



Città di Marigliano

(Provincia di Napoli)

COPIA DI DELIBERAZIONE DI GIUNTA COMUNALE

n. 78 del 07.07.2016

OGGETTO: Progetto "Alla Corte del Gusto" DGR n.281 del 14.06.2016 - POC Campania 2014/2020. Approvazione avviso di selezione per la definizione di un programma di eventi e iniziative turistiche giugno 2016 - gennaio 2017. Sottosezione "Iniziativa promozionali sul territorio regionale".
ESEGUIBILE.

L'anno 2016 il giorno sette del mese di luglio alle ore 18.10 nella sala delle adunanze della casa Comunale, la Giunta Comunale, convocata nelle forme di legge e presieduta dal SINDACO avv. Antonio Carpino, si è riunita con i seguenti Assessori:

COGNOME E NOME	PRESENTI	ASSENTI
LO SAPIO ALFONSO – Vice Sindaco	X	
COPPOLA RAFFAELE	X	
DE ROSA ASSUNTA	X	
NAPOLITANO GIUSEPPE	X	
NAPPI ROSA	X	
SODANO MARIA LUISA	X	

Con la partecipazione del Segretario Generale dott.ssa Enza Fontana, con le funzioni di cui all'art.97 comma 2 del TUEL 267/2000.

Il SINDACO, avv. Antonio Carpino, constatato che gli intervenuti sono in numero legale, dichiara aperta la riunione ed invita i convocati a deliberare sull'oggetto sopraindicato.

LA GIUNTA COMUNALE

Su proposta del Sindaco;

Vista la proposta di delibera prot. 13022 del 07.07.2016;

Visti i pareri resi ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 267/00, inseriti nella predetta proposta;

Ad unanimità di voti espressi favorevolmente per alzata di mano;

DELIBERA

Approvare, come ad ogni effetto approva, l'allegata proposta di deliberazione che forma parte integrante e sostanziale della presente ;

Dichiarare la presente deliberazione immediatamente eseguibile, ai sensi dell'art.134 comma 4 del TUEL 267/00.

Letto, approvato e sottoscritto:

IL SINDACO

F.TO avv. Antonio Carpio

IL SEGRETARIO GENERALE

F.TO dott. ssa Enza Fontana

Per copia conforme all'originale

Marigliano _08.07.2016_____

IL RESPONSABILE SETTORE VII

Dott. Antonio Del Giudice

Il sottoscritto Responsabile del Settore VII , visti gli atti d'ufficio,

CERTIFICA

Che la presente deliberazione:

- E' stata dichiarata immediatamente eseguibile ai sensi del comma 4 dell'art.134 T.U. n.267/2000;
- Viene affissa a questo Albo Pretorio per 60 giorni consecutivi a partire dal
_08.07.2016_____ come prescritto dall'art.124, comma 1, T.U. n.267/2000
(N. REG. PUBBLICAZ.) e fino al 30.04.2016
- E' trasmessa in elenco, contestualmente all'affissione all'Albo, ai signori capigruppo consiliari come prescritto dall'art.125 del T.U. n.267/2000.

Marigliano, _08.07.2016_____

f.to Il messo comunale

F.TO IL RESPONSABILE SETTORE VII

dott. Antonio Del Giudice

ESECUTIVITA'

(Articolo 134, D.Lgs. N.267/2000)

Che la presente deliberazione è divenuta esecutiva il _____

Decorsi 10 giorni dalla data di inizio della pubblicazione.

Marigliano, _____

IL RESPONSABILE SETTORE VII

f.to Antonio Del Giudice



Città di Marigliano

(Provincia di Napoli)

Settore III

Prot. 13022 del 07.07.2016

OGGETTO: Progetto "Alla Corte del Gusto" DGR n.281 del 14.06.2016 - POC Campania 2014/2020. Approvazione avviso di selezione per la definizione di un programma di eventi e iniziative turistiche giugno 2016 - gennaio 2017. Sottosezione "Iniziative promozionali sul territorio regionale"

Parere in ordine alla regolarità tecnica:

Si esprime parere **FAVOREVOLE** ai sensi dell'art.49 del T.U.E.L. n.267 del 18/08/2000.

F.to Il Responsabile settore II

istr.dir. Angelo Buonincontri

IL SINDACO

Premesso che

a. la Regione Campania considera la promozione e lo sviluppo del Turismo quale obiettivo prioritario per lo sviluppo del territorio e per il settore di intervento di riferimento, e riconosce che il turismo contribuisce alla crescita civile, culturale, sociale e morale delle comunità ospitanti, degli ospiti e dei visitatori;

b. la legge regionale n. 18/2014 “Organizzazione del Sistema Turistico in Campania ” riconosce il ruolo fondante e primario che il turismo ha storicamente avuto nella maturazione e nell’evoluzione del fenomeno a livello nazionale, europeo e mondiale;

c. la richiamata legge assume che tra le finalità attribuite alla Regione vi è quella di promuovere e consolidare l’immagine unitaria e complessiva del sistema turistico regionale, valorizzando le risorse turistiche dei patrimoni diffusi del territorio regionale anche delle aree interne e di promuovere l’immagine turistica della Campania in ambito nazionale ed internazionale;

d. ai fini dello sviluppo turistico, con la Deliberazione di Giunta Regionale n. 281 del 14/06/2016, sono state approvate le direttive per la definizione, a valere sulle risorse del POC 2014-2020, linea strategica 2.4 “Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura”, di un unitario programma regionale di interventi, articolato nelle specifiche Sezioni “*Eventi di rilevanza nazionale ed internazionale*” e “*Iniziative promozionali sul territorio regionale*”, da realizzarsi sul territorio regionale nel periodo “giugno 2016 – gennaio 2017”;

e. con il suddetto atto deliberativo, in particolare, la Giunta Regionale: b.1. ha fissato la dotazione finanziaria complessiva del POC 2014-2020 linea strategica 2.4 “*Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura*” per il finanziamento dei progetti rientranti nel suddetto programma in € 4.000.000,00 (quattromilioni/00); così ripartiti:

- per la sezione “***Eventi di rilevanza nazionale ed internazionale***”: € 3.000.000,00 (tremilioni/00);
- per la sezione “***Iniziative promozionali sul territorio regionale***”: € 1.000.000,00 (unmilione/00);

f. ha stabilito che l’individuazione delle proposte progettuali che andranno a costituire il programma in questione avvenga tramite una procedura selettiva disciplinata da apposito Avviso Pubblico di cui al DGR n° 68 del 20/06/2016,

g. ha riservato la presentazione delle proposte progettuali ai Comuni della Campania;

h. ha stabilito che ciascun Comune, singolarmente e/o in forma associativa quale Ente-Capofila di apposito Partenariato con altri Comuni, possa presentare un’unica proposta progettuale per l’intero programma

i. ha stabilito che la suddetta forma associativa, coerente con le attività previste dalla proposta progettuale, dovrà essere formalizzata mediante un Protocollo di Intesa stipulato *ad hoc*, nel quale, tra l’altro, si individui il predetto Ente-Capofila che risulterà Beneficiario dell’eventuale contributo, con il compito di garantire l’attuazione di tutte le azioni funzionali al perseguimento degli obiettivi condivisi ed individuati nella proposta progettuale;

Considerato che

- il giorno 06/07/2016 è stato sottoscritto tra i comuni di: Marigliano, San Vitaliano, Scisciano un Protocollo d'Intesa per la realizzazione della proposta progettuale **“Alla Corte del Gusto” PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020, LINEA STRATEGICA 2.4 “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA” – “INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE” – PROGRAMMA “GIUGNO 2016 – GENNAIO 2017”** (allegato B del presente deliberato);

- tale protocollo di intesa individua il Comune di Marigliano quale Capofila ed eventuale beneficiario del finanziamento richiesto per la proposta progettuale **“Alla Corte del Gusto” PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020, LINEA STRATEGICA 2.4 “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA” – “INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE” – PROGRAMMA “GIUGNO 2016 – GENNAIO 2017”**

- la proposta progettuale **“Alla Corte del Gusto” PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020, LINEA STRATEGICA 2.4 “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA” – “INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE” – PROGRAMMA “GIUGNO 2016 – GENNAIO 2017”** (allegato A del presente deliberato) redatta dall'Ufficio Tecnico del comune di Casalbore rappresenta un'occasione per lo sviluppo economico e turistico dell'area ed in particolare per quanto riguarda:

- creare offerte integrate volte a favorire la conoscenza e la valorizzazione delle risorse inutilizzate o sotto utilizzate della Campania;
- valorizzare le tipicità locali e le tradizioni;
- integrare gli aspetti sociali nell'offerta turistica evidenziando l'impatto sull'economia sulla comunità locale;
- valorizzare le strutture e servizi turistici presenti nell'area interessata.

Visto il parere favorevole espresso dal Responsabile del Settore Amministrativo, ai sensi dell'art.49, comma 1 del D.Lgs. 18 agosto 2000, n.267 in ordine alla regolarità tecnica,

Visto il parere favorevole espresso dal Responsabile del Settore Economico-Finanziario ai sensi dell'art.49, comma 1 del D.Lgs. 18 agosto 2000, n.267 in ordine alla regolarità contabile,

Le premesse e gli allegati costituiscono parte integrante e sostanziale del presente deliberato.

con voti unanimi legalmente ed accertati;

PROPONE DI DELIBERARE

Per tutti i motivi espressi in narrativa e che qui si intendono integralmente trascritti:

- di approvare il Protocollo d'Intesa per la realizzazione della proposta progettuale **“Alla corte del gusto” PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020, LINEA STRATEGICA 2.4 “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA” - “INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE” – PROGRAMMA “GIUGNO 2016 – GENNAIO 2017”** (allegato B del presente deliberato); sottoscritto il 06/07/2016 tra i comuni di Marigliano, San Vitaliano, Scisciano
- di approvare la proposta progettuale **“Alla Corte del Gusto”** (allegato A del presente deliberato) del costo complessivo di **€ 44.271,36** con il seguente Piano Finanziario:

Voce d'entrata	Tipologia	Importo	
		(euro)	%
A	finanziamento richiesto alla Regione	€39,771,36	89,84%
B	diretta partecipazione finanziaria del Comune proponente	€ 4.500,00	10,16%
C	eventuali contributi e/o finanziamenti da parte di Enti Pubblici	-	
D	ogni altra eventuale entrata (bigliettaz., sponsor., merchandising, ecc...)	-	
TOTALE		€44.271,36	100,00%

- di impegnarsi ad accollarsi le spese di importo pari alle entrate delle tipologie “C” e/o “D” (entrate extra-regionali) del Piano finanziario del punto precedente quando queste ultime, per qualsivoglia ragione, vengano meno successivamente all'ammissione a finanziamento del progetto
- di accettare il mandato dei comuni quale soggetto capofila nonché beneficiario dell'eventuale finanziamento in riferimento alla selezione pubblica di cui al DGR n° 68 del 20/06/2016 e del conseguente Avviso Pubblico
- di individuare l'Istruttore Direttivo Buonincontri Angelo, quale Responsabile Unico del Procedimento relativo alla realizzazione del progetto **“Alla corte del gusto” PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020, LINEA STRATEGICA 2.4 “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA” – “INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE” – PROGRAMMA “GIUGNO 2016 – GENNAIO 2017”**

IL SINDACO

Avv. Antonio Carpino

LINEA STRATEGICA 2.4 "RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA"

SEZIONE "INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE"

DELIBERAZIONE DI GIUNTA REGIONALE N. 281 DEL 14/06/2016

PROGRAMMA "GIUGNO 2016 – GENNAIO 2017"

