



Le Vie

Turismo nel Sele-Tanagro



Dare conto, coinvolgere

E' per me motivo di particolare soddisfazione presentare a voi tutti questo numero inaugurale de "Le Vie - Turismo nel Sele-Tanagro". Pubblicazione che già nella testata richiama "Le Vie del Santo", il progetto di marketing territoriale turistico - finanziato grazie alla Misura 4.7 del Por Campania - di cui è organo ufficiale.

Una newsletter bimestrale che non va in stampa solo per dare conto delle attività svolte e dei risultati raggiunti. Ma anche, e soprattutto, per garantire la partecipazione delle comunità locali e degli imprenditori del settore a una progettualità per certi versi ambiziosa: che mira ad aumentare la capacità di attrazione turistica dell'intero Sele-Tanagro.

Come era giusto e necessario, questo primo numero è sostanzialmente di presentazione. Sfogliando le pagine della newsletter, i nostri lettori potranno infatti venire a conoscenza di finalità, obiettivi, strumenti e metodologia operative del progetto Le Vie del Santo. Potranno acquisire dati e cifre. Verranno messi a conoscenza delle iniziative in cantiere e delle manifestazioni in agenda. Una panoramica che ci auguriamo possa essere in grado di creare interesse e coinvolgimento.

A questo punto, non mi resta perciò che rinnovare il ringraziamento alla Regione Campania, e in particolare all'assessore al Turismo Teresa Armato, per aver ritenuto Le Vie del Santo meritevole dei finanziamenti previsti dall'Azione 4.7 del Por.

Carmine Pignata
Sindaco di Oliveto Citra



Parte la fase operativa

Con il primo gennaio 2004 prende ufficialmente il via la fase operativa del progetto di marketing territoriale Le Vie del Santo. Di fatto, le attività progettuali sono già partite da qualche mese a questa parte. Un periodo nel quale il Comune di Oliveto Citra - con la collaborazione di Noema comunicazione, a cui è affidato il coordinamento del progetto - si è dedicato alla predisposizione degli atti amministrativi e degli adempimenti necessari a poter avviare l'operatività. Nell'ambito de Le Vie del Santo, sono state infatti fin qui bandite e aggiudicate ben cinque gare. A cui va ad aggiungersi l'avviso pubblico per la selezione delle risorse umane da impiegare nel progetto, che ha portato all'impiego dei tre componenti del team degli animatori. Bandita anche la gara per l'affidamento dei servizi relativi alla Misura 1 - per un importo a base d'asta di euro 98.088,56 oltre a Iva al 4% - il cui termine è stato fissato per il 20 gennaio 2004. Un lavoro amministrativo intenso, che permette oggi al progetto Le Vie del Santo di procedere speditamente, nel pieno rispetto della tabella di marcia.

[In questo numero]

1 IL CONCORSO Iniziative locali per il prodotto-Campania

- la Misura 4.7
- il bando
- i vincitori

2 IL PROGETTO Cos'è Le Vie del Santo

- gli obiettivi
- l'area del beneficio

3 GLI STRUMENTI Sele-Tanagro punto turisti

- il camper
- le risorse umane
- il Piano delle iniziative

4 GLI STRUMENTI La campagna di comunicazione

- le guide
- i canali distributivi

5 GLI STRUMENTI L'animazione delle comunità locali

- il Forum degli imprenditori
- le attività di orientamento

6 I DATI Persone e numeri del progetto

- soggetti e ruoli
- gli investimenti

7 DOCUMENTI

Essere utili

Le piccole riviste che ci piacciono sono, in primo luogo, utili. Ce lo ha insegnato un grande giornalista scomparso, sincero amico di questo territorio. E lo conferma la nostra feriale e quotidiana esperienza di comunicatori. In cui i nostri percorsi spesso incrociano il cammino di chi crede nelle cose. Nell'utilità, nella fruibilità, sta perciò il senso di questa newsletter. Che già dal suo primo numero intende mettersi al servizio del progetto Le Vie del Santo. Con la stessa convinzione con la quale quello stesso progetto si è posto al servizio di un territorio in cui ripone profonda fiducia.

Questa terra ha vissuto anni difficili. Al disastro del Terremoto ha fatto seguito l'impasse culturale della Ricostruzione. Anni nel corso dei quali le comunità locali sembravano essere rinchiusi in uno scenario plumbeo, del tutto privo di prospettive. Pericolosa, germinava la convinzione che l'arretratezza e il senso di precarietà fossero la cifra di questa terra. E che l'innovazione, in ogni sua forma, fosse poco più che un miraggio. Da qualche anno le cose hanno cominciato ad andare in un altro verso. E ora è pacifico che - pur fra accelerazioni e rallentamenti - il Sele-Tanagro sia in grado di esprimere desiderio e capacità di cambiamento. Di questo clima è frutto anche Le Vie del Santo. Progetto che nasce per essere utile. E che permette, a noi che ne facciamo parte, di provare l'orgoglio di servire la terra che amiamo, e di cui siamo parte.

Donato Palo
Noema Comunicazione

TURISMO IN MOTO

Presentazione e inaugurazione del progetto "Le Vie del Santo" Sabato 3 gennaio 2004, ore 17.00, Aula Consiliare del Comune di Oliveto Citra. Interviene Marco Di Lello, assessore ai Beni culturali della Regione Campania.

