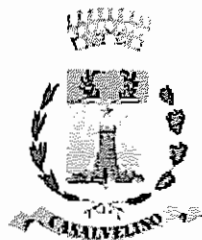
All'appello risultano:

GIORDANO DOMENICO	P
DI FEO BIAGIO	P
D'ARIENZO FRANCO	A
LISTA LUIGI	A
PISAPIA SILVIA	P
FERRAZZANO PIETRO	P
PINTO DOMENICO	P

Totale presenti **5**
Totale assenti **2**

Assiste il Segretario Comunale **D.ssa Maria Antonietta Salatto** il quale provvede alla redazione del presente verbale.

Essendo legale il numero degli intervenuti, il **rag. Domenico Giordano** nella sua qualità di Sindaco assume la presidenza e dichiara aperta la seduta per la trattazione dell'argomento indicato in oggetto.



COMUNE DI CASAL VELINO PROVINCIA DI SALERNO

Proposta n. 452 del 24.12.2009

Oggetto: **PROGETTO LA PORTA DEL CILENTO E DEGLI ALBURNI -
PROVVEDIMENTI**

PARERI PREVENTIVI

Ai sensi dell'art.49, comma 1 del D.Lgs. 18 agosto 2000 n. 267 si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità TECNICA, CONTABILE, della proposta di deliberazione formalizzata col presente atto:

**IL RESPONSABILE DEL
SERVIZIO**

IL RAGIONIERE

Ad Iniziativa del: Sindaco
 Assessore al ramo
 Responsabile del Settore

LA GIUNTA COMUNALE

Premesso:

- **Che** la Giunta Regionale della Campania, con le deliberazioni n. 1094 del 12.6.2009 e n. 1749 del 20.11.2009 nel perseguire l'obiettivo della costruzione di un programma regionale unitario di eventi, articolato per differenti categorie e target di destinatari, ha ritenuto necessario garantire, oltre che la concentrazione degli interventi, la piena espressione alla domanda di sviluppo delle collettività locali, applicando i principi di concertazione e partenariato, sussidiarietà e decentramento;
- **Che** nel dettare gli opportuni indirizzi finalizzati all'attivo coinvolgimento del territorio nella programmazione e definizione degli eventi e manifestazioni che costituiranno parte integrante e qualificante dell'offerta turistica per il periodo 2009-2010 la Regione Campania ha individuato gli Enti abilitati a presentare propri progetti ed iniziative, coerenti con gli obiettivi fissati nella programmazione regionale. Il filo conduttore della predetta programmazione regionale in materia di eventi è costituito da alcuni percorsi tematici che, nel prevedere più manifestazioni ricomprese in un arco temporale medio-lungo, interessino tutto il territorio regionale;
- **Che** l'A.G.C. 13 "Turismo e Beni Culturali" il 25 novembre 2009 ha pubblicato l'avviso per la manifestazione d'interesse denominata **EVENTI E INIZIATIVE PER LA COMPOSIZIONE DEI PERCORSI TEMATICI "LE QUATTRO STAGIONI" - "ESTATE 2010: LA RISCOPERTA DEL PATRIMONIO CULTURALE"**, e che le progettualità meritevoli di finanziamento troveranno copertura finanziaria a valere sul PO FESR

Campania 2007-2013 -- Obiettivi Operativi 1.9 e 1.12, fino ad un importo massimo complessivo di M€ 12 (Dodici Milioni);

Considerato che possono inviare proposte progettuali: le Province, i Comuni, sia in forma singola che in forma associata, gli Enti Provinciali per il Turismo, la Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici della Campania, la Soprintendenza Speciale per i Beni Archeologici di Napoli e Pompei e la Soprintendenza Speciale per il Patrimonio Storico, Artistico ed Etnoantropologico e per il Polo Museale della Città di Napoli, le Soprintendenze competenti per territorio. Possono, altresì, inviare proposte progettuali, limitatamente ad eventi coerenti con le finalità dell'Obiettivo Operativo 1.9 del P.O. F.E.S.R. Campania 2007-2013, le Fondazioni a totale partecipazione pubblica;

Considerato che il Comune di Capaccio, capofila della progettualità e beneficiario del finanziamento, in accordo con i Comuni di Agropoli, Aquara, Casal Velino, Giungano, Laureana Cilento, Torchiara, la Comunità Montana Alburni ed in partenariato con la Soprintendenza ai Beni Archeologici di Salerno, presenterà il progetto denominato: "La Porta del Cilento e degli Alburni" da candidare quale manifestazione d'interesse per: "Stagione Estate 2010 - La riscoperta del patrimonio culturale";

Acquisito i pareri favorevoli ai sensi dell'art. 49 del D. Lgs. 267/00 recante il TUEL;

Con votazione favorevole unanime ed in forma palese.