SCHEDA PROGETTUALE

A	IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO	
1)	Titolo del progetto	"Alla Corte del Gusto"
2)	Comune proponente	Comune di Marigliano
	Codice Fiscale/Partita IVA	01204890634/01253711210
	Sede principale	Corso Umberto,1 - 80034
	Telefono	081-8858111
	Fax	081-8855383
3)	E-Mail e PEC	protocollo@pec.comunemarigliano.it
	Legale Rappresentante	Sindaco Avv. Antonio Carpino
4)	Responsabile Unico del Procedimento	Angelo Buonincontri – Istruttore Direttivo Cultura
	Telefono	0818858222
	Fax	0818855383
	E-Mail e PEC	comune.marigliano@tin.it – personale@pec.comunemarigliano.it
5)	Edizioni precedenti della medesima (per identità di titolo ed oggetto) proposta progettuale): nr. 2	L'evento "Alla Corte del Gusto", ideato dall'Associazione Culturale Terre di Campania e realizzato in collaborazione con essa, in entrambe le precedenti edizioni (n°2 edizioni già svolte, tenutesi entrambe nel mese di dicembre a cavallo dell'week-end dell'Immacolata, ha ottenuto significativi risultati in termini di pubblico e di visibilità mediatica, registrando un overbooking di presenze e un altissimo gradimento da parte dei partecipanti, anche grazie al progressivo ampliamento del programma nel corso delle passate edizioni. Ciò si è tradotto anche in un aumento del bacino di visibilità disponibile per tutte le aziende partecipanti e per tutti gli attori coinvolti. Tale incremento è stato dato, inoltre, anche dall'estensione del progetto (a partire dalla seconda edizione) al comune di San Vitaliano, nell'ottica di favorire il coinvolgimento attivo dell'intero territorio dei comuni circostanti il Castello-Palazzo Ducale di Marigliano, fulcro dell'evento. Si è realizzato, inoltre, un positivo riscontro, in termini di immagine e di flussi di visitatori, con

		rimarchevoli ricadute socio-economiche nell'area. Dal punto di vista culturale, infine, la partecipazione di scuole e associazioni, che sono state invitate a condividere l'iniziativa, ha aperto finestre di dialogo costruttivo con i giovani e le cosiddette "categorie deboli" presenti sul territorio, ai quali è stata offerta l'opportunità di collaborare attivamente alla preparazione dell'evento.
6)	Nell'eventualità di <i>Partecipazione in forma associativa (Rif artt. 3.3 e 5.4.1 dell'Avviso)</i>	
6.1)	<i>Altri Comuni coinvolti, oltre al Comune-Capofila</i>	Comune di San Vitaliano - Piazza Leonardo Da Vinci, 80030 San Vitaliano NA – Sindaco Falcone Antonio Comune di Scisciano - Piazza XX Settembre, 80030 Scisciano NA – Sindaco Serpico Edoardo
6.2)	<i>Evidenza delle ragioni della partnership</i>	I Comuni di Marigliano, San Vitaliano e Scisciano hanno scelto di cooperare al fine di ampliare a tutto il territorio i positivi risultati dell'evento "Alla Corte del Gusto" a tutta l'area dell'Agro-Nolano su cui essi insistono. Si sottolinea che le precedenti due edizioni dell'evento hanno già ottenuto il Patrocinio Morale del Comune di San Vitaliano. Oltre alla contiguità territoriale che li contraddistingue (si tratta di comuni confinanti) li accomuna lo stesso passato rurale, che sebbene ormai soppiantato dall'evoluzione urbana che ha interessato tutti i comuni dell'area, conserva ancora viva la sua presenza nel ricordo delle genti e degli abitanti locali, rappresentando una preziosa eredità da tramandare. Tale passato rurale si sostanzia materialmente in produzioni tipiche agro-alimentari di eccellenza che caratterizzano ancora la storia economica e culturale recente dei tre comuni, essendo ancora presenti sul loro territorio. Tali produzioni hanno nell'evento "Alla Corte del Gusto" un efficace strumento di valorizzazione e di diffusione della propria conoscenza presso il pubblico.

B	DESCRIZIONE DELL'INIZIATIVA	
1)	Finalità ed obiettivi dell'iniziativa	La Campania possiede un inestimabile patrimonio storico, culturale e paesaggistico, ciò che da sempre rappresenta uno dei più potenti attrattori turistici per il nostro Paese. Oltre alle già note mete turistiche, la nostra regione può contare su

numerose altre realtà, poco conosciute ai più, che rappresentano delle vere e proprie eccellenze nel panorama delle tipicità territoriali. Bontà enogastronomiche, bellezze naturali, espressioni culturali variamente connotate, caratterizzano luoghi spesso fuori dai principali itinerari turistici, in attesa di essere scoperti e apprezzati proprio a partire dalle suddette peculiarità. Tuttavia, queste tipicità spesso uniche, e i territori di cui fanno parte, si trovano ad essere abbastanza conosciute in ambito locale, ma ignorate dal grande pubblico, non occupando il posto che meriterebbero nel panorama dell'offerta turistica campana. Il prodotto tipico agro-alimentare, infatti, è l'espressione più completa di un territorio. Antropologia, cultura, arte: tutta una storia di antichi saperi raccontata attraverso la fatica, la cura, l'attenzione necessaria per ottenere un capolavoro di gusto nel quale sapore, odore, colore, profumo compongono un'armonia inconfondibile e irripetibile. Il prodotto tipico identifica e si identifica con il territorio, diventa occasione per conoscere nuove realtà o riscoprire luoghi già noti, motivo e compagno di un viaggio attraverso il gusto che finisce col comunicare molto più di un sapore. La regione Campania si identifica con i prodotti tipici agro-alimentari presenti sul suo territorio, che rappresentano uno dei suoi principali elementi distintivi, nonché di attrazione e richiamo turistico. Attraverso la valorizzazione dei prodotti tipici campani si intende portare a conoscenza di un pubblico quanto più vasto possibile, la ricchezza di un patrimonio inestimabile di sapori e saperi legati spesso a tradizioni secolari. Ma ciò non si limita solo all'ambito agro-alimentare. La parola tipico deriva, infatti, dal greco *typikòs*, e vuol dire impronta. Un prodotto tipico, dunque, è un qualsiasi artefatto creato dall'uomo che conservi le caratteristiche di un territorio e che a sua volta lo caratterizzi. Tuttavia, è anche ciò che da sempre rappresenta e differenzia un particolare territorio da un altro. Ne consegue che un prodotto artigianale, un'espressione artistica, una struttura architettonica, un'usanza o un costume particolare, ma anche una risorsa paesaggistica, possono essere efficaci motori dello sviluppo del territorio al pari dei prodotti tipici agro-alimentari. Le considerazioni espresse sono alla base della volontà di creare un progetto integrato di promozione teso alla valorizzazione delle produzioni tipiche agro-alimentari, nonché del complesso universo di valori e tradizioni ad esse collegate, presenti in uno dei territori campani attualmente non direttamente associato alle produzioni tipiche di eccellenza regionali. Si tratta di un territorio caratterizzato da una massiccia urbanizzazione che conserva, tuttavia, intatto il ricordo del suo passato contadino e rurale, sia per la presenza di rappresentanti delle precedenti generazioni, sia per la volontà popolare e delle locali amministrazioni di tutelare e valorizzare questo ricco passato. Un passato in cui l'agricoltura rappresentava la

prima fonte di sostentamento economico e dove grazie alla perizia tecnica nelle modalità di coltivazione, allevamento e lavorazione, all'attenta conoscenza dei terreni e dei mutamenti delle stagioni, al rispetto dei tempi e dei processi naturali, si producevano capolavori di semplicità e gusto la cui fama è giunta intatta fino a noi. Tali produzioni, frutto delle necessità del mondo contadino, sono state, oggi, più volte riprese e valorizzate sia dalla moderna industria agro-alimentare, sia da operatori del settore gastronomico e della ristorazione che, attraverso la loro rivisitazione, hanno favorito la trasmissione delle bontà antiche agli uomini e alle donne del nostro tempo. Saperi, saperi e tradizioni sono, dunque, elementi quanto mai vivi e vitali in tante aree della regione Campania, non sorprende, quindi, che anche nei comuni ricadenti nell'area dell'agro-nolano si conservino questi elementi, sia nella memoria collettiva sia nel tessuto imprenditoriale, grazie alla presenza di numerose attività che hanno ripreso le antiche produzioni tipiche trasformandole in eccellenze di gusto attuali. Questo grande patrimonio di gusto e tradizioni viene messo al centro di un progetto pensato per favorire la diffusione della sua conoscenza, nonché il rilancio del territorio interessato dal punto di vista dell'immagine complessiva dello stesso. Il progetto "alla Corte del Gusto", avrà lo scopo di accendere i riflettori su realtà territoriali a volte poco note, raccontate attraverso l'eccellenza delle produzioni agro-alimentari locali, nonché di promuovere il lavoro di aziende e artigiani produttori. Il progetto mira a favorire l'acquisizione di una maggiore consapevolezza delle potenzialità del territorio della regione Campania, attraverso un ideale viaggio alla scoperta del buono e del bello che essa ha da offrire. Un viaggio che consente ai fruitori dell'evento di non spostarsi dall'area metropolitana, ma che inevitabilmente stimolerà anche il desiderio di conoscere direttamente i territori coinvolti e le loro peculiarità.

Nello specifico gli obiettivi che il progetto si pone, possono essere così riassunti:

- **Promuovere e valorizzare la conoscenza delle eccellenze agro-alimentari campane;**
- **Favorire la riscoperta delle produzioni tipiche dell'agro-nolano;**
- **Favorire la conoscenza di tutte le risorse turistiche del territorio;**
- **Incrementare la notorietà dell'area;**
- **Offrire un momento di attrazione e di forte visibilità per i comuni coinvolti nel progetto e per tutto il territorio;**
- **Valorizzare beni di carattere storico-monumentale i comuni coinvolti;**
- **Presentare l'intero territorio come una meta turistica complementare a quelle "tradizionali"**

della nostra regione.

Gli obiettivi sopra esposti saranno perseguiti attraverso l'applicazione di una strategia consistente nella realizzazione di una serie di azioni di "marketing di prodotto" e di "marketing territoriale" inteso come valorizzazione e promozione dei prodotti, dei produttori e dei territori da cui essi provengono, con tutte le sue caratteristiche e delle sue prospettive, al fine di attirare dall'esterno visitatori e in generale turisti ed acquirenti verso i prodotti/servizi proposti. Proprio sul fronte dell'offerta a giocare un ruolo centrale è la definizione di una chiara brand strategy, intesa come insieme delle azioni volte ad allineare tutte le iniziative intorno al brand "Alla Corte del Gusto" con l'obiettivo di soddisfare i bisogni del consumatore target, degli opinion leaders e dei vari portatori d'interesse (non solo gli operatori del settore, ma anche il sistema istituzionale, quello territoriale e i vari finanziatori/sponsor). In tal senso il marketing è una funzione che contribuisce allo sviluppo equilibrato del prodotto e dell'area, attraverso l'ideazione e l'attuazione di un'interpretazione delle caratteristiche che li contraddistinguono in chiave di offerta che soddisfa segmenti identificati di domanda attuale e potenziale. Esso si basa sui seguenti principi:

- Sviluppo operativo dell'identità del prodotto e del territorio programmata nel piano strategico;
- Sviluppo di una determinata immagine del prodotto e del territorio, attraverso la scelta e la valorizzazione di un insieme di comunicazione e di un coerente insieme di modalità di espressione;
- Contatto con i target di riferimento.