► La Misura 4.7

La Misura 4.7 del Por Campania è dedicata alla promozione e al marketing turistico. Gli interventi previsti mirano alla "promozione dell'immagine e la riconoscibilità del prodotto Campania e del sistema di offerta turistica regionale nell'opinione pubblica e tra i potenziali clienti nazionali e internazionali". Finanziata con le risorse del FESR, il Fondo europeo di sviluppo regionale, la Misura si articola in 3 azioni.

L'Azione A - Marketing strategico e promozione della distribuzione dei prodotti turistici regionali - prevede l'elaborazione di un piano di marketing strategico regionale per il riposizionamento competitivo del "prodotto Campania" sui mercati nazionali ed internazionali, oltre a una serie di interventi a supporto della nascita e del consolidamento dei distretti e degli itinerari turistici regionali.

► Il bando

Il progetto di marketing turistico Le Vie del Santo è risultato essere fra i vincitori del concorso d'idee bandito nell'ambito dell'Azione A "Marketing strategico e promozione della distribuzione dei prodotti turistici regionali" della Misura 4.7 del POR Campania.

Il concorso, aperto a tutti gli enti pubblici territoriali della Campania, aveva l'obiettivo di arricchire la fase di definizione del Piano di marketing strategico per la promozione del prodotto turistico regionale, con idee - progetto provenienti dalle realtà locali. Ai concorrenti è stato perciò chiesto di sviluppare un piano di marketing turistico locale, attraverso interventi e azioni che avessero i requisiti di "dimostratività, replicabilità, sostenibilità ambientale e integrazione sistemica".

Le 11 proposte ritenute più valide, sono state quindi portate a finanziamento, e si apprestano ora ad cominciare le loro fasi di attuazione.

Sono 11 i progetti di marketing turistico selezionati dalla Regione fra 110 proposte provenienti da enti locali di tutta la Campania. Ecco come ha funzionato il concorso bandito nell'ambito della Misura 4.7 del Por Campania. Della quale *Le Vie del Santo* è risultato essere fra i vincitori.

Turismo dal basso

Raccogliere idee e proposte degli enti locali. Per rendere più completo il prodotto-Campania.

Il progetto di marketing territoriale turistico Le Vie del Santo è un'iniziativa promossa dal Comune di Oliveto Citra, e approvata dalla Regione Campania nell'ambito della Misura 4.7 del Por Campania. Fra gli obiettivi della Misura 4 figura, difatti, il sostegno alla realizzazione di idee progetto di sviluppo turistico proposti dagli enti locali dei diversi territori della Campania. Un'azione realizzata attraverso un bando di concorso, la cui dotazione finanziaria è stata fissata in circa 5 milioni di euro, emanato dalla Giunta regionale il 13 dicembre del 2001. Alla scadenza del bando, fissata per il 7 marzo 2002, il numero dei progetti entrati in concorso era di 110. Al termine della fase istruttoria, affidata a una commissione di esperti nominata dal presidente della Giunta su proposta dell'assessore al Turismo, sono stati 11 in tutto le proposte selezionate. Tra queste anche l'idea-progetto Le Vie del Santo.

Ai risultati del bando e alle prospettive dei progetti approvati è dedicato un lungo articolo, a firma di Roberto Formato, pubblicato all'interno del "Primo Rapporto sul Turismo in Campania", curato dal competente Assessorato regionale. "La presentazione di idee-progetto da parte degli enti locali - scrive Formato, che del Rapporto è anche curatore - presenta un duplice motivo di interesse. Esso non costituisce difatti una semplice modalità di spesa delle risorse europee, ma si caratterizza per l'approccio *bottom-up*, coerente con le attuali tendenze al decentramento istituzionale, sinora applicate con minore frequenza nel turismo rispetto ad altri settori". Il Rapporto mette inoltre in evi-

Oliveto Citra



denza come le idee progetto ammesse a finanziamento offrano un quadro esauriente sulle risorse turistiche dei singoli territori, individuando con precisione quelle in cui gli attori locali sembrano riporre maggiore fiducia.

"L'impegno richiesto agli enti locali - continua Formato nel suo articolo - è tuttavia solo all'inizio. Ad essi è difatti richiesto non solo di attuare i progetti coerentemente con le procedure di attuazione previste dalla Misura 4.7 del Por, ma soprattutto di sapere gestire, con efficacia, le iniziative nei confronti di una domanda turistica che accresce continuamente le proprie esigenze". Il principio del decentramento applicato al turismo "non deve far dimenticare che in questo settore, più ancora che in altri, la capacità di procurarsi una immagine autonoma e ben definita e l'erogazione di servizi secondo standard globali sono condizioni imprescindibili e tutt'altro che scontate per potere attrarre flussi turistici di consistenza significativa e, soprattutto, per poterli trattenere".

► Gli altri vincitori

Comunità montana Titerno (Bn)
Trasferimento di competenze sistema Langhe - sistema Titerno

Provincia di Avellino
Scoprendo l'Irpinia: natura storia e sapori

Comune di Napoli
Rete del turismo - progetto pilota "Viaggiare a Napoli"

Comune di Montemiletto (Av)
Sistema "Taurasi- Valle del Calore"

Comune di Ercolano (Na)
Azioni di promozione, commercializzazione ed animazione del territorio del convention and visitor bureau della fascia costiera vesuviana

Comune di Alvignano (Ce)
Itinerario dei castelli

Comunità montana Alento Montestella (Sa)
Sistema turistico rurale

Comune di Ruviano (Ce)
Creazione di un centro polifunzionale di incoming turistico

Provincia di Benevento
Turismo d'epoca un viaggio nel tempo alla riscoperta dei sapori e dei saperi passati

Provincia di Napoli
SI.I.TU.