DELIBERA

1. La premessa è parte integrante e sostanziale del presente deliberato che qui s'intende integralmente riportato e trascritto;
2. Di approvare il Progetto di Turismo Sostenibile denominato: "La Porta del Cilento e degli Alburni", che comprende i Comuni di Agropoli, Aquara, Casal Velino, Giungano, Laureana Cilento, Torchiara, la Comunità Montana Alburni ed in partenariato con la Soprintendenza ai Beni Archeologici di Salerno, con il Comune di Capaccio in qualità di capofila ed ente beneficiario del finanziamento;
3. Di autorizzare il Responsabile dell'Area Finanziaria a prevedere nel redigendo Bilancio di Previsione 2010 l'impegno della somma di Euro 5.000,00. al su indicato progetto, qualora il Tavolo Istituzionale della Regione Campania valutasse la proposta meritevole di accoglimento;
4. Di inviare la presente delibera e la manifestazione d'interesse per l'avviso: "ESTATE 2010: LA RISCOPERTA DEL PATRIMONIO CULTURALE" alla Giunta Regionale della Campania - Area Generale di Coordinamento n° 13 "Turismo e ai Beni Culturali"- Centro Direzionale Isola C5 7° piano - 80143 Napoli, entro le ore 16,00 del 29 Dicembre 2009.
5. Con separata votazione e sempre all'unanimità la presente deliberazione viene dichiarata immediatamente eseguibile, ai sensi dell'art. 134, comma 4° del D. Lgs. n° 267 18/08/00 recante il TUEL.

Risorse private

non previste

DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO

- Descrizione dell'intervento - finalità – obiettivi

L'esigenza di strutturare un itinerario turistico può scaturire per assecondare differenti livelli di implementazione dei luoghi aventi un appeal turistico/culturale. Può ad esempio nascere per ottimizzare il tempo disponibile per la vacanza e consentire di visitare più luoghi in un determinato territorio. In questo caso è possibile che le località facenti parte dell'itinerario non abbiano obbligatoriamente elementi in comune che fungano da motivo conduttore. Diverso è il caso di itinerari culturali strutturati in maniera da ripercorrere, seguendo anche una cronologia temporale, fasi storiche diverse, oppure di itinerari gastronomici, nei quali, nel momento in cui si ricerca il particolare prodotto nel suo territorio di origine e produzione, si approfitta anche per una lettura del paesaggio e del territorio in generale.

In un'ottica sia di turismo sostenibile, ma anche in chiave di marketing turistico, attualmente una delle principali esigenze sentite nel momento di disegnare un itinerario turistico è quella di favorire la visita delle zone interne rispetto al flusso turistico delle coste e di favorire la fruizione del patrimonio culturale. Questo è anche l'obiettivo di breve periodo che bisogna porsi nell'ipotesi di sviluppare il turismo sostenibile alle Porte del Cilento e degli Alburni.

La proposta di itinerari rivolti alle zone interne permetterebbe di soddisfare due condizioni diverse ma strettamente correlate al fine di migliorare le performance economiche dell'intero territorio.

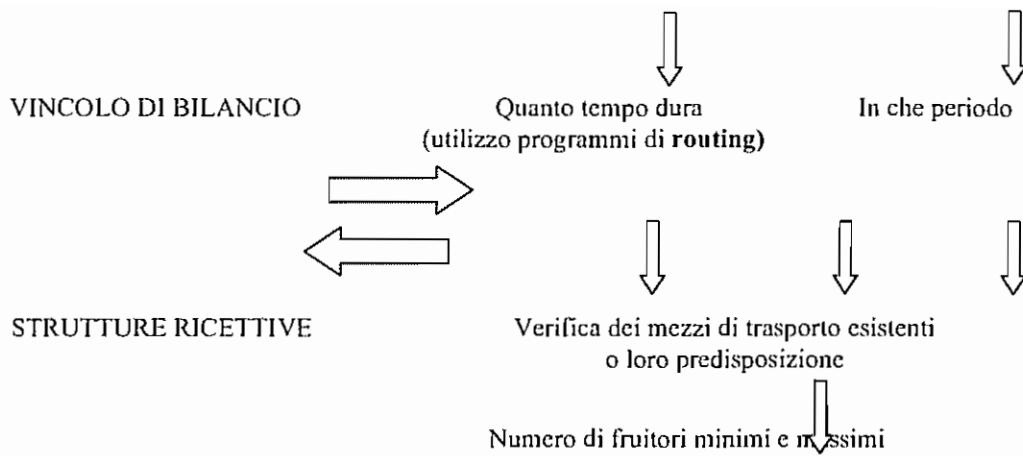
Il primo obiettivo è quello di raggiungere le aree interne, ed in questo caso l'itinerario va ad integrare l'offerta balneare fornendo servizi nuovi ed andando a soddisfare l'esigenza di contatti autentici con le comunità locali e con il territorio, proprie del turismo di terza generazione, ampliando così l'offerta turistica di dette località.

È importante tenere ben presente che un itinerario turistico avrà successo solo se è legittimato dalle popolazioni locali, sentendosi parte dell'itinerario stesso. Il secondo obiettivo è quello di ampliare in partenza il numero dei fruitori delle località balneari e non, essendo l'itinerario stesso attrazione principale su cui strutturare la vacanza.