La strategia del presente progetto è quella di puntare sulla creazione del brand "alla Corte del Gusto" con l'universo di valori ad esso collegati, per estendere la mission anche al di fuori dell'evento stesso allo scopo di renderla presente nella quotidianità dei consumatori. L'intento è quello di utilizzare il brand come elemento di comunicazione e di allineamento degli sforzi e quindi come strategia per espandere l'evento nello spazio e nel tempo:

- fruibilità dell'offerta nel continuum: la definizione di una strategia di brand che crei un legame tra marchi di prodotti e marchio dell'evento che li ospita garantisce visibilità alla manifestazione anche nel periodo che intercorre tra un'edizione e l'altra, trasformando l'evento in una vetrina temporanea di un'offerta continuativa nel tempo;
- estensione della base consumatori: attualmente il consumatore target di un evento enogastronomico è una persona disposta a viaggiare investendo tempo e denaro. Attraverso una strategia di branding adeguata (sinergie tra brand di prodotto ed evento) è possibile intercettare un nuovo segmento di

		<p>potenziali consumatori che, pur non potendo/ volendo viaggiare, sono interessati ad acquistare i prodotti presenti nella manifestazione;</p> <ul style="list-style-type: none"> • ricaduta sul territorio: gli eventi generano una ricaduta sul territorio in cui vengono realizzate che può essere sostenuta e amplificata attraverso un utilizzo congiunto di brand territoriali e dello strumento evento. <p>Una componente fondamentale di tale strategia ed in generale del marketing riguarda, infine, la comunicazione; non soltanto quella esterna (promozione) per attirare nuove risorse nuovi fruitori, ma ancor di più quella interna (valorizzazione) necessaria per costruire un' immagine del territorio in esame che dia forma ad un'identità collettiva dello stesso.</p> <p>L'approccio progettuale è quindi del tipo "marketing oriented" ovvero orientato a costruire l'identità del prodotto e del sistema territoriale mediante l'elezione di un unico attrattore turistico quale simbolo del territorio, che in questo caso corrisponde ai prodotti campani di eccellenza.</p> <p>L'evento previsto dal progetto "alla Corte del Gusto" mira, in sintesi, a presentare le eccellenze campane come elemento di attrazione principale per il territorio di riferimento, presentando attraverso esse, tutte le altre ricchezze possedute dalla regione Campania. Si mira, quindi, all'estensione del tema dell'eccellenza dal settore agro-alimentare alla globalità degli elementi positivi riscontrabili sul territorio.</p> <p>Tale scopo risponde a diversi requisiti riconducibili, in sintesi, ai seguenti temi:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) i termini di approccio sono quelli di "sistema territoriale", aree aventi una specificità sia di prodotti che di caratteristiche naturali e di risorse in generali; non è quindi un'iniziativa settoriale ne finalizzata ad obiettivi parziali; b) è un programma coerente con obiettivi di comunicazione specifici ed in particolare intende raggiungere un target di domanda selezionata, non massificante; esigente e prestigiosa; c) scaturisce da un'intesa tra tutti gli operatori locali e quindi il prodotto di concertazione tra tutte le componenti protagoniste dello sviluppo: produttori agricoli, artigiani, operatori dell'ospitalità ed enti pubblici
2)	<p>Coerenza dell'iniziativa con gli obiettivi e le finalità dell'avviso</p>	<p>L'evento "Alla Corte del Gusto" intende portare, attraverso la valorizzazione dei prodotti tipici campani, a conoscenza di un pubblico quanto più vasto possibile, la ricchezza di un patrimonio inestimabile di sapori e saperi legati spesso a tradizioni secolari. Partendo dal tema dell'eccellenza del settore agro-alimentare si vuole estendere il suddetto tema a</p>

tutti gli altri elementi che compongono la variegata offerta culturale della regione Campania e del nostro Sud. Luoghi, persone, mestieri, forme d'arte, musica, vanno a comporre un significativo programma che darà vita ad un evento di quattro giorni ricco di momenti di grande interesse rivolti a diverse fasce di pubblico. Da queste considerazioni nasce l'idea di realizzare un evento volto a celebrare le eccellenze della Campania, con lo sguardo rivolto a tutto il Sud, valorizzando uomini e prodotti che oggi possono contribuire a custodire la Memoria e nello stesso tempo a progettare un futuro più sereno. Tanti gli spunti che la Campania ha da offrire: uomini di cultura che rappresentano un pensiero in continua evoluzione, prodotti e tipicità che perpetuano saperi contadini e abilità artigiane in grado di riscattare un processo evolutivo che, negli ultimi decenni, sembra voler segnare il passo rinunciando ad innalzare la bandiera del rinnovamento. Condividere un evento equivale a richiamare e raccogliere persone di tutte le età, accomunate da un desiderio di identità e stimolate a riappropriarsi delle proprie origini per riconoscersi parte viva di una stessa realtà. Attraverso l'eno-gastronomia, i prodotti tipici e le specialità tradizionali, le testimonianze culturali, l'arte e la musica, si snoderanno le tappe di un percorso che intende ravvivare il ricordo, ma anche suscitare il desiderio, soprattutto nelle giovani generazioni, di continuare ad essere parte importante di un terra in continuo germoglio. Il coinvolgimento di aziende eccellenti del territorio, che si distinguono per la qualità del prodotto e delle procedure applicate, la partecipazione di giornalisti, scrittori, uomini di cultura che diventano testimoni di storie di successo costruite grazie alla capacità di perseverare nel realizzare i propri progetti, vuole rappresentare il valore aggiunto ed essere lo stimolo necessario per le giovani generazioni a riprendere in mano il proprio futuro e ricominciare a progettare sul e per il territorio, evidenziandone e mettendone a frutto le potenzialità. L'evento si configurerà, dunque, come un laboratorio aperto sul mondo dell'eccellenza campana, inteso come luogo di scambio, conoscenza e condivisione aperto a tutte le realtà territoriali della regione Campania. Un laboratorio articolato sul territorio dei diversi comuni coinvolti nella realizzazione del progetto, ciascuno dei quali coinvolto secondo le sue specificità. Attraverso le attività inserite nella presente proposta progettuale saranno i luoghi della nostra terra, insieme a tutto il loro immenso patrimonio di sapori e saperi a muoversi per essere conosciuti e apprezzati da un vasto pubblico. L'evento previsto dal progetto "alla Corte del Gusto" si configura come una quattro giorni pensata per essere organizzata nel periodo di dicembre, in modo da offrire un ai target di riferimento un valido contenuto di punto di vista dell'animazione territoriale e al contempo coinvolgere i flussi turistici naturalmente presenti nel periodo antecedente le

festività natalizie. A dicembre, come da tradizione consolidata nelle due precedenti edizioni, si svolgerà l'evento di Marigliano, presso il Castello Ducale, simbolo del territorio. L'evento di Marigliano sarà preceduto, nei week-end precedenti, dalle iniziative collegate che si terranno nei comuni di San Vitaliano e Scisciano. L'evento coinvolgerà, infatti, l'intero territorio dei comuni interessati dalla realizzazione del presente progetto, con particolare riferimento a specifiche location simbolo dell'area e naturalmente legate alla vita comunitaria delle cittadine:

- Marigliano - Castello-Palazzo Ducale
- San Vitaliano - Teatro Comunale
- Scisciano – Teatro Comunale

L'evento di Marigliano è inteso come il punto di arrivo di una serie di iniziative che lo precederanno e che saranno organizzate nei territori dei tre comuni. L'evento avrà il suo cardine presso il Castello-Palazzo Ducale di Marigliano, sede dell'Ordine delle Figlie della Carità di San Vincenzo de' Paoli, inteso come luogo simbolo dell'intero territorio, tra passato e futuro, mentre negli altri comuni (San Vitaliano e Scisciano) saranno ospitate iniziative collaterali e complementari tese a comporre un ricco e variegato programma. Le iniziative si svolgeranno nelle settimane precedenti l'evento principale di Marigliano, in modo da costituire un calendario di appuntamenti fortemente integrati tra di loro, in un ideale percorso di avvicinamento all'evento finale. Al centro del programma dell'evento principale de "Alla Corte del Gusto" (da svolgersi presso la location Castello Ducale di Marigliano), vi sarà la "Piazza del Gusto", ospitata presso la corte interna del Castello-Palazzo Ducale. In essa saranno ospitati speciali laboratori di degustazione guidata dedicati alla conoscenza di prodotti e piatti tipici del territorio campano, con particolare riferimento a quelli caratteristici dei tre comuni oggetti dell'intervento (Marigliano – patata; San Vitaliano – Salumi; Scisciano – Noci). I laboratori saranno aperti alla partecipazione di un numero definito di utenti i quali, in un'area appositamente allestita, potranno assistere ad una vera e propria lezione, tenuta da un relatore esperto in eno-gastronomia sui prodotti utilizzati e sui piatti preparati da chef locali che, al termine della stessa, saranno degustati. Questi ultimi saranno ulteriormente coinvolti nella realizzazione dell'evento attraverso l'invito a creare e proporre ai propri clienti, nei giorni della kermesse, uno speciale menù riportante il marchio "alla Corte del Gusto", realizzato con ingredienti tipici e piatti della tradizione. In questo modo l'organizzazione dell'evento si estenderà maggiormente al tessuto imprenditoriale locale favorendone il radicamento sul territorio. La corte del Castello-Palazzo Ducale sarà sede, inoltre, del "Mercatino delle eccellenze" con stand espositivi con aziende produttrici di eccellenze agro-alimentari. Sarà invitata un'unica azienda per categoria

di prodotto (vino, olio, formaggi, salumi, ecc.). La location, oltre che ospitare gli stand e i laboratori di degustazione guidata sarà opportunamente allestita per l'occasione con elementi scenografici richiamanti anche il mondo rurale e contadino. In tal modo l'offerta turistica si integrerà alla perfezione con il sostrato economico e sociale locale. Ai momenti eno-gastronomici si accompagneranno momenti di incontro e di dialogo con personalità d'eccellenza della Campania e del Sud Italia. In occasione dell'evento centrale di Marigliano si terrà uno degli incontri facenti parte del ciclo di appuntamenti **"il Sud che vince"**. Un altro appuntamento sarà ospitato, invece, presso il Comune di San Vitaliano. In occasione di questi appuntamenti saranno invitate personalità di eccellenza del mondo della cultura, dello sport e dell'imprenditoria campana, le quali porteranno alla conoscenza del pubblico la loro storia di successo in un dibattito-confronto aperto, il cui obiettivo è alimentare la speranza nelle possibilità della nostra terra. Gli incontri saranno aperti alla partecipazione degli alunni dei locali istituti scolastici. L'elemento gastronomico e agro-alimentare sarà al centro anche di speciali laboratori dedicati ai più piccoli dal titolo "Assaggiare arte" che, guidati da esperti animatori comporranno opere e lavori artistici dedicati al tema del gusto, anche mediante l'utilizzo di ingredienti particolari, come farina e pane. Ai più piccoli saranno dedicati anche speciali momenti collaterali, come spettacoli teatrali e momenti di animazione ludica. La terza edizione del "Alla Corte del Gusto", inoltre, vedrà l'assegnazione del Premio "Terre di Campania", giunto alla sua seconda edizione che prevede la consegna di riconoscimenti, durante una serata di gala, a personalità campane distintes nei vari campi dell'eccellenza: eno-gastronomia, cultura, arte, spettacolo, sport. A contornare il tutto vi saranno momenti di spettacolo e di intrattenimento, privilegiando la partecipazione di gruppi musicali e giovani artisti del panorama emergente campano. Anche questa scelta artistica ricade nella volontà della presente proposta progettuale di valorizzare l'eccellenza del Sud Italia nella sua globalità. A completare l'offerta vi saranno visite guidate tenute da volontari esperti del territorio e della storia dei comuni partecipanti all'evento che accompagneranno i visitatori alla scoperta dei luoghi. Si prevede, infine, l'organizzazione di una mostra d'arte con estemporanee ed esibizioni di artisti, avente ad oggetto il tema "La scoperta della Campania. Luoghi e forme dell'eccellenza".