► Obiettivi generali

- contribuire a rinsaldare il posizionamento del prodotto turistico integrato Campania sui mercati turistici interni e internazionali
- arricchire l'offerta grazie alla valorizzazione delle tipicità turistiche locali
- favorire lo sviluppo di pacchetti turistici integrati, basati sullo sfruttamento razionale di risorse ambientali, culturali, religiose e archeologiche sottoutilizzate, quando non misconosciute
- contribuire a un già avviato processo di destagionalizzazione dei flussi in entrata
- stimolare, all'interno del territorio di riferimento, nuove opportunità d'impresa e di lavoro

► Obiettivi specifici

- agevolare l'incontro fra domanda e offerta turistica locale
- contribuire alla definizione di una tipicità del prodotto turistico Sele-Tanagro, all'interno di una più vasta operazione di marketing territoriale strategico di ambito regionale
- delineare con maggior accuratezza l'immagine del territorio, a partire non solo dalle specificità e potenzialità, ma anche dalla richiesta del mercato
- migliorare la qualità dell'accoglienza e dei servizi sul territorio
- diffondere la cultura imprenditoriale e l'aggiornamento professionali fra gli operatori del settore

Promuovere l'offerta marchiata Sele-Tanagro là dove il turismo funziona già. Catturare porzioni di flussi mordi-e-fuggi, rendendoli stanziali per periodi di 2/3 giorni. Con un'attenzione particolare – ma non esclusiva - ai siti di interesse religioso. E con un'area del beneficio che, oltre a Oliveto Citra, conta ben 18 comuni.

Portare l'offerta dove c'è domanda

*Collegare il territorio ai siti a più forte vocazione turistica
A cominciare da quelli religiosi e della devozione popolare*

La realtà di partenza è immediatamente percepibile. Da un lato, il territorio del Sele-Tanagro, comprensorio ricco di potenzialità da sviluppare in chiave turistico-ricettiva. Dall'altro una regione come la Campania, nella quale si contano numerose i siti turistico religiosi in grado di attrarre un numero straordinariamente consistente di visitatori. A cominciare da quello più immediatamente vicino al territorio di riferimento: il Santuario di San Gerardo Maiella, a Materdomini di Caposele, con un afflusso annuo di quasi un milione di pellegrini. Alla base del progetto Le Vie del Santo c'è dunque l'idea di attivare una serie di strumenti di marketing in grado di proporre la destinazione Sele-Tanagro a questo gran numero di turisti religiosi. Turisti che spesso ricercano località vicine e accoglienti dove completare la propria vacanza o il proprio pellegrinaggio. Sul piano sperimentale, l'operazio-

ne di marketing turistico è focalizzata proprio sul Santuario di San Gerardo a Caposele. L'obiettivo quantificato è perciò quello di intercettare e rendere stanziale, presso le strutture alberghiere e ricettive del comprensorio Sele-Tanagro, una quota significativa della gran massa di pellegrini che visitano annualmente il sito. L'idea non è certo quella di sottrarre quote di mercato alle aziende ricettive di Caposele. Quanto piuttosto quella di aumentare, più in generale, il numero delle presenze non semplicemente mordi e fuggi, a beneficio di tutti. E' stato infatti calcolato che se un processo del genere interessasse appena una quota fra il 2 e il 3,5% del numero totale annuo dei pellegrini, la ricaduta economica per le imprese turistiche dell'intero territorio sarebbe assolutamente significativa.

Ma se individuano il Santuario di San Gerardo come luogo di sperimentazione, le attività del progetto Le Vie del Santo guardano come possibile area di attività tutti i siti regionali a forte presenza turistica. Gli strumenti messi in campo - presentati nel dettaglio nelle pagine successive - hanno infatti natura polifunzionale. Alcuni di questi, come ad esempio quelli legati alla campagna di comunicazione, rispondono maggiormente a esigenze di marketing legate ai flussi di turismo religioso. Altri invece, e nello specifico l'ufficio mobile di promozione turistica Sele-Tanagro Punto Turisti, sono estremamente elastici. E possono essere perciò applicati con facilità anche in altri contesti.



Campagna

► Area del beneficio

Ecco l'elenco dei comuni inseriti in quella che il progetto Le Vie del Santo individua come "area del beneficio": quella cioè in cui l'azione integrata di marketing territoriale potrà portare vantaggi di carattere economico, legati alla promozione dell'offerta turistica territoriale

Oliveto Citra
Auletta
Buccino
Caggiano
Calabritto
Campagna
Caposele
Castelnuovo di Conza
Colliano
Contursi Terme
Laviano
Palomonte
Ricigliano
Romagnano al Monte
Salvitelle
San Gregorio Magno
Santomenna
Senerchia
Valva

L'area del beneficio, quindi, coincide con il territorio del Patto territoriale, e contiene l'intera estensione del Pit Antica Volcei.