È ovvio che in questo secondo caso lo sforzo di comunicazione, indispensabile per assicurare la visibilità necessaria, deve essere maggiore e non può prescindere da partnership solide.

All'atto di strutturare un itinerario turistico che si presenta come la messa a sistema di notevoli variabili sottoposte ad una serie di vincoli da tenere sempre ben focalizzati al fine di evitare grossolane difficoltà di fruizione e svolgimento, bisogna quindi tener conto di elementi fondamentali, innanzitutto individuare il target di riferimento, cioè avere ben chiare le caratteristiche socio-culturali delle persone a cui rivolgeremo la nostra offerta. Successivamente si definirà l'arco temporale di riferimento, sia per quanto riguarda il tempo da dedicare all'itinerario sia per individuare le stagioni dell'anno in cui proporlo. Si valuterà di conseguenza il tipo di accessibilità fisica ed i mezzi di trasporto stabilendo in maniera correlata il numero minimo e massimo di fruitori. Condizioni indispensabili sono la disponibilità di ricettività ed ospitalità necessarie al funzionamento dell'intero programma e la verifica dei costi.

A CHI È RIVOLTO L'ITINERARIO
L'IDEA DI RIFERIMENTO



L'intervento che si propone è la creazione di un **ITINERARIO di TURISMO SOSTENIBILE** chiamato **LA PORTA DEL CILENTO E DEGLI ALBURNI**, nel quale si pensa ad una cooperazione in chiave sistemica di Enti territoriali, imprese e professionisti. **L'obiettivo è quello di creare e proporre un'offerta integrata di servizi e prodotti legata al turismo culturale, ambientale ed enogastronomico, in chiave sostenibile.**

In pratica un **Itinerario Turistico** che proponga in chiave moderna la **visita ai luoghi di interesse culturale**, l'accesso guidato ai sentieri, la visita ai centri storici dei Comuni proponenti in occasione di particolari eventi, promuovendo i quali si otterrà il doppio risultato di aumentare il numero delle presenze e quindi il ritorno economico oltre che di veicolare l'immagine complessiva della località da fruire in molteplici occasioni e quindi il relativo posizionamento sul mercato turistico. Si propongono al turista, quindi, numerose occasioni per scegliere una vacanza nei Comuni interessati al progetto, favorendo l'aumento della permanenza media. Si vuole così offrire una qualificata accoglienza ed ospitalità opportunamente incastonata in un funzionale sistema delle informazioni capaci di soddisfare le esigenze dei turisti e di affascinare nuovi segmenti di mercato.

Partendo dalla grande emozione evocativa che l'alimentazione mediterranea suscita, si vuole presentare l'intera offerta territoriale e creare il presupposto di informazioni e competenze capaci di attrarre e rassicurare il consumatore sul valore aggiunto di una vacanza nei territori d'origine.

Il secondo obiettivo che si raggiungerà con il progetto è quello di rendere appetibile la destinazione turistica, attraverso la promozione e le strategie del marketing liquido, sempre con una lettura ambientale ed enogastronomica, a quei potenziali turisti opportunamente raggiunti dalle politiche di promozione, interessati a compiere un periodo di vacanza e relax con una particolare attenzione all'offerta qualitativa delle proposte alimentari. Come elemento catalizzatore per il raggiungimento di questo scopo si ritiene opportuno organizzare una serie di micro "eventi enogastronomici" in collaborazione con la stampa di settore, in modo da stimolare l'interesse verso la località.

Il terzo obiettivo è probabilmente quello più importante, in quanto trasversale e strategico per l'intera economia. **Creare un'immagine moderna che rappresenti le peculiarità territoriali, lanciata nei mercati di interesse con**

opportune azioni di promozione in maniera da creare quel primo presupposto ad ogni campagna di marketing: **il posizionamento della destinazione nel sistema turistico internazionale.**

Questi obiettivi sono raggiungibili attraverso la cooperazione dei vari soggetti interessati, sia pubblici che privati ed attraverso il coinvolgimento di risorse economiche ed umane indispensabili per ampliare il consenso sull'iniziativa e procedere ad una efficace comunicazione.

I nostri punti di forza: centri storici e reperti archeologici tutelati dall'UNESCO, terra incontaminata, sentieristica ben delineata, ritmi di vita invidiabili, strutture dell'ospitalità ben organizzate, produzioni enogastronomiche di qualità da apprezzare nel proprio territorio di origine.

L'Itinerario Turistico mira alla piena valorizzazione delle risorse esistenti sul territorio, creando una sintesi tra eventi di intrattenimento, elementi artistici, culturali, gastronomici, ambientali e naturalistici, che nell'insieme rappresentano l'essenza e la forza dello stesso. Pensare di promuovere queste risorse e soprattutto le eccellenze gastronomiche del territorio passa inesorabilmente dalla consapevolezza di dover tutelare l'ambiente. Per questa ragione l'attenzione sull'impatto ambientale del progetto è prioritaria.

