



CITTA' DI CASTROVILLARI

- Cosenza -

COPIA DI DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE N.7

Oggetto: Ideazione e creazione del Brand "Castrovillari Città Festival".

L'anno Duemilasedici addì quattordici del mese di Gennaio, alle ore 17,00, in Castrovillari nella sala delle adunanze del Comune suddetto si è riunita la Giunta Comunale sotto la presidenza del Sindaco, **Domenico Lo Polito**. Sono presenti:

N.	Cognome, nome e qualifica	Pres	Ass	N.	Cognome, nome e qualifica	Pres	Ass
1	Lo Polito Domenico <i>Sindaco</i>	SI		4	Visciglia Aldo <i>Assessore</i>	SI	
2	Lo Passo Angela <i>Assessore-Vice Sindaco</i>	SI		5	Russo Giuseppe <i>Assessore</i>	SI	
3	Leonetti Giovanna <i>Assessore</i>	SI		6	Pace Pasquale <i>Assessore</i>		SI

Assiste il Segretario Generale, Dott. **Angelo Pellegrino**.

LA GIUNTA COMUNALE

Ritenuta la necessità che sull'argomento indicato in oggetto siano formalmente assunte le seguenti determinazioni;

Premesso che nelle linee programmate di questa Amministrazione comunale è stato previsto un programma di azioni positive atte alla promozione e alla valorizzazione delle attività culturali del territorio, capace in primo luogo di promuovere le energie spirituali del territorio, e poi anche quelle economico-produttive ed occupazionali.

Considerato che è intendimento di questa Amministrazione dotarsi di una "Carta dei Valori e Codice Etico" nella gestione dell'Ambiente, della Cultura e del Turismo. Una nuova "Smart City" che utilizza un modello operativo e gestionale, denominato ACT CASTROVILLARI, che indirizza l'azione di tutti gli attori protagonisti contro la crisi: Operatori dei settori Ambiente, Cultura e Turismo, Istituzioni pubbliche a vario livello, Sponsor privati, Associazioni di categoria, Associazioni culturali e di volontariato, Produttori enogastronomici e dell'artigianato di qualità, Comunità di riferimento e Pubblico;

- che in tale ottica si rende necessario istituzionalizzare un Brand denominato "Castrovillari Città Festival", marchio identitario ed identificativo della città, dei suoi eventi culturali e

delle sue eccellenze;

Visto il Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n.267 e successive modificazioni e integrazioni;

Visto il vigente statuto comunale;

Visto l'articolo 48 del decreto legislativo 18 agosto 2000, n.267;

Dato atto che i pareri di cui agli articoli 49, comma 1 e 147**bis**, comma 1, decreto legislativo 18 agosto 2000, n.267, sulla presente proposta di deliberazione non sono necessari per i presupposti che li determinano e che allo stato attuale non comporta alcun onere a carico del bilancio comunale;

Ad unanimità di voti,

D E L I B E R A

La premessa è parte integrante della presente deliberazione;

- 1) **ideare** e creare un Brand denominato “Castrovillari Città Festival” come marchio identitario ed identificativo della città, dei suoi eventi culturali e delle sue eccellenze, per come meglio descritto nell'allegato A) alla presente deliberazione;
- 2) **riservarsi** di provvedere alla registrazione del logo nei tempi e modi previsti dalla vigente normativa;
- 3) **dare atto** che i pareri di cui agli articoli 49, comma 1 e 147**bis**, comma 1, decreto legislativo 18 agosto 2000, n.267, sulla presente proposta di deliberazione non sono necessari per i presupposti che li determinano;
- 4) **disporre** che il presente atto venga pubblicato all'albo pretorio on-line di questo Comune, ai sensi dell'articolo 32 della legge 18 giugno 2009, n.69 e successive modificazioni e integrazioni, nonché del vigente regolamento comunale;
- 5) **disporre**, altresì, che copia del presente atto sia trasmesso, a cura dell'Ufficio di Segreteria Generale, anche mediante procedura informatica, per quanto di competenza e/o per opportuna conoscenza ai Capigruppo Consiliari, per espresso volere della Giunta Comunale;

Successivamente, attesa l'urgenza a provvedere, con voti unanimi, dichiara la presente deliberazione immediatamente eseguibile, ai sensi del comma 4 dell'articolo 134 del decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267.

IL SEGRETARIO
F.to - Angelo Pellegrino -

IL SINDACO
F.to - Domenico Lo Polito -



CASTROVILLARI: CITTÀ FESTIVAL

La Carta dei Valori e il Codice Etico:

Castrovillari è la prima Città in Calabria a dotarsi di una “Carta dei Valori e Codice Etico” nella gestione dell’Ambiente, della Cultura e del Turismo.

Una nuova “Smart City” che utilizza un modello operativo e gestionale, denominato ACT CASTROVILLARI, che indirizza l’azione di tutti gli attori protagonisti della partita contro la crisi: Operatori dei settori Ambiente, Cultura e Turismo, Istituzioni pubbliche a vario livello, Sponsor privati, Associazioni di categoria, Associazioni culturali e di volontariato, Produttori enogastronomici e dell’artigianato di qualità, Comunità di riferimento e Pubblico.

ACT CASTROVILLARI è una piattaforma gestionale con una doppia ambizione: mettere in scena nuovi paradigmi nella tutela del territorio, nella diffusione della cultura e nella promozione del turismo e diventare utile esempio per le comunità del Pollino e, perché no, esportabile oltre i confini regionali.