Il fiume Sele





► Il camper

Tramite le procedure di evidenza pubblica previste dalle normative vigenti in materia, il Comune di Oliveto Citra ha già provveduto a noleggiare il camper attrezzato che ospiterà il Sele-Tanagro Punto Turisti. Nella parte esterna, l'automezzo è stato decorato e personalizzato, così da aumentarne l'estetica e la capacità di richiamo. L'interno è stato invece organizzato come un vero e proprio ufficio, con postazioni lavoro informatiche e comodi punti di ricevimento per gli ospiti. Il camper, che misura 6,67 metri di lunghezza, sarà corredato da materiali utili all'organizzazione di eventi e manifestazioni, tra cui 3 gazebo smontabili, una struttura tubolare per esposizioni, un piccolo impianto luci autonomo, un impianto audio. All'occorrenza, Sele-Tanagro Punto Turisti potrà trasformarsi in una struttura attrezzata per l'organizzazione di microeventi espositivi quali esibizione di gruppi folkloristici, degustazioni di prodotti tipici, personali o collettive di artisti locali, dibattiti e incontri pubblici.

► Il Piano delle iniziative

Gli spostamenti e le tappe di Sele-Tanagro Punto Turisti, nonché date e luoghi dei microeventi promozionali, saranno organizzati in base a un Piano delle iniziative, che sarà elaborato direttamente dal team degli animatori, sotto la supervisione del soggetto di coordinamento e del Comune di Oliveto Citra. Quest'ultimo ha messo inoltre a disposizione del progetto alcuni locali comunali, in cui verranno installati gli uffici di segreteria. Qui, i componenti del team potranno, in spirito di iniziativa e con intraprendenza, lavorare alla progettazione e all'avvio di nuove iniziative a gravare su risorse diverse, utili a offrire respiro e rilievo maggiori alle attività intraprese.

Questa è la composizione del team degli animatori:
 Franco Cami Acquaviva
 Vincenzo Caputo
 Fabio Cilmo

Un camper trasformato in ufficio mobile di promozione turistica si muoverà per proporre soggiorni e visite nel Sele - Tanagro presso le più rinomate località della Campania. Ad animarlo un team di 3 operatori. Chiamati anche a realizzare eventi promozionali e a elaborare nuovi progetti.



Romagnano Vecchia

Promozione "on the road"

Un camper si trasforma in ufficio turistico. Per veicolare il prodotto Sele-Tanagro

Il vero elemento caratterizzante dell'intero progetto Le vie del Santo è Sele-Tanagro Punto Turisti: un camper trasformato in vero e proprio ufficio di promozione turistica, che si muoverà per proporre soggiorni e visite nel Sele - Tanagro presso le più rinomate località della Campania. A gestirlo saranno 3 animatori, scelti attraverso una selezione pubblica bandita dal Comune di Oliveto Citra. Loro compito sarà quello di diffondere il materiale divulgativo e promozionale fra turisti e pellegrini, nonché la fornitura di informazioni turistiche sul Sele-Tanagro: il tutto non in una logica passiva, ma con uno spirito attento a "intercettare e catturare" ogni possibile acquirente del prodotto territorio.

Presso il Sele-Tanagro Punto Turisti potranno essere organizzate anche forme di animazione in grado di catalizzare l'attenzione e l'interesse. Il camper, sfruttando gli spazi esterni debitamente attrezzati, sarà inoltre in grado di ospitare piccoli eventi, quali manifestazioni culturali, serate musicali o teatrali, presentazioni di libri, degustazioni di prodotti tipici. Presso Sele-Tanagro Punto Turisti verrà inoltre allestita una mostra fotografica tematica sulle attrattive turistiche del terri-

torio. Così come sarà in distribuzione anche una porzione delle due guide tematiche prodotte nell'ambito del progetto. Previsto anche l'utilizzo di documentari e filmati già prodotti in precedenza allo scopo di aumentare la conoscenza del territorio.

La Misura 2 trova il suo presupposto in un'intuizione elementare: intercettare il flusso turistico agendo sullo stesso. Ad esempio, le presenze turistiche presso il Santuario di San Gerardo Maiella sono infatti connotate da un forte tasso di ciclicità. Per motivi devozionistici o per il semplice desiderio di visitare il Santo, è forte l'incidenza di quanti si portano ripetutamente presso i luoghi gerardini, spesso anche per più di un'occasione nello stesso anno. Il camper si muoverà comunque in tutto il territorio regionale, sempre nella logica di recarsi in luoghi di particolarmente ricchi di visitatori, nei quali poter promuovere adeguatamente l'offerta turistica del territorio e delle aziende del Sele-Tanagro. In sostanza, rivolgendosi a turisti potenziali attraverso l'aumento della conoscenza e lo stimolo all'acquisto, l'intera attività di Sele-Tanagro Punto Turisti si configura come un'insieme di azioni cosiddette di tipo pull, tese cioè ad attirare il consumatore verso il prodotto.

Misura 2

► Risorse umane

Tramite avviso pubblico, il Comune di Oliveto Citra ha già proceduto a selezionare il team dei tre animatori a cui sarà affidata la gestione del progetto Le Vie del Santo. Con gennaio 2004, per gli animatori è previsto un periodo di aggiornamento professionale di 180 ore complessive, di cui 100 dedicate alla teoria, 50 alla pratica e 30 al miglioramento della lingua inglese.