Per quanto concerne gli eventi collaterali e complementari, organizzati presso i comuni di San Vitaliano e Scisciano, possono essere così riassunti:

- **San Vitaliano – Appuntamento "Il Sud che Vince" (vedi sopra)**

- **Scisciano – Rassegna teatrale “Il Gusto del teatro”**

Tre appuntamenti dedicati al rapporto tra cibo e teatro grazie alla proposizione di spettacoli a tema eno-gastronomico, in cui non solo si dipanerà un intreccio coinvolgente ma spazio sarà dato alla scoperta del legame profondo tra alimentazione ed essere umano. Una rassegna teatrale che vedrà la partecipazione di diverse compagnie di attori, ciascuna delle quali metterà in evidenza la sua personale esperienza nell’ambito della valorizzazione delle tipicità della nostra terra. La rassegna teatrale si volgerà nei mesi precedenti l’evento principale de “Alla Corte del Gusto”, in modo da rappresentare un momento di animazione territoriale complementare al programma di iniziative previste.

La terza edizione de “Alla Corte del Gusto”, oltre a coinvolgere i comuni limitrofi, uscirà dai confini del Castello Ducale di Marigliano per coinvolgere anche l’intero territorio cittadino del Comune Capofila del progetto. Nello specifico, nel mese di dicembre, saranno organizzate, su tutto il territorio del Comune di Marigliano, le seguenti iniziative collaterali e complementari all’evento principale:

- Spettacoli teatrali
- Mercatini di Natale
- Rassegna musicale
- Concerto conclusivo

In sintesi le azioni previste dal progetto “Alla Corte del Gusto”, possono essere così dettagliate (con specifica dei comuni in cui saranno svolte):

MARIGLIANO

Allestimento Piazza del Gusto

- Allestimento n°3 laboratori di degustazione con n°3 piatti a base di prodotti tipici locali realizzati da chef locali per n°30 partecipanti. Il servizio comprende: fornitura di n°10 tavoli e relative sedute per i partecipanti all’evento, compenso del personale (1 cuoco, 1 aiuto cuoco, 2 addetti al servizio), compenso per esperto relatore, acquisto dei prodotti tipici da utilizzare per la realizzazione dei piatti da degustare, stoviglie e posate per degustazione.
- Caratterizzazione location mediante l’installazione di n° 1 striscione bifacciale in PVC dim, 6X1 m; n°5 pannelli informativi dim 100X140 cm con immagine coordinata istituzionale e programma degli eventi, n°1 info-point con tavolo e n°2 sedute per hostess e caratterizzazione grafica; materiali scenografici richiamanti il mondo rurale e

contadino.

Allestimento “mercantino delle eccellenze”

- Noleggio, montaggio e smontaggio di n°7 stand espositivi misura 2X1 metri coperti in materiale ecologico compreso di servizi: impianto elettrico a risparmio energetico (punto luce con lampade a led, utilizzo di dimmer, presa elettrica per elettrodomestici di classe A++, ecc.), e cestini per la raccolta differenziata.

Organizzazione incontro “il Sud che vince”

- Organizzazione di n°1 incontro con personalità eccellenti della Campania e del Sud Italia. Il servizio comprende: rimborso spese di viaggio per partecipanti, allestimento location, service audio-video, n°2 hostess per evento, spese di segreteria. Il servizio è da ripetersi in tutti e tre i comuni oggetto dell'intervento.

Organizzazione laboratori per bambini

- Organizzazione di n°3 laboratori per bambini dedicati alla conoscenza del cibo attraverso l'arte. Il servizio comprende: compenso per animatori, acquisto materiali didattici per laboratorio, allestimento sala per laboratorio.

Organizzazione premio “Terre di Campania”

- Organizzazione serata di gala con consegna del premio “Terre di Campania” a personalità eccellenti in vari campi della cultura e dell'arte. Il servizio comprende: fornitura dei premi, allestimento location, service audio-luci-video, realizzazione inviti, spese di segreteria.

Allestimento mostra d'arte “La scoperta della Campania. Luoghi e forme dell'eccellenza”

- Montaggio e smontaggio di n°16 pannellature dim. 2X1m con installazione di opere d'arte e organizzazione di n°2 estemporanee di artisti.

Spettacoli musicali

- Organizzazione n°3 spettacoli musicali. Il servizio comprende: compenso per artisti; installazione palco, service audio-luci, diritti SIAE.

Visite guidate

- Organizzazione di n°3 visite guidate con esperti del territorio e dei beni in esso presenti.

SAN VITALIANO

Organizzazione incontro “il Sud che vince”

- Organizzazione di n°1 incontro con personalità eccellenti

della Campania e del Sud Italia. Il servizio comprende: rimborso spese di viaggio per partecipanti, allestimento location, service audio-video, n°2 hostess per evento, spese di segreteria. Il servizio è da ripetersi in tutti e tre i comuni oggetto dell'intervento.

Visite guidate

- Organizzazione di n°3 visite guidate con esperti del territorio e dei beni in esso presenti.

SISCIANO

Rassegna teatrale "Il Gusto del teatro"

- Organizzazione di n°3 spettacoli teatrali dedicati al rapporto tra gusto e arte. Il servizio comprende: compenso cast artistico, service audio-video-luci, diritti SIAE.

Visite guidate

- Organizzazione di n°3 visite guidate con esperti del territorio e dei beni in esso presenti.

MARIGLIANO – ATTIVITA' COLLATERALI

Spettacoli teatrali

- Organizzazione di n°3 spettacoli teatrali a tema vario. Il servizio comprende: compenso cast artistico, service audio-video-luci, diritti SIAE.

Mercatini di Natale

- Noleggio, montaggio e smontaggio di n°12 stand espositivi misura 3 X 2 metri coperti in materiale ecologico compreso di servizi: impianto elettrico a risparmio energetico (punto luce con lampade a led, utilizzo di dimmer, presa elettrica per elettrodomestici di classe A++, ecc.), e cestini per la raccolta differenziata.
- Allestimento location a tema natalizio

Rassegna musicale

- Organizzazione n°3 spettacoli musicali a tema vario. Il servizio comprende: compenso per artisti; installazione palco, service audio-luci, diritti SIAE.

Concerto conclusivo

- Organizzazione n°1 spettacolo musicale con artista campano. Il servizio comprende: compenso per artisti; installazione palco, service audio-luci, diritti SIAE.

In virtù di quanto sopra esposto il progetto "**Alla Corte del Gusto**", risulta coerente con le finalità e gli obiettivi dell'avviso predisposto dalla Regione Campania, nello specifico:

		<ul style="list-style-type: none"> • creare offerte integrate volte a favorire la conoscenza e la valorizzazione delle risorse inutilizzate o sottoutilizzate della Campania; • valorizzare le tipicità locali e le tradizioni; • integrare gli aspetti sociali nell'offerta turistica evidenziando l'impatto sull'economia e sulla comunità locale; • valorizzare le strutture e servizi turistici presenti nell'area interessata.
3)	Luogo di svolgimento:	
3.1)	Locations	<p>Location dell'evento principale sarà il Castello Ducale di Marigliano, mentre le attività collaterali si terranno in vari punti dell'intera cittadina. Gli eventi ospitati presso i comuni di San Vitaliano e Scisciano si terranno presso i locali teatri comunali. Le visite guidate interesseranno, invece, tutti i principali beni visitabili dei tre comuni aderenti alla presente proposta progettuale.</p> <p>MARIGLIANO Descrizione comune La Città di Marigliano è situata nel territorio dell'agro-nolano, tra la zona ai piedi del Vesuvio e del monte Somma e i rilievi calcarei del Baianese-Nolano. Il territorio in questione, posto ad un'altitudine di 30 m.l.m., era ricco di sorgenti termominerali e falde acquifere note fin dai tempi antichi, e si sviluppa intorno ad un articolato centro storico, estendendosi verso oriente in quartieri di più recente edificazione. Lo schema urbanistico del centro antico rimanda chiaramente all'originaria tipologia romana, caratterizzato da sette cardini in direzione est-ovest e da due decumani con orientamento nord-sud, con quattro porte d'accesso oramai non più esistenti. Due porte erano situate nell'attuale via Giannone e le restanti due erano posizionate all'inizio delle strade Salvator Rosa e Porta San Pietro. La Città di Marigliano vede iniziare la sua storia già in epoca romana, anche se non possediamo sufficienti informazioni per poter stabilire l'esatta data della sua fondazione. Secondo alcuni storici il territorio di Marigliano faceva parte di un <i>campus romanus</i> che si estendeva dalle falde del Vesuvio fino all'area occupata dall'attuale Pomigliano d'Arco. In questi luoghi il console Marco Claudio Marcello pose i suoi accampamenti quando accorse in aiuto di Nola assediata da Annibale dopo la battaglia di Canne nel 216 a. C.. Successivamente, il console Quinto Fabio Massimo fissò nella medesima area il quartiere d'inverno delle sue legioni. Dopo la caduta dell'Impero d'Occidente la Terra di Marigliano fu interessata anch'essa dalle invasioni barbariche, che provocarono devastazioni in tutta l'area. Da quattro pergamene risalenti al X secolo sappiamo che il territorio apparteneva, allora, alla Liburia Ducale di Napoli. Nel 1132, tuttavia, il duca di Napoli, Sergio, si sottomise al re normanno</p>

Ruggero II d'Altavilla, determinando così l'inizio dell'età feudale anche per Marigliano e i paesi limitrofi. Il primo signore del feudo mariglianese fu Roberto de Medania, conte di Acerra, cui successe il figlio Riccardo. Dal 1194 Marigliano passa sotto il dominio Svevo e successivamente venne concesso insieme alla contea di Acerra a Tommaso, conte di Aquino, e poi al nipote Tommaso II, che continuò a tenere il dominio sulla Terra di Marigliano fino alla venuta di Carlo I, ad opera del quale fu privato dei suoi possedimenti. Il figlio di Tommaso II, Adinulfo, recuperò per breve tempo il feudo perso, grazie alla benevolenza del re Carlo II. Sotto il dominio di Filippo II, nipote di Carlo I, le terre di Acerra e Marigliano vennero travagliate dai saccheggi ad opera dell'esercito ungaro di Luigi, re d'Ungheria, in cerca di vendetta per la morte del fratello Andrea, marito della regina Giovanna I, assassinato nel 1345. Nel XV secolo, dopo numerose successioni, il territorio di Marigliano passò sotto il possesso di Anecchino Mormile che lo aveva acquistato per 7700 ducati. Nel 1421, essendosi ribellato alla regina Giovanna II, subì l'assedio ad opera delle truppe mercenarie di Braccio da Montone. Dopo questo evento il feudo di Marigliano fu concesso ad Antonio del Balzo Orsino che alla sua morte lo lasciò nelle mani del re Ferdinando I d'Aragona. Nel 1479 il re concesse il feudo ad Alberico Carafa, nominato conte dopo circa tre anni, il quale avviò la trasformazione del territorio di Marigliano in un contado. Molte furono le opere di ricostruzione e di restauro avviate dalla famiglia Carafa, tra queste ricordiamo i lavori che interessarono la Chiesa di S. Maria delle Grazie e la Chiesa di S. Vito. Durante la discesa di Carlo V, Alberico II si schierò a favore della lega antiasburgica, la cui sconfitta determinò la confisca della contea di Marigliano che fu concessa a Ferrante Gonzaga. Numerosi furono i successivi passaggi di possesso del territorio mariglianese: da Cesare Gonzaga esso fu venduto a Vincenzo Carafa che, morto di crepacuore nel 1573, lasciò i suoi beni gravati dai debiti in vendita all'asta. Furono acquistati dal banchiere Geronimo Montenegro a cui venne concesso il titolo di marchese dall'imperatore Filippo II. Ancora una volta il feudo venne ceduto a Cesare Zattera di Genova che lo vendette, poi, a Giulio Mastrillo, insignito del titolo di duca nel 1644. La famiglia Mastrillo mantenne il potere su Marigliano, attraverso alterne vicende, fino all'abolizione della feudalità. Il 2 aprile 1896 il Re Umberto I e il presidente Crispi firmarono un decreto con cui veniva concesso a Marigliano il titolo di "Città". Fin dall'epoca feudale l'attività agricola è sempre stata una risorsa importantissima per l'economia del territorio e per i suoi cittadini. Oggi la situazione è leggermente cambiata: la coltivazione degli ortaggi non è più caratterizzata da prodotti specifici ma, oltre che a ridursi notevolmente, si è enormemente generalizzata, perdendo così le sue

connotazioni tipiche. Fino ad alcuni decenni fa, le campagne di Marigliano erano famose in tutto l'agro-nolano per la produzione di patate e pomodori oltre che di altri ortaggi propri della tradizione contadina. La coltivazione di questi prodotti era favorita dal terreno di origine vulcanica, ricco di minerali, in particolare di fluoro e selenio, che rendono ancor più gustosi e preziosi dal punto di vista nutritivo gli ortaggi. Ad essere particolarmente apprezzata era soprattutto la patata mariglianese, che in passato godeva di molta notorietà, basti pensare che fino agli anni '60, dalla stazione di Marigliano, partivano vagoni carichi di patate diretti anche all'estero, soprattutto in Germania.