Edizioni precedenti: nessuna

Presentiamo la "edizione numero uno" per testimoniare il primo anno in cui si vuole mettere a sistema l'intera risorsa culturale, ambientale ed enogastronomica in chiave di turismo sostenibile. Notiamo come in ogni singolo Comune si andrà a valorizzare un evento che ricorre ormai da anni con l'intenzione di potenziarlo in chiave artistica, implementando la fruizione dell'intero patrimonio culturale del territorio. Quindi, lo sforzo è di quello di promuovere eventi che si svolgono già da tempo nei comuni, arricchendoli di una componente artistica e di implementare ad essi una fruizione ambientale ed enogastronomica che allunghi il periodo di interesse da parte dei turisti per la località interessata favorendo la fruibilità dei centri storici e del patrimonio culturale in generale.

- Mercato nazionale/internazionale di riferimento

Il complesso progetto che si propone prevede che, intorno al sistema degli eventi organizzati nei Comuni proponenti, si costruiscano azioni capaci di veicolare l'attenzione intorno all'itinerario di turismo sostenibile LA PORTA DEL CILENTO E DEGLI ALBURNI, in modo da stimolare la cooperazione con tutti i soggetti territoriali interessati quali partners istituzionali, imprenditori turistici e del settore agroalimentare. Si ritiene che il secondo strato del progetto sia quello di creare un *format* di comunicazione capace di colpire il *target* di riferimento e quindi i mercati turistici italiani ed esteri, soprattutto quello tradizionale proveniente dalla Germania, Francia ed Inghilterra che in questo momento mostrano i più alti tassi di crescita relativamente ai turisti attratti dalla ruralità e dall'enogastronomia. Si organizzeranno promozioni in Italia ed all'Estero in maniera innovativa, nei quali verrà presentata l'offerta turistica del nostro Comprensorio.

Ci sarà presenza attiva alle fiere di settore che prevedono la partecipazione della Regione Campania e serate a tema in collaborazione con l'Enit, tutto con un occhio particolare alla rassegna stampa ed all'analisi dei risultati raggiunti.

La capacità di comunicare bene sui mercati di interesse rappresenta la vera sfida dell'intero progetto in quanto è proprio attraverso la canalizzazione di offerte realmente fruibili, sia da turisti individuali che da Tour Operator, che si riesce a far crescere il potenziale di una località dal forte appeal turistico. Infatti, non è scontato che un territorio, per quanto conosciuto, possa essere facilmente avvicinato da turisti internazionali. Per fare ciò è necessario fornire, attraverso un unico canale, il pacchetto di informazioni, sempre in multilingua, capaci non solo di attrarre (pensiamo alla narrazione della tipicità e della bontà di un determinato prodotto) ma anche di informare sulla reale possibilità di assaggio ed acquisto.

- **Luogo di svolgimento – Locations**

Il sistema degli eventi e delle proposte di intrattenimento culturale vengono realizzate nell'area archeologica di Paestum, nel Castello di Agropoli, nei percorsi naturalistici degli Alburni, oltre che nelle **aree di interesse culturale** e naturale presenti **nei Comuni che propongono l'iniziativa** quali centri storici, boghi antichi, cappelle rupestri, chiese storiche, aree Sic e ad interesse ambientale.

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

L'idea è quella di fruire del patrimonio ambientale e culturale in chiave enogastronomica e sostenibile, favorendo la conoscenza e la fruizione del patrimonio culturale sviluppando l'accesso e stimolando la visita. Inoltre, la specificità del progetto è proprio quella di proporre in maniera univoca ciò che è frutto di un intenso percorso storico: la particolarità culturale intesa anche nell'accezione enogastronomica e dello stile di vita mediterraneo che viene evidenziata attraverso un percorso nella storia e nella cultura locale, a partire dall'imponente patrimonio archeologico di Paestum passando dalle rievocazioni di storia antica e contemporanea.

- **Date di svolgimento degli eventi:** da giugno a settembre 2010

- **Palinsesto e programma dettagliato:** il palinsesto degli eventi e delle attività avrà inizio a giugno 2010 per terminare a settembre 2010. Le azioni di comunicazione inizieranno nel mese di febbraio e le strategie di marketing ed il processo territoriale di condivisione partiranno contestualmente all'approvazione del presente progetto da parte della Regione Campania.