Articolazione della parte teorica
 elementi di storia dell'arte e dell'archeologia
 miglioramento della conoscenza del territorio
 tecniche di gestione dei rapporti con l'utenza
 tradizioni popolari e folklore locale
 principi di teoria dell'organizzazione
 programmazione e organizzazione eventi
 dinamiche di gruppo, esercitazioni e verifiche

Articolazione della parte pratica
 visite presso punti turistici di promozione e/o informazione
 visite presso siti d'interesse culturale
 visite presso enti o agenzie di organizzazione eventi.

Il fiume Tanagro





Valva

Misura 1

Una guida generalista, una guida tematica e 100 mila spedizioni in abbonamento postale a un pubblico mirato, attraverso lo strumento della stampa religiosa. Questa la campagna di comunicazione elaborata dal progetto Le Vie del Santo.

Comunicare il territorio

Due guide turistiche, per 200 mila copie di stampa. E una di distribuzione basata sull'editoria religiosa.

Nell'economia del progetto di marketing turistico Le Vie del Santo, valore strategico ha anche la Misura 1. Questa punta a persuadere i visitatori di uno o più tra i maggiori siti turistico-religiosi della Campania a programmare una tappa aggiuntiva alla scoperta del Sele-Tanagro. In particolare, le azioni della Misura 1 individuano quale bersaglio la tipologia dei pellegrini cosiddetti "ciclici": quelli cioè che, per motivi per lo più squisitamente devozionali, tendono a tornare a intervalli di tempo costanti – all'incirca una volta all'anno – presso santuari o altre destinazioni di carattere religioso.

In sostanza il progetto ha immaginato la pubblicazione di due distinte guide informative. La prima, di taglio generalista, tenderà a promuovere la destinazione presentandola come un territorio omogeneo accogliente, già in parte attrezzato termini di ricettività, eterogeneo nell'offerta di tipicità. Insomma un territorio in grado di offrire vacanze per tutti i gusti. La pubblicazione non avrà taglio didascalico: il territorio sarà infatti un prodotto da vendere, prima ancora che una realtà da raccontare.

La seconda guida sarà invece di taglio squisitamente turistico – religioso. La sua funzione sarà infatti quella di promuovere una permanenza imperniata sul devozionismo di singoli e gruppi, attra-

verso un'azione di comunicazione in grado di valorizzare presso i lettori quelle emergenze territoriali che storicamente attraggono il sentimento religioso popolare: a cominciare dai luoghi gerardini, legati alla permanenza o al passaggio del Santo nei diversi paesi del Sele-Tanagro. Diversamente da quanto previsto per la guida generalista, il taglio e il linguaggio pensati per questo ulteriore inserto non saranno di carattere spiccatamente pubblicitario. Anche per gli argomenti trattati, sarà data priorità alla socializzazione del patrimonio religioso locale. Ognuno delle guide sarà stampata e diffusa in 100 mila copie: ed è proprio il sistema di distribuzione a rappresentare l'aspetto peculiare della Misura 1.

50 mila copie di ogni ciascuna guida saranno infatti allegate come inserto redazionale a una rivista di carattere religioso o devozionistico, spedita in abbonamento postale. Questo permetterà di calibrare l'azione di comunicazione su di un pubblico mirato, potenzialmente interessato alla fruizione di un'offerta turistica come quella proposta dal comprensorio Sele-Tanagro. Le spedizioni degli inserti avverranno in momenti separati, al fine di permettere all'azione di comunicazione di incidere su di un arco di tempo più ampio, potendo per di più contare sull'"effetto ridondanza". Ulteriori 50 mila copie di entrambe le guide saranno invece diffuse attraverso le attività del Punto Turisti.

BANDO DI GARA

E' stato pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Campania numero 60 del 22 dicembre 2003 l'estratto del bando di gara per pubblico incanto per l'affidamento del servizio di fornitura della stampa e spedizione degli inserti redazionali previsti dalla Misura 1 - Azione 1 e Azione 2 - del Progetto di Marketing Territoriale Turistico "Le Vie del Santo" POR Campania 2000-2006- Asse 4 - Misura 4.7 -Azione"A". L'importo a base d'asta è di euro 98.088,56 oltre I.V.A. in ragione del 4%. L'estratto completo del bando di gara è a pagina 8.

► La guida tematica

Titolo provvisorio
Intorno a San Gerardo:
santuari e chiese del Sele-Tanagro

Tiratura
100 mila copie

Caratteristiche tecniche
36 pagine con copertina, a colori

Contenuti
La guida tematica presenterà a un pubblico mirato il Sele-Tanagro come meta d'interesse per il circuito del turismo "religioso-spirituale", grazie alla presenza di santuari e luoghi di devozione popolare. Verranno perciò illustrate e approfondite circa 15 mete di pellegrinaggio o di devozione presenti in zona, alcune delle quali appartenenti alla tradizione popolare.

Tanto la guida generalista quanto quella tematica saranno corredate da informazioni turistiche. Verranno infatti presentate le strutture ricettive presenti sul territorio, al fine di garantire a queste una promozione presso un pubblico target che, per le sole campagne di spedizioni, ammonta a 50 mila persone.

Verranno inoltre indicate e segnalate: le vie di accesso al territorio, ristoranti ed esercizi affini, stabilimenti termali, centri di orientamento turistico.