Luoghi di interesse

Collegiata di Santa Maria delle Grazie

La Chiesa di Santa Maria delle Grazie, nata come parrocchia intorno all'anno mille, divenne Collegiata, sotto il pontificato di Alessandro VI, per domanda di Alberico Carafa, signore di Marigliano nel 1494. In quel periodo la chiesa venne ricostruita e ampliata per poter ospitare un numero maggiore di fedeli; sotto il dominio dei Mastrilli vennero successivamente aggiunti la cupola e il coro. Negli anni la struttura è stata sottoposta a ripetuti interventi di restauro: le numerose scosse sismiche e l'usura ne avevano, infatti, compromesso la stabilità. La Collegiata ha tuttavia conservato parte dei suoi tratti più antichi. L'edificio presenta una pianta a croce latina, col transetto che immette nell'adiacente Chiesa dell'Annunziata, ed è ad una sola navata, ampia e slanciata, arricchita da cappelle laterali con altari di marmo policromo. Le più importanti sono, per l'aspetto monumentale e la ricchezza di marmi e stucchi, la Cappella di San Pietro, la Cappella del Crocifisso, contenente un crocifisso di legno risalente al Settecento, e la Cappella dei Santi Protettori, in stile barocco, protetta da una cancellata in ferro battuto con formelle di bronzo dorato, al cui interno sono poste tre statue rappresentanti San Sebastiano, in argento, e i Santi Rocco e Vito in legno scolpito e dipinto. Di grande interesse artistico sono il battistero del Cinquecento e le due acquasantiere con il blasone dei Mastrilli. La Collegiata è impreziosita da numerose tele, opera di vari artisti. Nelle pareti laterali del coro si trovano due tele raffiguranti i miracoli del Profeta Elia: sulla destra quello del fuoco disceso dal cielo per le preghiere del Profeta; sulla sinistra quello della pioggia predetta dal Profeta ad Acab. Questi due dipinti, realizzati tra il 1733 e il 1739, si ritiene siano opera di Ludovico Mazzanti e sono considerati tra le opere di maggior perfezione della sua produzione napoletana. Altre cinque tele, le tre poste nel soffitto della navata centrale, quella nel soffitto della crociera e la pala sull'altare maggiore, vennero realizzate dal Vaccaro, artista napoletano di grande importanza nella scena

artistica del Settecento. Le tele nella navata centrale rappresentano San Sebastiano durante il martirio, il martirio di San Vito e San Rocco con la Madonna. La maestosa tela situata sull'altare maggiore, in cui è raffigurata la Madonna col Bambino, invocata dai Protettori per benedire Marigliano, sorretta da una schiera di Angeli e Santi, è ritenuta l'opera più matura del Vaccaro. Le tele del Vaccaro e quelle del Mazzanti, tra il 1876 e il 1882, vennero restaurate ad opera di Enrico Fiore. La Collegiata di Santa Maria delle Grazie, con i suoi circa mille anni di vita, è un sito religioso e artistico di grande importanza: con i suoi marmi, fregi, decorazioni e pitture preziose può essere considerata un vero e proprio documento della civiltà e della cultura napoletana tra il Seicento e il Settecento.

Chiesa dell'Annunziata

La Chiesa dell'Annunziata ha origini molto antiche, come testimonia il catino absidale coperto da una tipica volta di forma tardo-gotica. L'edificio era noto in passato per esser stato sede della congrega dell'Ave Gratia Plena, fondata in epoca angioina. Inizialmente la struttura era adiacente e comunicante con la Collegiata, pur restando da essa divisa, ma nel 1882 la parete che separava le due chiese fu abbattuta ed esse furono unite in un unico corpo. La chiesa, a una sola navata, al suo interno custodisce un notevole numero di lapidi funerarie e iscrizioni in latino, oltre che a sculture in legno di Santi risalenti al XVII-XVIII secolo. Di grande interesse è il polittico dell'altare maggiore, realizzato nel 1628, in legno policromo, scolpito e dorato. Al suo interno è conservato il reperto più prezioso della chiesa: un antico trittico risalente al XV secolo, rappresentante l'Annunciazione e i Santi Pietro e Giovanni. Alla sinistra della Chiesa dell'Annunziata si eleva il Campanile, risalente al XV secolo e composto di cinque piani, di cui tre a pianta quadrata e due, quelli superiori, a pianta ottagonale. In passato gli faceva da tetto un cupolino, costruito a foggia di una pera perfetta, decorato con maioliche colorate. Nel 1793 ha subito numerosi interventi di consolidamento per evitarne il crollo a seguito di numerosi terremoti, ma il sisma del 1980 ne distrusse comunque il cupolino, oggi ricostruito sostituendo gli antichi mattoni colorati con quadrelli di rame.

Convento di San Vito

Una prima chiesa, di modeste dimensioni, venne probabilmente già edificata nell'Alto Medioevo sul luogo dove la tradizione voleva fosse stato sepolto il martire Vito ad opera di una pia Fiorenza, come testimoniato in una Passio del VII sec. Già nel 1485 i Conventuali, in quella piccola struttura costituirono una comunità. Alberico Carafa, conte di Marigliano, nel 1497 finanziò i lavori di ammodernamento e restauro del luogo. A quest'epoca appartengono il portale d'ingresso della chiesa, l'affresco che sovrasta la tomba di San Vito e il chiostro situato nel convento. Il complesso

venne donato ai Francescani Minori che lo tennero per quasi 400 anni fino alla soppressione degli ordini religiosi avvenuta nel 1866, rientrandovi nel 1899 e custodendolo ancora oggi. Nel corso dei secoli sono stati eseguiti numerosi lavori di restauro e di aggiunta. Nel 1565 fu realizzato il campanile e spostato l'ingresso del convento, mentre dal 1643 al 1648, grazie al finanziamento del re Filippo IV, l'intera struttura fu innalzata di un piano e vennero aggiunte le cornici alle finestre. Nel 1770 l'interno della chiesa, originariamente a tre navate, fu ridotto ad una singola con cappelle laterali e nel 1840 si ebbe l'aggiunta di un secondo chiostro. Il convento conserva al suo interno numerose e interessanti opere d'arte, come la "Madonna della Speranza", le due tele di Decio Tramontano nel coro superiore e le numerose tele poste al di sopra gli altari laterali e raffiguranti vari Santi, risalenti al XVIII secolo e attribuite a Francesco De Mura. Perfette nella forma sono le statue raffiguranti i Santi Vito, Antonio e Francesco e quelle del Crocifisso del presbitero e dell'Immacolata situata nell'affascinante Cappella D'Avenia, risalente al 1589, al cui interno si possono trovare inoltre tele di G. B. Azzolino e di Domenico Guarino. Vi sono inoltre alcuni monumenti funebri. Per ultima, ma non per importanza, ricordiamo la balaustra barocca del coro superiore, sorretta da due colonne con capitelli corinzi, donate al convento nel 1650. Nella navata di sinistra risalente all'antica chiesa rinascimentale, dove prima era situato il presbitero della chiesa originaria, possiamo trovare il sacello con la tomba di S. Vito e l'affresco che raffigura la sepoltura del martire. Nella stessa zona è posta l'acquasantiera dell'antica chiesa, risalente al trecento. Adiacente alla chiesa è il bellissimo chiostro porticato, a pianta rettangolare, su 12 arcate a pieno centro sorrette da colonne. Lungo le pareti si notano interessanti frammenti lapidei rinascimentali e barocchi e gli stemmi maiolicati dell'Ordine e del Convento, mentre al centro vi è una vera e propria pozzo con l'emblema dei Francescani.

Iscrizione Romane

Numerose sono le testimonianze del passato romano di Marigliano. Passeggiando per le strade del comune, che in origine era un "castrum romanum", un attento osservatore può notare alcune iscrizioni di epoca romana. La prima, su cui sono riportate queste parole: "FISIAE SEX FIL. RUFINAE CLUVIA M. FIL MODESTA FISIA RUFINA AMICAE", risale alla seconda metà del I secolo d.C. Tale iscrizione è incisa su un monolite in marmo bianco a grana fine, che anticamente dovette costituire l'architrave di un antico monumento funerario e che attualmente viene utilizzato come architrave del portale di ingresso della chiesa dedicata a San Vito, adiacente al Convento dei Frati Minori Francescani. Si tratta di una iscrizione sepolcrale, in cui una donna Cluvia Modesta Fisia Rufina, dedica all'amica Fisia Rufina l'intero monumento funerario. La seconda iscrizione, posta

precedentemente sotto una statua oggi andata persa, si trova ora incassata nel muro del palazzo sito all'angolo della Viella del Municipio. Si tratta di una iscrizione funeraria dedicata a Caio Stazio che così dice: "C. STATIO QF FAL HEREDES EX TESTAMENTO"

Un'altra iscrizione incisa su di una lastra é conservata nella cappella di famiglia dei Napoletano nel viale di ingresso del cimitero di Marigliano. Nel 1893, riferisce il Ricciardi, la si poteva osservare nei pressi di Via Giannone, sulla facciata del palazzo al numero civico 10 il cui ingresso si trova in via Campanella. Essa, risalente alla seconda metà del I secolo d.C. così riporta: "Dis Manibus". Nel pilastro angolare sinistro del muro di recinzione della piazzetta antistante l'ingresso della parrocchia di S. Stefano, in via C. Matrisciano nella frazione di Casaferro, è incisa una iscrizione su di un blocco di calcare locale che recita "DIS MANIB". Venne riportata alla luce nel 1874 nel corso dei lavori di scavo per le fondamenta della Chiesa insieme a numerosi marmi di epoca romana. Il Mommsen riporta un'altra iscrizione che, avendone notizia da altri autori, posiziona in una villa presso la chiesa di S. Vito. Purtroppo ricerche in quella zona non hanno dato validità a tali supposizioni.