Sintesi preliminare del palinsesto degli spettacoli e delle attività:

- Nel mese di Luglio si terrà il concerto di Mario Biondi nell'area archeologica di Paestum;
- Nei mesi di Luglio ed Agosto concerti e performance teatrali degli artisti elencati nel cast artistico che si svolgeranno nei centri storici e nei borghi dei Comuni Interessati dall'iniziativa;
- Da Giugno a Settembre, all'interno di location di grande pregio artistico e culturale, si terranno 20 appuntamenti definiti "eventi del gusto": laboratori di cucina e tradizioni cilentane che prevedono il coinvolgimento degli ospiti, degustazioni guidate dei grandi prodotti del territorio;
- Da Giugno a Settembre: Pic Nic Sostenibili nelle aree di interesse ambientale;
- Agosto e Settembre: rievocazioni di eventi storici;
- Settembre: celebrazione "*Memory Day – Operation Avalanche 9 settembre 1943*" - sbarco alleato sulle coste a sud di Salerno (Paestum);

- **Cast artistico**

Per restare in linea con gli obiettivi del progetto, in particolare con la volontà di affascinare molto i turisti stranieri, si punta ad assemblare un cast artistico capace di intrattenere un pubblico variegato, attraverso spettacoli musicali realizzati da due prestigiose orchestre di 40 elementi e da artisti di chiara fama, che si ritiene essere adatti anche e prevalentemente ad un pubblico straniero, perché con il loro repertorio e le loro sonorità sanno affascinare in maniera universale senza preclusioni derivanti dalla lingua madre.

- Orchestra Sinfonica del Teatro Petruzzelli di Bari
- Orchestra Jazz di Salerno
- Mario Biondi, Eugenio Bennato, Neri per Caso, Eduardo Bennato, Neri Marcorè e Patty Pravo.

Tutti questi artisti si esibiranno in location di assoluto pregio. Le loro performance verranno incastonate nell'intera offerta turistica che l'itinerario vuole sviluppare e promuovere.

- **Curatore scientifico**

Barbara Guerra, dottore di ricerca in qualità ambientale e sviluppo turistico regionale, ha collaborato con vari enti per implementare modelli di sviluppo turistico territoriale in chiave di sostenibilità ambientale e numerose aziende private per pianificare ed attuare le strategie aziendali di marketing turistico. Ha partecipato a numerosi work shop formativi organizzati dall'UNESCO in vari siti europei. Ha pubblicato varie papers scientifici sul marketing territoriale e sui valori ambientali nella governance pubblica. Ha pubblicato uno studio dal titolo "Il Cilento dalla tutela ambientale allo sviluppo del turismo sostenibile".

- **Cocrenza del progetto con l'idea forza della "Stagione Estate 2010 - La riscoperta del patrimonio culturale"**

L'ITINERARIO di TURISMO SOSTENIBILE chiamato LA PORTA DEL CILENTO E DEGLI ALBURNI è un percorso strutturato per favorire la scoperta degli attrattori culturali della Campania ricadenti nei Comuni interessati dal presente progetto, mirando allo sviluppo di un turismo di qualità, ad una moderna attività di promozione e valorizzazione dei beni culturali che deve guardare non solo alle eccellenze storiche, architettoniche ed archeologiche già ampiamente inserite nei grandi circuiti turistico-culturali, ma anche alle risorse culturali del "patrimonio minore" diffuse sul territorio regionale. Si ritiene di riuscire nell'obiettivo sopra riportato in quanto, con l'implementazione completa delle informazioni in un efficiente sistema di comunicazione e l'organizzazione di eventi qualitativamente rilevanti in rapporto ai luoghi emblematici del patrimonio culturale, si riuscirà ad attrarre turisti desiderosi di vivere esperienze autentiche nel territorio ospitante.

- Piano di comunicazione dell'evento – descrizione

Al fine di attuare il progetto si presentano i vari strumenti interni di comunicazione utili alla fruibilità del territorio, alla creazione di informazioni complete capaci di soddisfare i turisti e operare un'attenta politica di fidelizzazione. Il passaggio fondamentale per implementare il modello nel territorio, che sarà anche il più delicato, poiché è l'anello di congiunzione tra la fase progettuale a quella operativa, dovrebbe necessariamente scaturire da un processo *bottom up*, cioè da una reale consapevolezza ed esigenza di sviluppare l'itinerario del territorio. È indiscutibile che il progetto di sviluppo raggiunga il successo solo se ha una spinta propulsiva dal basso, cioè dalla comunità locale. Per preparare, sensibilizzare ed informare sul progetto in corso d'attuazione sarà necessario affrontare uno sforzo comunicativo capillare attraverso delle interviste statistiche, dei momenti informativi e soprattutto formativi, delle occasioni di confronto. Non trascurando di coinvolgere coloro che sono i punti di riferimento della comunità, le scuole primarie e secondarie, le associazioni locali e gli operatori turistici.

Nel momento in cui si voglia andare a disegnare diversi itinerari in un territorio vasto come quello interessato, sarà necessario definire degli standard qualitativi e di sostenibilità ambientale, che ovviamente saranno correlati agli elementi fondamentali che compongono l'itinerario, in maniera da assicurare la qualità gestionale costante in un'ottica di miglioramento continuo (compreso check list di controllo), e la corretta gestione ambientale, anche con opportune valutazioni di capacità di carico nel caso soprattutto di sistemi territoriali con delicato equilibrio ambientale.