Colliano

► La guida generalista

Titolo provvisorio
Sele-Tanagro:
una scoperta di vacanza

Tiratura
100 mila copie

Caratteristiche tecniche
64 pagine con copertina, a colori

Contenuti

- Sezione natura
Questa sezione presenterà le possibilità concrete di godimento del patrimonio naturalistico del comprensorio Sele-Tanagro
- Sezione offerta turistico-religiosa
Prevalentemente incentrata intorno ai luoghi gerardini
- Sezione beni etno-antropologici
Sarà dedicata ai visitatori in cerca di un contatto con le emergenze culturali stratificatesi nel corso dei secoli
- Sezione archeologia
Una panoramica sull'offerta di beni archeologici, che caratterizza il territorio di riferimento
- Sezione arte e beni culturali
Un viaggio per tappe dentro un patrimonio che conserva opere d'arte spesso poco conosciute, pur tuttavia in grado di trasformare ogni visita in un'accattivante scoperta
- Sezione Terme
Presenterà e promuoverà l'offerta turistica del Polo termale di Contursi Terme.



► Il Forum degli operatori

Affidato alla cura organizzativa del team degli animatori e del soggetto di coordinamento, il Forum intende essere un'occasione di confronto istituzionale fra tutti gli operatori turistici del Sele – Tanagro. Un momento grazie al quale ristoratori, albergatori, gestori di bar e di agriturismi, termalisti e responsabili di imprese di servizi possano liberamente dire la loro sui processi di sviluppo in atto, fornendo consigli e pareri sulla base di competenze certe maturate sul campo.

La presenza di amministratori ed esperti del settore potrà inoltre trasformare il Forum non solo in luogo di dibattito, ma anche di auditing istituzionale e di approfondimento. L'iniziativa sarà concentrata in un lasso di tempo molto breve – un pomeriggio o, al massimo, un'intera giornata – onde permettere la partecipazione degli operatori, senza distoglierli più di tanto dalle loro incombenze professionali.

► La newsletter

È lo strumento di partecipazione e di diffusione delle attività progettuali. Il suo compito è quello di assicurare e stabilizzare i canali di dialogo e di confronto fra le comunità locali e quanti sono chiamati ad attuare il progetto Le Vie del Santo. Per di più offrendo ai lettori opportunità e occasioni di approfondimento e aggiornamento. Altra scelta di fondo è stata quella di rendere la newsletter uno strumento editoriale diffuso, che viene distribuito gratuitamente in allegato con la rivista Altro Sele, di cui è supplemento.

Valva



Misura 3

Le azioni di sviluppo come progetto condiviso. Strumenti differenti per dialogare con segmenti diversi di popolazione. E questa newsletter per dare a Le Vie del Santo una voce ufficiale.

Un cammino in comune

La scelta di interagire con il tessuto sociale. Coinvolgendo imprenditori, giovani e studenti.

Coinvolgere attivamente nelle azioni di sviluppo tanto gli imprenditori di settore, quanto i cittadini del Sele-Tanagro. Fin dalla fase di elaborazione, Le Vie del Santo si è posto il problema di divenire un progetto condiviso, aperto al contributo e alla partecipazione del capitale sociale di cui il territorio è ricco. A questo obiettivo risponde perciò l'intera Misura 3 del piano progettuale, che porta

riori, quanto ai giovani che intendano costruirsi un'opportunità di lavoro o di impresa nel settore del turismo. La newsletter è stata pensata come rivolta a un pubblico vasto e indifferenziato: una sorta di voce del progetto Le Vie del Santo, che possa fungere da antenna di propagazione delle attività, da agenda degli appuntamenti, da registro dello stato di attuazione, da monitor dei risultati ottenuti. Diverso è invece il ragio-



il titolo di "Animazione delle comunità locali sui temi dello sviluppo turistico". Nella ferma convinzione che un'operazione di marketing territoriale debba necessariamente accettare – o meglio ancora, cercare – il confronto con le attese, le aspettative e i bisogni con quei segmenti di popolazione che intendono lasciarsi coinvolgere dalle attività messe in campo. Divendone, di volta in volta, usufruttori, beneficiari, protagonisti.

In sintesi, sono tre gli strumenti che il progetto ha elaborato per incontrare e animare le comunità locali: la pubblicazione di una newsletter a cadenza bimestrale; l'organizzazione di un Forum degli operatori turistici del Sele-Tanagro; la predisposizione di attività di orientamento indirizzate tanto agli studenti delle scuole medie supe-

ramento che attiene al Forum e alle attività di orientamento: azioni mirate, rivolte a segmenti sociali e produttivi ben individuati. Il Forum vuole infatti creare un momento di forte interazione con gli operatori locali del settore turistico. Nella convinzione che siano destinati a non produrre frutti quei processi di sviluppo territoriale in cui le amministrazioni pubbliche si rinchiudono in se stesse, senza lasciare spazio al coinvolgimento delle categorie produttive. Ai giovani, e in particolare a quanti fra questi guardano al turismo come un'ipotesi per un futuro tutto da costruire, è invece dedicato l'intero pacchetto delle attività di orientamento. Nel quale si è ritenuto opportuno coinvolgere quella fondamentale agenzia educativa che è rappresentata dal sistema scolastico.