Castello-Palazzo Ducale

Il Castello Ducale si trova al centro dell'abitato mariglianese in una zona completamente pianeggiante e si estende su un'area di circa 5600 mq. La struttura ha subito numerose trasformazioni nel corso dei secoli, giungendo a noi in buono stato di conservazione anche se profondamente mutata rispetto al suo aspetto originale. Il castello è circondato da mura che ne delimitano la forma trapezoidale, con quattro torri circolari poste agli angoli alte tutte circa 12 m e con un raggio di quasi 6 m. Al centro del castello è posizionato un corpo rettangolare con base scarpata che, probabilmente nella sua forma originaria ricalcava l'impianto di un donjon normanno. Questa struttura centrale ha un perimetro di 150 m e si sviluppa su un'area di 1300 mq. Attorno ad essa si sviluppano altre strutture difensive e un ampio fossato che la circonda completamente, attraversato da un ponte in muratura che ha sostituito l'antico ponte in legno. La mancanza di fonti e di documenti specifici sulla natura architettonica del castello impediscono la possibilità di formulare ipotesi più precise relativamente alla struttura dell'impianto originario. Più facile è l'interpretazione della cinta muraria esterna, che ha caratteristiche tipiche degli impianti di epoca angioino-aragonese. Essa è costituita da una cortina muraria con base scarpata e redondone, caratterizzata da un camminamento molto ampio (circa 5,5 m) che presenta una controscarpa dal lato del fossato. Il camminamento è collegato all'esterno dai due ingressi, uno situato sul lato nord-est in corrispondenza di via Nuova del Bosco e l'altro ubicato nell'angolo sud-ovest, presso piazza

Castello, nell'area del centro storico. Persa la sua funzione difensiva il castello venne trasformato in una residenza gentilizia e dotato di un ampio giardino, che si sviluppa sul lato nord della fortificazione, ancora oggi accessibile.

La villa rustica e la necropoli

Nella campagna compresa nella frazione di Faibano, lungo via Sentino, sono state recentemente rinvenute una necropoli e i resti di una villa rustica risalente al periodo ellenistico-romano. Questa scoperta, fortunatamente oggetto di uno scavo sistematico, anche se non completato e attualmente non ancora fruibile ai visitatori, si aggiunge ai numerosi ritrovamenti fortuiti di cui si hanotizia nel tempo, contribuendo a rafforzare l'ipotesi della grande importanza rivestita, in epoca romana, dall'antica Marianus o Marilianus nell'ambito del territorio nolano.

Produzioni agro-alimentari

Fin dall'epoca feudale l'attività agricola è sempre stata una risorsa importantissima per l'economia del territorio e per i suoi cittadini. Oggi la situazione è leggermente cambiata: la coltivazione degli ortaggi non è più caratterizzata da prodotti specifici ma, oltre che a ridursi notevolmente, si è enormemente generalizzata, perdendo così le sue connotazioni tipiche.

Fino ad alcuni decenni fa, le campagne di Marigliano erano famose in tutto l'agro-nolano per la produzione di patate e pomodori oltre che di altri ortaggi propri della tradizione contadina. La coltivazione di questi prodotti era favorita dal terreno di origine vulcanica, ricco di minerali, in particolare di fluoro e selenio, che rendono ancor più gustosi e preziosi dal punto di vista nutritivo gli ortaggi. Ad essere particolarmente apprezzata era soprattutto la patata mariglianese, che in passato godeva di molta notorietà, basti pensare che fino agli anni '60, dalla stazione di Marigliano, partivano vagoni carichi di patate diretti anche all'estero, soprattutto in Germania.

- **Numero aziende agricole: 295**
- **Superficie agricola utilizzata: 587,9 ha**
- **Superficie agricola totale: 616,1 ha**
- **Superficie coltivata a olivo: 0,6 ha**
- **Superficie coltivata a vite: 1,7 ha**
- **Superficie coltivata ad agrumi: 0,0 ha**
- **Superficie coltivata a fruttiferi: 94 ha**
- **Superficie coltivata a leguminose: 1,5 ha**

SAN VITALIANO

Descrizione comune

Situato nell'Agro nolano, il comune di San Vitaliano sembra derivare il suo toponimo da un antico culto per il Vescovo di Capua, Vitaliano, che nel 1140 attraversò le campagne della zona realizzandovi un miracolo: far piovere nel mese di luglio dopo un lungo periodo di siccità. In ogni caso, le vere origini

del paese non sono attualmente documentabili. Per molti secoli il territorio di San Vitaliano fu esclusivamente agreste, occupato solo da case sparse di contadini. In questo contesto la presenza romana è documentata dai resti di una Villa rustica venuti alla luce durante dei lavori di sbancamento effettuati nel 1993-1994. È tuttavia in età medievale che dalle masserie sparse di contadini si passa gradualmente a un nucleo abitato ben organizzato. Nel 1932 San Vitaliano faceva ormai parte del territorio di Marigliano e fu acquistato come feudo da Raimondello Orsini, insieme a Brusciano e Scisciano. In seguito i casali di San Vitaliano, Brusciano e Scisciano si staccarono da Marigliano. Nel 1542 furono venduti a Battista Carafa, per ritornare nel 1578 a far parte del Marchesato di Marigliano. San Vitaliano rimase quindi casale di Marigliano fino al 1648, quando iniziò ad acquisire una sua autonomia amministrativa grazie ad alcune concessioni di terreni da parte dei Mastrilli, signori di Marigliano. Divenuto comune autonomo nel 1720 (i primi atti pubblici risalgono al 1740), il paese ha poi seguito senza clamori le vicende della vita politica del Regno e quindi dell'Italia Repubblicana.

Luoghi di interesse

Parrocchiale di Santa Maria della Libera

Dal 1948 la Chiesa di San Vitaliano è divenuta la Parrocchiale di Santa Maria della Libera. Non si hanno notizie certe della sua fondazione, ma probabilmente la chiesa risale al XVI secolo, era più piccola dell'attuale e intitolata a San Giovanni. Ricostruita nel XVIII secolo, nel 1876 subì una notevole trasformazione: l'orientamento della chiesa fu infatti invertito.

Il portale grigio, sovrastato da una finestratura e affiancato da due coppie di lesene con capitelli corinzi, offre un piacevole contrasto con l'intonaco bianco della facciata, delineata da altre due lesene più grandi, anch'esse con capitelli corinzi. Internamente due piccole cappelle si aprono sul lato sinistro della navata, mentre sul lato destro sono collocati tre altari in marmi policromi. L'altare maggiore risale al 1803, ed è delimitato da una balaustra marmorea del 1904. Sul soffitto spicca una tela della scuola del Caravaggio raffigurante *Il Cristo nell'orto degli Ulivi*. Vicino all'ingresso sono visibili due nicchie con le statue lignee di *San Giovanni* e *San'Antonio Abate*.

Congrega dell'Immacolata Concezione

La Chiesa della Congrega dell'Immacolata Concezione, risale al XVII secolo. La Congrega infatti fu istituita nel 1752 con il consenso di Carlo III di Borbone. La facciata è semplice: il portale è sormontato da un timpano a sesto ribassato, mentre l'interno è un'unica navata con riquadrature grigie alle pareti, ingentilite da stucchi bianchi. L'altare maggiore risale al XVIII secolo e dello stesso periodo è una

statua lignea rappresentante l'*Immacolata*. All'Ottocento risale invece una statua lignea raffigurante *Sant'Antonio da Padova*, custodita in una nicchia laterale. Al centro della nicchia una pregevole tela firmata da Angelo Mozzillo raffigurante la *Natività* presenta in un angolo l'autoritratto del pittore. Nella sacrestia è custodita un'altra opera del Mozzillo: un affresco raffigurante l'*Immacolata*. Il campanile è un pregevole esempio architettonico costruito nel 1875. È alto 45 metri ed è suddiviso in quattro ordini tutti finestrati, leggermente rastremati verso l'alto.

Produzioni agro-alimentari

San Vitaliano è un paese con un'economia prevalentemente agricola, caratterizzata da coltivazioni di granoturco, tabacco, alberi da frutta, noceti, vigneti e ortaggi.

- **Numero aziende agricole: 72**
- **Superficie agricola utilizzata: 118,5 ha**
- **Superficie agricola totale: 120 ha**
- **Superficie coltivata a olivo: 0,6 ha**
- **Superficie coltivata a vite: 1,7 ha**
- **Superficie coltivata ad agrumi: 0,0 ha**
- **Superficie coltivata a fruttiferi: 24,4 ha**
- **Superficie coltivata a leguminose: 0,0 ha**

SCISCIANO

Descrizione comune

Scisciano è situato alle falde del Monte Somma, a nord-est di Napoli. Il toponimo sembra derivare da un certo *Sittius*, probabile proprietario di queste terre. Sulle origini del paese non esistono documentazioni certe. Il territorio fu abitato dagli Osci, dai Sanniti e quindi dai Romani: la località faceva parte di un vasto comprensorio denominato "*Campus romanus*", attraversato dalla via Adrianea, dalla via Popilia e da un acquedotto. La prima documentazione sicura risale al 986, mentre nel secolo successivo sono nominati diversi casali sparsi sul territorio di Scisciano: San Martino, la Corte dei Sancti, Manganelli, Contrada al Palazzo.

Nel 1294 Scisciano era noto come feudo di Marigliano e passò con questo in possesso di Filippo d'Angiò, figlio di Carlo II. Nel 1392 il feudo fu acquistato da Raimondello Orsino insieme a Brusciano e a San Vitaliano. In seguito i casali di Brusciano, Scisciano e San Vitaliano si staccarono da Marigliano, allora contea, e nel 1542 vennero venduti a Battista Carafa. Nel 1578, tuttavia, per volontà del papa Gregorio XIII, tutto il territorio ritornò a far parte del Marchesato di Marigliano. Nel 1738 fu fondata la Confraternita di San Giovanni Battista per l'assistenza ai bisognosi, riconosciuta giuridicamente nel 1798 con un Regio Decreto. Nel 1816 Scisciano diventò comune autonomo sotto la giurisdizione di Caserta e nel 1927 entrò a far parte della provincia di Napoli.

		<p>Luoghi di interesse</p> <p><u><i>Parrocchiale di San Giovanni Battista</i></u> La Parrocchiale di San Giovanni Battista, edificata nel XVIII secolo con pianta a croce latina, ha subito vari rifacimenti, per cui non presenta uno stile unitario. La facciata è ornata da due lesene con capitello dorici e da un portale centrale sovrastato da un affresco raffigurante <i>San Giovanni Battista ai piedi della Vergine</i>. Il campanile è suddiviso in tre livelli e concluso da una cella campanaria quadrata.</p> <p><u><i>Chiesa di San Martino</i></u> La Chiesa di San Martino risale alla fine del XIV secolo o agli inizi del XV secolo, ma venne ampliata nei primi anni del XVIII secolo. Internamente, sull'altare maggiore in marmi policromi è collocata una tela settecentesca raffigurante il <i>Cristo</i>. Preziose sono due statue lignee del XVII secolo rappresentanti <i>San Martino</i> e la <i>Vergine Assunta</i>.</p> <p><u><i>Parrocchiale di San Germano</i></u> Sulle origini della Parrocchiale di San Germano non vi sono notizie certe. Il corpo di fabbrica era più basso e stretto dell'attuale, ma venne ampliato dopo il secondo conflitto mondiale. Il campanile risale anch'esso al periodo della ricostruzione.</p> <p><u><i>Masserie</i></u> Interessanti sono anche le masserie della zona, tra cui la Masseria Camaldoli, costruita nel 1577 dai Camaldolesi, e la Masseria Montanaro, risalente al XVIII secolo, situata all'inizio del paese, che appartenne all'Eremo di Nola e successivamente all'Eremo Reale. L'edificio si struttura su tre livelli suddivisi nella facciata da una sequenza di archi. Nell'annessa Cappella privata sono custoditi una statua della <i>Vergine</i> e un dipinto raffigurante la <i>Madonna delle Grazie</i>.</p> <p>Produzioni agro-alimentari Scisciano è un paese con un'economia prevalentemente agricola. Abbondante è la presenza di noceti, noccioleti, vigneti, nonché la coltivazione di prodotti ortofrutticoli. Fiorenti sono anche piccole imprese artigianali.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Numero aziende agricole: 114 • Superficie agricola utilizzata: 122 ha • Superficie agricola totale: 125,4 ha • Superficie coltivata a olivo: 0,5 ha • Superficie coltivata a vite: 1,2 ha • Superficie coltivata ad agrumi: 0,0 ha • Superficie coltivata a fruttiferi: 102,1 ha • Superficie coltivata a leguminose: 0,0 ha
3.2)	Tipicità locali e tradizioni valorizzate	Ad ognuno dei comuni interessati dalla presente proposta progettuale è stato scelto di abbinare una particolare produzione agro-alimentare di eccellenza con cui il suo territorio si identifica. Tali eccellenze saranno protagoniste

della “Piazza del Gusto” e dei laboratori di degustazione guidate ad essa collegati. Esse avranno dunque, l’opportunità di essere adeguatamente valorizzate all’interno dei laboratori di degustazione guidata e nelle degustazioni aperte al pubblico.