Di seguito le principali azioni da sviluppare:

Segnaletica e pannelli strategicamente posizionati sul territorio capaci di comunicare informazioni utili per fruire dell'itinerario e contribuire all'insieme delle politiche di comunicazione dell'iniziativa;

Animatori Culturali con Work shop di formazione con gli operatori di front line sul territorio, incontri formativi utili a far condividere il progetto, a far acquisire informazioni utili da fornire ai turisti, ed indispensabili per far conoscere il territorio in chiave geografica, culturale, ambientale ed enogastronomica, innanzitutto a coloro che quotidianamente sono a contatto con gli ospiti;

Educational Tour per operatori del settore turistico e per giornalisti in occasione di uno degli eventi, che preveda la visita in chiave enogastronomica del territorio facendo fruire agli ospiti dell'itinerario proposto ai turisti;

Comunicazione (ad implementazione dell'offerta dell'intero itinerario) a sostegno delle attività ordinarie e straordinarie della Soprintendenza ai Beni Archeologici di Salerno.

Acquisto spazi pubblicitari su testate di settore, importanti quotidiani, siti internet specializzati nell'incoming, affissioni nelle città italiane ed europee;

Sito internet. Attraverso la gestione del sito internet, che viene inteso più come un blog che come un portale istituzionale emanazione diretta dei portali ufficiali, si vuole costantemente informare e mettere a sistema tutta l'offerta territoriale dell'ospitalità legata all'enogastronomia. Il sito sarà ricco di informazioni pratiche per organizzare la propria vacanza e soprattutto per affascinare i navigatori e fargli desiderare il *break* enogastronomico in chiave sostenibile che l'itinerario turistico LA PORTA DEL CILENTO E DEGLI ALBURNI offre;

Ufficio stampa e pubbliche relazioni. Al fine di trarre il massimo vantaggio dall'insieme delle azioni strategiche sopra descritte è fondamentale l'ausilio di un ufficio stampa capace di monitorare la stampa specialistica europea ed intrattenerci i dovuti proficui rapporti;

Slogan in italiano *Portatore sano di valori unici!*

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

L'attività promozionale preparatoria dell'ITINERARIO di TURISMO SOSTENIBILE chiamato LA PORTA DEL CILENTO E DEGLI ALBURNI parte dal mese di FEBBRAIO 2009 con una presentazione itinerante che prevede la presenza ad importanti eventi nazionali. L'attività promozionale parte con la conferenza stampa di presentazione e la partecipazione ad importanti fiere del settore. Verranno organizzate serate promozionali per assicurare una sempre maggiore copertura mediatica. Tutte le attività di comunicazione fanno parte di un progetto di comunicazione articolato in modo da produrre una campagna visibile e d'impatto. La copertura della manifestazione è assicurata da contatti con centinaia di giornalisti di testate nazionali e di blog specializzati che devono essere sensibilizzati costantemente.

Al fine di attuare una proficua promozione della manifestazione, soprattutto per accrescere il numero dei turisti ma anche per posizionare l'offerta turistica dei Comuni promotori tra le località a forte valenza enogastronomica e culturale, si parteciperà a varie manifestazioni.

- **Cronogramma dell'evento** (Inserire il cronogramma relativo a tutte le fasi di realizzazione e rendicontazione dell'evento)

- **Marzo 2010: conferenza stampa di presentazione**
- **Marzo 2010: presentazione progetto dettagliato alla Regione Campania ed affidamento dei servizi tramite le procedure di legge.**
- **Marzo 2010: avvio delle operazioni promozionali e di comunicazione sia interna al territorio che esterna, rivolta cioè ai potenziali turisti.**
- **Da Giugno a Settembre: eventi di intrattenimento culturale (musicali e teatrali) che si svolgeranno nelle location di pregio dei Comuni proponenti.**
- **Da Giugno a Settembre 2010: eventi di gusto, pic-nic ecosostenibili, laboratori sulle tradizioni e la cucina del territorio con coinvolgimento degli ospiti, giornate e serate tematiche dedicate ai prodotti d'eccellenza degustati e raccontati in contesti di assoluto interesse culturale in abbinamento a performance artistiche.**

- Ottobre 2010: presentazione rendicontazione alla Regione Campania unitamente all'analisi dei risultati raggiunti.

ANALISI DELLA DOMANDA

- Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi turistici

Essendo molti eventi già storicamente radicati nei Comuni proponenti, con l'innovativo sistema dell'ITINERARIO di TURISMO SOSTENIBILE chiamato LA PORTA DEL CILENTO E DEGLI ALBURNI si vuole organizzare una promozione efficace già a partire dal mese di marzo potendo in tal modo essere presenti sul mercato turistico già nel periodo nel quale si inizia a pensare alla vacanza, tipicamente "estiva". Il progetto non mira soltanto all'organizzazione di eventi nel periodo estivo ma soprattutto ad una capillare struttura di animazioni culturali nei periodi di cosiddetta bassa stagione. Il tipo di Itinerario proposto unitamente alle politiche di comunicazione ci porta a ritenere che si genereranno considerevoli flussi turistici tali da giustificare un aumento delle presenze del 20% nelle zone turisticamente più mature fino al 50% negli altri luoghi.