► Le attività di orientamento

È la fase in cui vengono coinvolti nelle attività di progetto sia gli studenti delle scuole medie superiori, sia i giovani in cerca di occupazione. Per gli studenti prossimi al diploma sono infatti previste cinque giornate di animazione e di orientamento sui temi patrimonio turistico locale e sui suoi processi di valorizzazione. Momenti finalizzati ad accrescere i livelli di conoscenza in vista delle scelte lavorative o formative che i ragazzi saranno chiamati a compiere al termine del ciclo scolastico. Per i giovani in cerca di occupazione, invece, in programma un ciclo di seminari su turismo e autotimpiego. Cinque incontri da distribuire sull'intero territorio comprensoriale nel corso dei quali, oltre a dati e informazioni sul processo di sviluppo turistico, verranno presentati gli strumenti di legge per la creazione di micro-imprese di settore.

ANALISI DEI BISOGNI

L'idea di inserire azioni di animazione delle comunità all'interno delle attività progettuali legate a Le Vie del Santo, nasce anche da un'indagine, svolta in fase di redazione del progetto, tesa a individuare i bisogni insoddisfatti riscontrabili in alcuni segmenti sociali connessi più o meno direttamente allo sviluppo turistico. Ad esempio, per ciò che riguarda gli operatori di settore è stata rilevata l'assenza di un sistema locale in grado di fungere da collante fra le varie aziende. Così come si è evidenziata la mancanza di una o più agenzie in grado di divulgare informazioni mirate, come di avvicinare le aziende ai possibili clienti. Tra i giovani e gli studenti è emerso proprio il bisogno di poter partecipare a percorsi di orientamento e di formazione di base, utili a comprendere le direzioni assunte dallo sviluppo turistico del territorio. Molto richiesto anche l'orientamento rispetto alle opportunità di impresa e di lavoro offerte dal comparto.

La suddivisione dei ruoli e delle responsabilità. Nomi e cognomi di chi dovrà gestire il progetto. Il valore preciso e analitico degli investimenti. E un prospetto utile a comprendere chi impiega le risorse.

► Gli investimenti

Misura 1

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE
pubblicazione di una guida turistica generalista
pubblicazione di una guida turistica tematica
spedizione in abbonamento postale come inserto redazionale di una rivista a carattere religioso
euro 102.012,11

Micro-eventi di promozione
euro 172.197,92

Misura 3

ANIMAZIONE DELLE COMUNITÀ
Forum degli operatori
Giornate di animazione e orientamento nelle scuole
Ciclo di seminari su turismo e autoimpiego
Newsletter bimestrale Le Vie
euro 26.884,90

Misura 2

SELE-TANAGRO PUNTO TURISTI
Noleggio camper e attrezzature
Allestimento di una mostra fotografica
Risorse umane
Aggiornamento team animatori

Altri costi
euro 53.361,68

Totale degli investimenti
euro 354.456,61



Senerchia

Le Vie - Turismo nel Sele-Tanagro
Newsletter bimestrale de "Le Vie del Santo", progetto di marketing territoriale turistico POR Campania 2000-2006
Misura 4.7 Azione A

Allegato redazionale di Altro Sele anno 5, numero 1 gennaio 2004
direttore responsabile: Luigi Maria Pilla

Altro Sele è una rivista edita da Noema Comunicazione srl iscritta al Registro Operatori della Comunicazione
Redazione:
Lungomare Marconi, 41 - Salerno
Tel. e Fax 089 754848 - e-mail: alsele@tin.it
Stampa: CartoGrafiche - Z.I. - Salerno

Registrazione Trib. di Salerno n. 1072/2000

Sped. In Abbonamento Postale 45%
art. 2 comma 20/B - Legge 662/96
Regione Campania - Salerno

► Chi finanzia

valore finanziario del progetto:
euro 354.456,61

intensità di cofinanziamento:
Unione europea (FESR - Fondo europeo per lo Sviluppo regionale) **50%**
Fondi nazionali **35%**
Fondi regionali **15%**

costi per il
Comune di Oliveto Citra:
nessuno

► Chi fa cosa

Ecco come sono distribuite responsabilità e mansioni organizzative fra i soggetti che collaborano all'attuazione del progetto di marketing territoriale turistico Le vie del Santo.

Comune di Oliveto Citra

E' il soggetto attuatore del progetto. E' interlocutore diretto della Regione in fase di progettazione esecutiva e di attuazione. Cura la parte finanziaria. Svolge i procedimenti per l'acquisizione di materiali e servizi. Ha selezionato gli operatori.

Noema comunicazione

E' il soggetto di coordinamento del progetto Le Vie del Santo, di cui ha curato la fase di progettazione. Il suo compito è quello di coordinare le fasi attuative del progetto, curandone la comunicazione. Sovrintende all'aggiornamento professionale del team degli animatori, e cura l'avviamento di questi alla fase operativa con forme di tutoraggio. Opera un costante monitoraggio del lavoro degli animatori, valutandone l'efficienza e la qualità dei risultati raggiunti. Al termine delle attività progettuali dovrà redigere la relazione conclusiva, specificando i risultati raggiunti. Bimestralmente, cura la pubblicazione della newsletter ufficiale del progetto.