Sostenibilità e Innovazione come strumenti del cambiamento e, insieme, un nuovo modo di fare economia, cultura e benessere diffuso.

Pensare “globale” agendo sul “locale”!

ACT CASTROVILLARI si caratterizza per la sua prassi organizzativa basata:

- a) sull’ideazione e creazione del Brand “CASTROVILLARI, CITTÀ FESTIVAL”, un marchio identitario ed identificativo della città, dei suoi eventi culturali e delle sue eccellenze.**

Un marchio forte che potrebbe portare alla creazione di una vera e propria Fondazione;

- b) sull’individuazione, valorizzazione, promozione e messa in rete delle eccellenze esistenti sul territorio;**

- c) sulla formazione professionale delle figure necessarie al raggiungimento dell'obiettivo comune e comunitario (es: fonici e tecnici audio-luci, scenografi, coreografi, registi, direttori artistici, uffici stampa, grafici, addetti all'accoglienza degli artisti e del pubblico, p.r., runner ecc.);
- d) su un maggiore potere contrattuale nella ricerca di sponsor, garantendo agli stessi eventuali partner privati una copertura temporale annuale, migliaia di unità di pubblico e importante copertura mediatica su stampa, Tv e altri mass media;
- e) sul "co-working" (lavoro in sinergia) di tutti i soggetti dei tre settori di riferimento (Ambiente, Cultura e Turismo);
- f) sul "fundraising" pubblico-privato.
 Il fundraising inteso non come la scienza della raccolta dei fondi ma come la scienza della sostenibilità finanziaria di una causa sociale.
 Esso è un mezzo e non un fine.
 Un finanziamento, quindi, basato anche sul "crowdfunding" (donazioni spontanee da parte di semplici cittadini), perché vogliamo che sia la comunità di riferimento a sostenere il progetto affiancando Istituzioni e Sponsor privati;
- g) su un di un esempio di "sharing economy", nuovo modello economico capace di rispondere alle sfide della crisi e di promuovere forme di consumo più consapevoli basate sul riuso invece che sull'acquisto e sull'accesso piuttosto che sulla proprietà.
 Si traduce con "economia della condivisione", dove la relazione "peer-to-peer" avviene tra persone (o organizzazioni) a livello orizzontale e al di fuori di logiche professionali, con una caduta dei confini tra finanziatore, produttore e consumatore e dove è possibile scambiarsi informazioni disponibili, servizi e risorse utili;
- h) sull'abbattimento dei costi di produzione e organizzazione attraverso la costituzione di gruppi di acquisto (Siae, alberghi, ristoranti, tipografie, service audio-luci, ecc);
- i) sull'impatto zero ambientale, attraverso l'utilizzo di materiali riciclabili (es.: carta riciclata per la stampa dei materiali promozionali), materiali biodegradabili (es.: stoviglie biodegradabili per eventi enogastronomici) e attraverso la raccolta differenziata nei periodi e nei luoghi degli eventi stessi;
- j) sulla promozione reciproca degli eventi sui singoli materiali promozionali cartacei e sui rispettivi siti web e pagine facebook, creando migliaia di contatti e visualizzazioni;
- k) sulla creazione di un sito web dedicato e di una relativa pagina facebook;

- l) sul risparmio energetico attraverso l'utilizzo di fonti energetiche alternative e sull'utilizzo di mobilità alternativa e a basso consumo;**
- m) sul concetto di "Km. 0", attraverso il coinvolgimento di tutte le eccellenze del territorio (artistiche, professionali, enogastronomiche, artigianali, ecc)- Su questo concetto è auspicabile una sinergia con la Condotta Slow Food "Pollino-Sibaritide-Arberia", con il FAI (Fondo Ambiente Italiano) di Castrovillari ecc;**
- n) sulla solidarietà, attraverso progetti comuni che vadano in favore delle fasce deboli.**
Progetti concordati e condivisi con l'Assessorato alle politiche sociali del Comune ed eventualmente con le varie Associazioni di volontariato esistenti sul territorio (Croce Rossa, Caritas, Case di accoglienza, ecc).

N.B.: Gli eventi, selezionati ad insindacabile giudizio dell'Amministrazione Comunale di Castrovillari, per l'ingresso nella piattaforma culturale e per l'utilizzo del relativo logo dovranno attenersi ad un regolamento organizzativo-amministrativo contenente il Codice etico e la Carta dei valori.

Il regolamento si rifarà, in grandi linee, alle normative indicate dall'Unione Europea in materia di Cultura, Turismo e gestione del Patrimonio artistico (P.O.R. FESR 2014>2020).

Lo stesso regolamento è in fase di redazione.

AFFISSIONE

La presente deliberazione viene affissa all'Albo Pretorio on-line di questo Comune, in data 15 GEN. 2016....., ai sensi dell'articolo 32 della legge 18 giugno 2009, n.69 e successive modificazioni e integrazioni, nonché del vigente regolamento comunale, e vi resterà per 15 giorni consecutivi (comma 1, dell'articolo 124, Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267).-

F.to l'addetto alla pubblicazione

Il Messo Comunale
Giuseppe Bonifati

E' copia conforme all'originale per uso amministrativo.

Addì 15 GEN. 2016



SEGRETARIO GENERALE

- Angelo Pellegrino -