La capacità di sviluppare tali performance ci viene dalla consapevolezza del reale potenziale attrattivo del patrimonio interessato unitamente all'organizzazione di eventi di assoluta solidità organizzativa che sapranno affrontare il mercato grazie alla struttura fruibile, completa e veloce delle informazioni che l'implementazione dell'Itinerario Turistico saprà dare, secondo le più moderne logiche della comunicazione e del marketing del turismo. Riteniamo che la messa a sistema in tempi accettabili dell'intera offerta territoriale ci porti ad intraprendere rapporti commerciali con i tour operator del settore, da intendersi principalmente quelli che operano nel mercato dell'*on-line* e del turismo culturale e sostenibile. Verrà contestualmente attivata una campagna di informazione per le principali agenzie viaggi delle grandi città italiane ed europee al fine di invogliarle a promuovere il nostro contesto territoriale offrendo vacanze *incentive* attraverso l'organizzazione dell'Educational Tour per operatori professionali.

- Tipologia dei destinatari

I turisti di terza generazione, quelli a cui attualmente i prodotti turistici devono pensare, sono coloro che rifuggono da un'offerta standard di vacanza che spesso ripercorre il modello cittadino in una località di mare.

I turisti moderni cercano esperienze autentiche in contesti territoriali incontaminati cercando il più possibile di instaurare relazioni umane e di godere dei prodotti eno-gastronomici e di beneficiare di un periodo oltre che di relax di accrescimento culturale ed umano. Con questo progetto si presenta la voglia di far parlare un territorio al mondo intero partendo, oltre che dal patrimonio naturale e culturale, dallo stile di vita salutare dell'alimentazione mediterranea incastonato nel sistema dell'ospitalità. Si vuole stimolare la scelta della località verso il crescente mercato di coloro che organizzano la vacanza preferendo luoghi ad elevato interesse ambientale e culturale. La buona riuscita del progetto passa esclusivamente dalla capacità di esprimere informazioni veritiere, complete, veloci e fruibili relativamente ai servizi di ospitalità ed intrattenimento offerti.

- **Priorità dell'intervento per il territorio**

La creazione dell'Itinerario Turistico, in quanto volto ad accrescere la conoscenza e la fruizione del patrimonio culturale e delle produzioni locali è pensata per fornire supporto in chiave di marketing alle aziende operanti nel settore e per garantire una maggiore cooperazione tra i diversi attori istituzionali ed imprenditoriali coinvolti nel processo, favorendo la creazione di una rete capillare di offerte turistiche culturali e ricreative sempre pensate in chiave di sostenibilità ambientale.

FATTIBILITÀ FINANZIARIA

- **Quadro economico dell'intervento** (Inserire quadro economico riepilogativo, comprensivo delle voci di entrata e di uscita, comprese le spese per la comunicazione)

USCITE	euro	ENTRATE	euro
EVENTI PRINCIPALI (cast artistico, impianti , allestimenti, spese siae ed oneri di legge)	270.000,00	CONTRIBUTO DELLA REGIONE CAMPANIA	730.000,00
EVENTI COLLATERALI	50.000,00	RISORSE DEI COMUNI PROPONENTI	50.000,00
COMUNICAZIONE INTERNA	55.000,00		
COMUNICAZIONE ESTERNA	375.000,00		
DIRETTORE ARTISTICO/CURATORE SCIENTIFICO	30.000,00		
TOTALE	780.000,00	TOTALE	780.000,00

- **Coerenza con l'Obiettivo Operativo 1.12** (Indicare l'Obiettivo Operativo - 1.9 ovvero 1.12 - con il quale si ritiene che la proposta progettuale sia coerente ai fini dell'eventuale finanziamento, in uno con le relative motivazioni)

Il presente progetto è aderente all'Obiettivo Operativo 1.12.

- **Altre risorse finanziarie** (Entità e tipologia finanziamento; risorse pubbliche e private)

I Comuni aderenti al progetto si impegnano al cofinanziamento per un totale di 50.000,00 euro

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

Non si prevedono entrate economiche per l'insieme degli eventi e delle attività proposte.

RISULTATI ATTESI

- **Risultati attesi.**

Con la realizzazione del presente progetto si ritiene di riuscire a migliorare le performance economiche generali del territorio, particolarmente riguardo al settore trasversale del turismo. L'impegno che si richiede alla Regione Campania è tale da imporre moralmente ai Comuni proponenti uno sforzo in termini di quantificazione finale dei risultati. A tal fine si descrivono di seguito i risultati attesi e si richiama l'attenzione sulla misurazione del grado di soddisfazione.