Team degli animatori

Sono stati selezionati dal Comune di Oliveto Citra in base a un avviso pubblico, il cui bando ha delineato le caratteristiche professionali e curricolari richieste. Nella fase dell'addestramento e dell'avviamento alle attività ricevono tutoraggio da parte del soggetto di coordinamento. Provvedono a organizzare e gestire Sele-Tanagro Punto Turisti, avendo cura della manutenzione del camper e delle attrezzature. Redigono il Piano delle iniziative progettuali, sottoposti al vaglio del Comune di Oliveto. Programmano e mettono in atto le azioni di animazione delle comunità locali di cui alle azioni 2 e 3 della Misura 3.

► Le persone

soggetto attuatore del progetto:
Comune di Oliveto Citra

promotore dell'iniziativa:
il sindaco, Carmine Pignata

responsabile del procedimento:
Geometra Ulderico Iannece

soggetto di coordinamento del progetto:
Noema comunicazione

referente per il coordinamento:
dott. Donato Palo

referente per la progettazione:
Giuseppe Zito

referente per la comunicazione:
dott. Elia Rapuano

team degli animatori:
Franco Cami Acquaviva
Vincenzo Caputo
Fabio Cilmo



Oliveto Citra

COMUNE DI OLIVETO CITRA - (Provincia di Salerno) - Estratto bando di gara per pubblico incanto ai sensi del D.Lgs.n. 157/95, come modificato dal D.Lgs. n. 65/2000, per l'affidamento del servizio di fornitura della stampa e spedizione degli inserti redazionali previsti dalla misura 1 - azione 1 e azione 2 - del Progetto di Marketing Territoriale Turistico "Le Vie del Santo" POR Campania 2000-2006- Asse 4 - Misura 4.7 -Azione "A" . Importo a base d'asta Euro 98.088,56 oltre I.V.A. in ragione del 4%.

1) Soggetto aggiudicatore:

COMUNE DI OLIVETO CITRA (SA) via V. Emanuele II, - 84020 Oliveto Citra (Sa).

2) Categoria di servizio e descrizione:

Altri servizi: cat. 27 (D.Lgs n. 157/95 e s.m.i.,allegato

2) Possono partecipare alla presente gara le imprese che:

a) svolgono attività tipografica ed editoriale;

b) risultino stampatori di una rivista di informazione religiosa e/o devozionale regolarmente registrata e distribuita in abbonamento postale.

I servizi e le finalità oggetto della gara d'appalto sono descritti analiticamente nel Capitolato Speciale d'Appalto che costituisce parte integrante del presente bando.

3) Luogo di esecuzione: Comune di Oliveto Citra (Sa).

4) Durata del contratto: Dodici mesi.

5) Importo a base d'asta: Euro 98.088,56 (novantottomilaottantotto/56) al netto di IVA prevista al 4% (settore editoria).

6) Si applica l'art. 11 del D.Lgs. n. 157/1995.

7) Riferimenti legislativi: Procedura aperta ai sensi D.Lgs n. 157/95 così come modificato dal D.Lgs n. 65/2000 - Direttive CE 92/50 e 97/52.

8) Non sono ammesse offerte frazionate.

9) Le offerte, redatte in lingua italiana e confezionate secondo le modalità stabilite all'art. 8 del Capitolato Speciale d'Appalto, dovranno pervenire con qualsiasi mezzo, a pena di esclusione, in plico chiuso controfirmato e sigillato, recante la dicitura "Offerta per pubblico incanto per l'affidamento del servizio di fornitura della stampa e spedizione degli inserti redazionali previsti dalla misura 1 - azione 1 e azione 2 - del Progetto di Marketing Territoriale Turistico -Le Vie del Santo" POR Campania 20002006- Asse 4- Misura 4.7 -Azione "A"" al seguente indirizzo: Comune di Oliveto Citra - Via Vittorio Emanuele II°, n. 46 - 84020 Oliveto Citra (SA), perentoriamente entro le ore 12.00 del 19/02/2004. Non fa fede il timbro postale, ma esclusivamente la data di ricezione.

10) E' richiesta cauzione provvisoria del 5% dell'importo.

11) Documentazione: artt. 8 e 9 del Capitolato Speciale d'Appalto.

13) Ammesse le ATI;

14) Aggiudicazione: offerta economicamente più vantaggiosa secondo i parametri stabiliti all'art. 11 del Capitolato Speciale d'Appalto.

15) Data, ora e luogo di apertura delle offerte: 20.02.2004 ore 9.00 presso la sede comunale di Oliveto Citra sita alla Via Vittorio Emanuele II, n. 46.

16) Il Bando unitamente al Capitolato Speciale d'Appalto sono reperibili sul sito WEB del Comune di Oliveto Citra (www.comune.oliveto-citra.sa.it); altre informazioni potranno essere richieste esclusivamente per iscritto, anche a mezzo fax e e-mail, al Responsabile del procedimento Ulderico Iannece tel. 0828 799219- telefax 0828 793766 email: appalti@comune.oliveto-citra.sa.it

17) Bando integrale pubblicato sul sito Internet www.comune.oliveto-citra.sa.it, all'albo pretorio del Comune di Oliveto Citra, all'albo pretorio delle Comunità Montane Zona "Tanagro" e Zona "Alto e Medio Sele", all'albo pretorio della Provincia di Salerno.

Il presente bando non è stato preceduto da avviso periodico.

Sede comunale, li 02/12/2003

Il responsabile del settore
Geom. Ulderico Iannece