Le tipicità agro-alimentari valorizzate sono:

La patata di Marigliano

Il territorio del Comune di Marigliano è da sempre coltivato a patate. Scoperta nel XIV secolo durante la conquista del Perù dagli spagnoli di Francisco Pizarro, che la portarono in patria, si diffuse poi in Germania e in Italia e successivamente in Francia. In tutta Europa però, per quasi due secoli, venne considerata solo una curiosità botanica e utilizzata per lo più come pianta d’appartamento. Utilizzata in diverse preparazioni, sia dolci che salate, la patata divenne la grande protagonista della cultura gastronomica contadina, il cosiddetto “cibo dei poveri” che non poteva mai mancare. Le caratteristiche nutrizionali, in termini di apporto di glucidi complessi sotto forma di amido, fibre, vitamine (B1, B2, B3, B6 e C), ferro e potassio la rendono però un alimento tutt’altro che povero e ne fanno ancora oggi un alimento di grandissima diffusione ed apprezzato da tutti. Recentemente, si è scoperto che il considerevole apporto di amidi gastroresistenti protegge l’organismo dall’insorgenza di tumori legati all’eccessivo consumo di carne rossa. Basta infatti associare al piatto di carne un’insalata di patate lessate o cotte al vapore per mitigare i danni della dieta prevalentemente carnivora. La patata, in tutte le sue varietà, dalla matura da “conservazione” che si raccoglie a settembre/ottobre, alla novella, che nei luoghi in cui mi trovo ora si raccoglie già a maggio, non può dunque mancare come contorno sulle nostre tavole, sia in quanto alimento che giova alla salute sia in quanto testimonianza del forte legame con le tradizioni culinarie del nostro passato.

I Salumi di San Vitaliano

Da sempre i comuni con un forte passato rurale si sono distinti, nei secoli, per l’abilità e la cura della produzione sia di carni bovine che di carni suine con relativi insaccati; abilità che ha fatto sì che, in molti di essi, tra cui San Vitaliano, si creasse una tradizione di macelleria e norcina di spessore e qualità elevatissima. La particolarità e la bontà di questi prodotti si deve principalmente a condizioni climatiche e geofisiche favorevoli, che permettono una crescita sana e adeguata degli animali: la presenza di verdi pascoli baciati dal sole e di numerosi corsi d’acqua limpida garantisce la corretta alimentazione delle bestie. Anche l’allevamento dei maiali è tradizionalmente praticato secondo norme e rituali trasmessi di generazione in generazione, che rendono le carni suine particolarmente morbide e sapide. La norcineria locale regala insaccati dal profumo inebriante e dal sapore stuzzicante. A San Vitaliano i salumi sono da sempre uno dei cibi per eccellenza delle tradizioni contadine, quasi un

		<p>marcatore antropologico. Qui regna in tavola la soppressata prodotta artigianalmente, dalla caratteristica forma schiacciata, conseguenza della fase in cui l'insaccato anticamente veniva tenuto sotto il peso di grosse pietre. Il suo sapore è inimitabile, frutto della scelta delle carni: due parti di carne magra, il prosciutto e il filetto, e una di grasso, dell'affumicatura al fuoco di legno di quercia e della successiva stagionatura che deve durare circa un mese. Altri tipi di carne tipici della tradizione norcina locale sono: il capicollo, il fiocco di maiale, la pancetta tesa, i cicoli e il prosciutto.</p> <p>Le noci di Scisciano</p> <p>Originarie dell'Asia Minore, importate dalla Grecia verso il 100 a.C. in Sicilia e da lì diffuse in tutta Europa, le noci hanno da sempre caratterizzato l'economia del territorio dell'Agro Nolano, di cui Scisciano ha fatto e continua a far parte. Un frutto dalle innumerevoli qualità non solo organolettiche, ma anche benefiche per la salute, divenuto nel corso del tempo la base di numerosi piatti della tradizione culinaria campana e italiana. Come spesso accade per altre produzioni anche al noce sono legati significati propiziatori o comunque legati all'occulto. Secondo la tradizione, infatti, ai novelli sposi venivano lanciate delle noci in segno beneaugurale, perché considerate simbolo di fecondità. Nella mitologia romana, invece, questo frutto era considerato simbolo degli inferi. L'antica presenza del noce in Campania, comunque, è testimoniata dal ritrovamento negli scavi di Pompei di alberi carbonizzati molto simili agli attuali. L'ambiente pedoclimatico campano, particolarmente favorevole a tale coltura, ha consentito una sua larga diffusione nella maggior parte degli areali di pianura e di collina.</p>
4)	<p>Funzionalità dell'intervento con riferimento, in particolare, agli aspetti di valorizzazione delle strutture e dei servizi turistici</p>	<p>L'iniziativa è finalizzata in un ambito integrato e coordinato, a valorizzare e promuovere l'immagine culturale e lo sviluppo turistico del territorio dei comuni oggetto dell'intervento ricadenti tutti nell'ambito dell'Agro-Nolano. Si tratta di un contesto territoriale omogeneo connotato da produzioni tipiche afferenti allo schema di valori tipico della Dieta Mediterranea, nonché da tradizioni e luoghi di interesse storico-artistico. Il legame con il territorio e le sue emergenze architettoniche, storiche e culturali è quindi uno degli obiettivi prioritari del progetto nel suo complesso così come riportato negli obiettivi. Le essenziali peculiarità del progetto risiedono nel costruire un calendario integrato di manifestazioni da svolgersi nei singoli comuni, tutte identificabili con l'unico brand "Alla Corte del Gusto", in modo da creare un'esperienza di turismo unica e ponendo in essere un sistema di servizi che consente di dare adeguata visibilità a tutte le attrattive del territorio.</p> <p>Nell'area in esame sono presenti n°701 posti letto, così</p>

		<p>suddivisi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marigliano – n°400 posti letto suddivisi in n° 5 strutture • San Vitaliano - n° 275 posti letto suddivisi in n° 3 strutture • Scisciano – n° 26 posti letto suddivisi in n° 3 strutture <p>Sono presenti inoltre n°64 attività di ristorazione, così suddivise:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marigliano – n° 56 strutture di ristorazione • San Vitaliano - n° 5 strutture di ristorazione • Scisciano – n° 3 strutture di ristorazione
5)	Cooperazione e modalità di messa in rete degli eventi su base tematica e/o territoriale:	
5.1)	<p>Forme di cooperazione e aggregazione tra soggetti pubblici e privati su base tematica e/o territoriale</p>	<p>I comuni oggetto della presente proposta progettuale hanno già avviato forme di cooperazione, sia nell’ambito di protocolli d’intesa volti alla comune valorizzazione delle risorse dell’area (anche di concerto con altri comuni limitrofi non interessati dalla presente proposta progettuale), sia in accordo con privati con lo scopo di accrescere la visibilità e la fruizione dell’area da parte dei turisti, il cui flusso è considerato un elemento di crescita e di sviluppo per l’area. Nello specifico, i comuni di Marigliano, San Vitaliano, Scisciano hanno preso parte ai seguenti progetti di cooperazione tra soggetti pubblici:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agenzia Area Nolana • Centrale Unica di Committenza <p>Si segnala, inoltre, che il Comune di San Vitaliano ha già concesso il suo Patrocinio Morale alle due precedenti edizioni de “Alla Corte del Gusto”. In ambito privato i suddetti comuni collaborano con locali associazioni al fine di valorizzare i beni culturali ivi presenti e allo scopo di convogliare flussi di visitatori in tutta l’area. Tra le varie attività avviate si segnalano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • visite guidate • percorsi eno-gastronomici • raccolte fondi • momenti culturali <p>Infine, la realizzazione della terza edizione de “Alla Corte del Gusto” vede la partecipazione diretta e attiva di Pro Loco associazioni locali, volontari e cittadini che desiderino impegnarsi nella riproposizione di questo eccellente evento.</p>
5.2)	Elementi di	Al fine di rafforzare l’offerta turistica della presente proposta

	<p>rafforzamento dell'offerta e dei servizi dedicati ai fruitori dell'iniziativa</p>	<p>progettuale, in occasione di ogni evento saranno a disposizione dei visitatori i seguenti servizi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • visite guidate tenute da guide locali volontarie aventi ad oggetto i centri storici e i principali luoghi di interesse di ogni comune • banco info-point con distribuzione di materiale informativo sul progetto e sul territorio • cartine dell'area con indicazione dei principali luoghi di interesse <p>Inoltre, i laboratori dedicati ai bambini, fungeranno anche da ludoteca temporanea, consentendo alle famiglie di godere a pieno l'esperienza dell'evento.</p>
5.3)	<p>Economie di scopo generate nella gestione dei servizi e per la maggiore visibilità e fruibilità da parte dei visitatori e dei turisti</p>	<p>L'aggregazione dei comuni interessati dalla presente proposta progettuale avrà il positivo risultato di costituire un elemento di forte impatto dal punto di vista dell'immagine del territorio. E' indubbio che l'unione delle offerte turistiche di ogni singolo comune attorno ad un unico elemento inteso come forte attrattore turistico, nella fattispecie la produzione cerealicola, comporterà una maggiore visibilità per le singole iniziative e per i comuni in cui esse si svolgono, grazie soprattutto ad un piano di comunicazione dedicato avente lo scopo di presentare ai target di riferimento tutte le iniziative come facenti parte di un unico programma integrato. I banchi info-point, inoltre, fungeranno da punto informativo, non solo per la manifestazione durante la quale verranno allestiti, ma per tutte le iniziative ricadenti nel programma della presente proposta progettuale. Ogni evento avrà quindi la funzione di promuovere quello successivo e così via, integrando l'attività di promozione svolto dal piano di comunicazione dedicato.</p>
6)	<p>Palinsesto e programma dettagliato</p>	<p>Scisciano Venerdì 21 ottobre 2016 Ore 18,00: Visite guidate Ore 21,00: Spettacolo teatrale Sabato 22 ottobre 2016 Ore 18,00: Visite guidate Ore 21,00 Spettacolo teatrale Domenica 23 ottobre 2016 Ore 18,00: Visite guidate Ore 21,00: Spettacolo teatrale</p> <p>San Vitaliano Sabato 12 novembre 2016 Ore 10,30: Il Sud che vince Ore 18,00: Visite guidate</p> <p>Marigliano Giovedì 8 dicembre 2016 Ore 10,30: Apertura "Mercatino delle eccellenze"</p>