In particolare si ritiene di riuscire ad aumentare il numero degli arrivi contestualmente al numero delle presenze, si stima infatti che

- I flussi turistici aumenteranno del 20% nelle località turisticamente più mature e del 50% nelle aree interne particolarmente, ma non solo, in occasione degli eventi
- La durata della permanenza dei turisti aumenterà marginalmente di due notti, favorendo l'aumento complessivo di sistema delle permanenza media, attualmente di 3 giorni per il solo comparto alberghiero e di 5 per l'extralberghiero.
- Riguardo al grado di soddisfazione dei turisti, si è particolarmente attenti in quanto è necessario monitorare sempre gli investimenti attuati. Per questo motivo il Comune di Capaccio già da due

estati somministra un questionario volontario per effettuare indagini sulla *customer satisfaction*. Unitamente a tutte le amministrazioni Comunali coinvolte, si ritiene di estendere tale indagine, condotta da professionisti esperti di economia e statistica del turismo, a tutto il territorio interessato dal progetto e di renderne pubblici i risultati entro la fine del 2010. Si presume in ogni modo che un grande lavoro organizzativo, insieme ad una buona e capillare comunicazione, porti ad ottenere un buon grado di soddisfazione dei turisti proprio perché l'offerta è costruita sulle moderne esigenze di vivere pienamente il territorio in cui si sceglie di trascorrere le proprie vacanze. Un'offerta di intrattenimento culturale costruita esclusivamente per i turisti riteniamo che possa essere premiata non solo in termini di soddisfazione personale ma anche riuscendo a lasciare un buon ricordo. Il ricordo positivo è l'obiettivo principale di ogni proposta turistica in quanto è un valore che non si può acquistare. Sono solo le proposte valide, di concerto ad un grande sforzo umano, quelle che possono rendere indimenticabile una vacanza, e far parlare bene al mondo intero dell'autenticità territoriale.

IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI

- **Quantificazione e stima degli impatti attesi:** (Descrivere, se vi sono, impatti anche indiretti sull'occupazione, sulle pari opportunità e/o sulla Società dell'Informazione)

Riteniamo che l'impatto del progetto sul territorio sia quantificabile nella creazione di nuove professionalità da impiegare nel settore turistico relativo agli animatori culturali definito al punto 9. Attivando poi i flussi che si prevedono al punto 12, si ritiene di far beneficiare il territorio in termini di performance economiche soprattutto di bassa stagione in quanto gran parte delle azioni sono pensate per favorire la fruizione dei territori nelle code di stagione. L'intervento di messa a sistema verrà sviluppato attraverso le moderne tecnologie ed i network tipici della Società dell'Informazione. L'attenzione del progetto alla fruibilità in chiave di turismo sostenibile delle aree interne porrà le basi per uno sviluppo turistico in chiave di pari opportunità con una particolare attenzione al coinvolgimento delle fasce deboli.

LA GIUNTA COMUNALE

ACQUISITA la proposta che precede con acclusi pareri ex. Art. 49 D.Lgs n. 267/2000;

NON ACQUISITE osservazioni in merito;

CON VOTI UNANIMI espressi come per legge;

DELIBERA

1. Recepirsi integralmente la proposta che precede la quale forma parte integrante del dispositivo.
2. Rimettere, per l'esecuzione, copia del presente provvedimento a:
 - Settore I - Ufficio: Segreteria ;
 - Settore - Ufficio: ;
 - Settore - Ufficio: ;
 - Settore - Ufficio: ;

Con separata votazione, ad esito unanime, resa nei modi e termini di legge la presente deliberazione è dichiarata immediatamente eseguibile ai sensi del D. Lgs. 267/2000.

Letto, approvato e sottoscritto:

IL PRESIDENTE

IL SEGRETARIO COMUNALE

F.to rag. Domenico Giordano

F.to D.ssa Maria Antonietta Salatto

X Pubblicata all'albo pretorio di questo comune per quindici giorni consecutivi a partire da oggi.

X Trasmessa in copia ai capigruppo (elenco n. prot. n. 15547)

Trasmessa in copia alla Prefettura (prot. n.)

.....

Addi, 24-12-2009

IL RESPONSABILE DI SERVIZIO

F.to d.ssa Anna Caruso

Copia conforme all'originale, in carta libera, ad uso amministrativo.

ADDI', 24-12-2009

IL RESPONSABILE AA.GG.

D.ssa Anna Caruso

Si certifica che la suesesa deliberazione, non soggetta al controllo preventivo di legittimità,

è stata pubblicata nelle forme di legge all'albo pretorio del comune senza riportare, nei primi 10 giorni di pubblicazione, denunce di vizi di legittimità o competenza, per cui la stessa è divenuta **ESECUTIVA** ai sensi del 3° comma dell'art.134 del D.Lgs. 18 agosto 2000 n. 267.

Addi,

X è divenuta **ESECUTIVA** il giorno 24-12-2009 perchè dichiarata immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134 comma 4 D Lgs 18 agosto 2000 n. 267.

IL RESPONSABILE DI SERVIZIO

f.to d.ssa Anna Caruso

TRASMESO PER L'ESECUZIONE A :

- SETTORE.....I..... UFFICIO SEGRET.....
- SETTORE UFFICIO.....
- SETTORE..... UFFICIO.....
- SETTORE.....UFFICIO.....