		<p>Ore 11,00: Inaugurazione Mostra d'arte "La scoperta della Campania. Luoghi e forme dell'eccellenza" Ore 12,00: Laboratorio per bambini Ore 13,00: Chiusura "Mercatino delle eccellenze" Ore 18,00: Apertura "Mercatino delle eccellenze" Ore 19,00: Visite guidate Ore 21,00: Serata di gala assegnazione Premio "Terre di Campania"</p> <p>Venerdì 9 dicembre 2016 Ore 10,30: Apertura "Mercatino delle eccellenze" Ore 11,00: Apertura Mostra d'arte "La scoperta della Campania. Luoghi e forme dell'eccellenza" Ore 12,00: Laboratorio per bambini Ore 13,00: Chiusura "Mercatino delle eccellenze" Ore 18,00: Apertura "Mercatino delle eccellenze" Ore 19,00: Visite guidate Ore 20,00: Apertura "Piazze del gusto" con laboratorio di degustazione guidata Ore 21,00: Spettacolo musicale</p> <p>Sabato 10 dicembre 2016 Ore 10,30: Apertura "Mercatino delle eccellenze" Ore 11,00: Apertura Mostra d'arte "La scoperta della Campania. Luoghi e forme dell'eccellenza" Ore 11,30: Incontro-dibattito "Il Sud che Vince" Ore 13,00: Chiusura "Mercatino delle eccellenze" Ore 18,00: Apertura "Mercatino delle eccellenze" Ore 19,00: Visite guidate Ore 20,00: Apertura "Piazze del gusto" con laboratorio di degustazione guidata Ore 21,00: Spettacolo musicale</p> <p>Domenica 11 dicembre 2016 Ore 10,30: Apertura "Mercatino delle eccellenze" Ore 11,00: Apertura Mostra d'arte "La scoperta della Campania. Luoghi e forme dell'eccellenza" Ore 12,00: Laboratorio per bambini Ore 13,00: Chiusura "Mercatino delle eccellenze" Ore 18,00: Apertura "Mercatino delle eccellenze" Ore 19,00: Visite guidate Ore 20,00: Apertura "Piazze del gusto" con laboratorio di degustazione guidata Ore 21,00: Spettacolo musicale</p> <p>Marigliano – iniziative collaterali Eventi vari dal 12 al 28 dicembre 2016</p>
7)	Cast artistico	<p>Esperto relatore per laboratori di degustazione guidata</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carlo Stasi, esperto eno-gastronomo <p>Spettacoli musicali evento Marigliano</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Giovanni Block, cantautore • La Maschera, gruppo folk napoletano • Aleksander Gashi, pianista di fama mondiale • Scuola di Tarantella Montemaranese <p>Rassegna Teatrale Scisciano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compagnia Teatrale “La Carrozza d’Oro” • Compagnia Teatrale “GAD Radici” • Compagnia Teatrale “Incontri” <p>Incontri il Sud che vince</p> <ul style="list-style-type: none"> • Giuseppe Maddaloni, Oro Olimpico nel Judo • Claudio Gubitosi, Ideatore del Giffoni Film Festival 																														
8)	<p align="center">Direttore Artistico/Curatore scientifico</p>	<p>Quale Direttore Artistico/Curatore Scientifico dell’intera manifestazione i comuni interessati dalla presente proposta progettuale hanno scelto di indicare il Dott.re Simone Pasquale Ottaiano, già direttore artistico delle due passate edizioni, vista la sua comprovata esperienza nella realizzazione concreta di progetti e azioni volte all’incremento del turismo nelle aree interne e metropolitane della regione Campania, nonché i notevoli risultati conseguiti nelle due precedenti edizioni. (si veda curriculum allegato).</p>																														
9)	<p>Cronoprogramma dell’idea progettuale</p>	<p>Le iniziative previste dal progetto “Alla Corte del Gusto” si terranno nel periodo compreso tra giugno 2016 e gennaio 2017 secondo quanto previsto dalla <i>LINEA STRATEGICA 2.4 “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA” SEZIONE “INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE” PROGRAMMA “GIUGNO 2016 – GENNAIO 2017”</i>.</p> <table border="1" data-bbox="564 1496 1353 2054"> <thead> <tr> <th>Attività/fasi</th> <th>Data inizio</th> <th>Data fine</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AFFIDAMENTO SERVIZIO</td> <td>01/09/2016</td> <td>30/09/2016</td> </tr> <tr> <td>Attività a - Organizzazione e servizi di supporto</td> <td>01/10/2016</td> <td>15/10/2016</td> </tr> <tr> <td>Attività b – Organizzazione e realizzazione eventi</td> <td>15/10/2016</td> <td>20/12/2016</td> </tr> <tr> <td> Evento Scisciano</td> <td>15/10/2016</td> <td>23/10/2016</td> </tr> <tr> <td> Evento San Vitaliano</td> <td>01/11/2016</td> <td>12/11/2016</td> </tr> <tr> <td> Evento Marigliano</td> <td>20/11/2016</td> <td>11/12/2016</td> </tr> <tr> <td> Attività collaterali Marigliano</td> <td>12/12/2016</td> <td>28/12/2016</td> </tr> <tr> <td>Attività c - Comunicazione e promozione evento</td> <td>15/10/2016</td> <td>30/12/2016</td> </tr> <tr> <td>CHIUSURA LAVORI E</td> <td>03/01/2017</td> <td>20/01/2017</td> </tr> </tbody> </table>	Attività/fasi	Data inizio	Data fine	AFFIDAMENTO SERVIZIO	01/09/2016	30/09/2016	Attività a - Organizzazione e servizi di supporto	01/10/2016	15/10/2016	Attività b – Organizzazione e realizzazione eventi	15/10/2016	20/12/2016	Evento Scisciano	15/10/2016	23/10/2016	Evento San Vitaliano	01/11/2016	12/11/2016	Evento Marigliano	20/11/2016	11/12/2016	Attività collaterali Marigliano	12/12/2016	28/12/2016	Attività c - Comunicazione e promozione evento	15/10/2016	30/12/2016	CHIUSURA LAVORI E	03/01/2017	20/01/2017
Attività/fasi	Data inizio	Data fine																														
AFFIDAMENTO SERVIZIO	01/09/2016	30/09/2016																														
Attività a - Organizzazione e servizi di supporto	01/10/2016	15/10/2016																														
Attività b – Organizzazione e realizzazione eventi	15/10/2016	20/12/2016																														
Evento Scisciano	15/10/2016	23/10/2016																														
Evento San Vitaliano	01/11/2016	12/11/2016																														
Evento Marigliano	20/11/2016	11/12/2016																														
Attività collaterali Marigliano	12/12/2016	28/12/2016																														
Attività c - Comunicazione e promozione evento	15/10/2016	30/12/2016																														
CHIUSURA LAVORI E	03/01/2017	20/01/2017																														

		RENDICONTAZIONE		
10)	Piano di comunicazione dell'evento	<p>Il piano di comunicazione studiato per la pubblicizzazione dell'evento, rappresenta un fattore essenziale sia per la perfetta riuscita dello stesso sia perché favorisce una capillare azione informativa delle svariate forme di eccellenza presenti in regione Campania. di informazione e pubblicizzazione sarà il punto di forza dell'evento al quale si darà vita con un progetto di comunicazione ed informazione suddiviso in due macro attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fornire informazioni e stimoli ad opinion leaders e stakeholder al fine di renderli promotori dell'eccellenza campana nella sua globalità; • fornire ai target e ai mercati di riferimento nuovi stimoli atti a stimolare la domanda di prodotti gastronomici campani <p>Nel contempo si provvederà alla creazione di una veste grafica dedicata all'evento e del relativo sito web. E' necessario che le attività di comunicazione facciano riferimento ad una progettualità complessiva per dare continuità ad azioni che risultino tra loro integrate. L'obiettivo è quello di comunicare la storia, le qualità e l'eccellenza dei vini campani e delle aziende produttrici. Il piano di comunicazione dedicato all'evento si articola in diverse azioni integrate e complementari tra loro sia above the line sia below the line, capaci di utilizzare tanto i vecchi quanto i nuovi media. L'obiettivo del piano di comunicazione, rivolto ai diversi target individuati per l'intervento, è quello di creare e diffondere l'immagine dell'evento su scala provinciale, regionale e nazionale. Punto cardine del piano di comunicazione è la creazione di un sito web dedicato all'evento e l'avvio di attività volte a veicolare la sua diffusione su internet, nello specifico: attività sui social network (facebook, twitter, You Tube) e attività di Digital PR. L'evento sarà presente, inoltre, integralmente in rete grazie alla segnalazione su siti tematici, blog e forum. Utilizzando la rete internet il target sarà raggiunto anche grazie ad una campagna di newsletter su scala nazionale. E' prevista anche l'implementazione di attività di Ufficio Stampa incentrata sulla creazione e diffusione di notizie relative l'evento a testate giornalistiche on-line e cartacee a livello locale, regionale e nazionale, ad emittenti televisive e radiofoniche. L'evento sarà presentato alla stampa grazie ad un evento ad essa dedicato. L'utilizzo di mezzi classici di comunicazione, quali affissioni, volantini e annunci stampa garantirà, infine, un'ampia diffusione all'evento. In particolare gli strumenti utilizzati per l'attività di comunicazione si riassumono:</p> <p>Progettazione grafica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Progettazione del logo e dell'immagine coordinata dell'evento e sua applicazione sugli stampati <p>Attività web</p>		

		<ul style="list-style-type: none"> • Realizzazione sito web dedicato in versione bilingue (italiano e inglese) • Personalizzazione e gestione profili e pagine facebook, twitter, you tube. • Segnalazione dell'evento su siti, portali tematici, blog e forum. • Campagna di newslettering a livello nazionale. <p>Conferenza Stampa di Presentazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizzazione di inviti, cartella stampa e distribuzione materiale informativo • Degustazione finale con prodotti tipici <p>Attività di Ufficio Stampa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redazione invio di Comunicati Stampa prima, durante e dopo l'evento • Contatti con testate giornalistiche, emittenti televisive e radiofoniche • Attività di pubbliche relazioni <p>Realizzazione materiali di comunicazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manifesti 70X100 n°100 riportanti il calendario complessivo della manifestazione • Manifesti 70X100 n°150 dedicati a ciascun evento (n°50 cad.) • Manifesti 70X100 n°50 dedicati alle iniziative collaterali • Servizio di affissione su scala regionale per n°100 manifesti • Locandine A3 n° 300 dedicate ai singoli eventi (n°100 cad.) • Flyer n°6.000 dedicati ai singoli eventi (n°2000 cad.) • Ideazione, realizzazione e stampa num. 2000 brochure, con allegata cartina, dedicate alla promozione dell'evento e alla conoscenza del territorio dei comuni di Marigliano, San Vitaliano e Scisciano <p>Piano media</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquisto di n°2 banner su testate quotidiane on-line regionali • Acquisto di n°4 annunci stampa su n°2 quotidiani a tiratura regionale per ogni singolo evento (totale n°8 annunci) • Acquisto di n°1 redazionali su n°1 quotidiano a tiratura regionale <p>Servizio fotografico a documentazione dell'evento La spesa complessiva per il suddetto piano di comunicazione è di: €7.000,00.</p>
--	--	---

ANALISI DELLA DOMANDA

C	
---	--

<p>1)</p>	<p>Capacità dell'evento di attrarre flussi di visitatori/turisti</p>	<p>Il presente intervento si inserisce nel solco di una tendenza sempre più marcata nella società contemporanea: lo <i>slowliving</i> e la <i>domanda di autenticità</i>, che riflette un trend in contrapposizione al mainstream che ha caratterizzato, con così tanta visibilità, i mercati negli ultimi decenni, vale a dire la ricerca della velocizzazione, della rapidità, del just in time, dell'efficienza. Questa tendenza si esprime con l'esigenza di un rallentamento del tempo, con la presa di distanza dalla iperstimolazione e dalla concitazione sociale. Significa ricercare e apprezzare la pausa e il silenzio, uno straordinario momento della vita che, nell'epoca precedente la postmodernità, veniva ridotto a tempo morto e suscitava una sorta di <i>horror vacui</i>. Significa riscoprire e riassaporare tanti momenti e piaceri della vita che la fretta e la concitazione sociale avevano relegato ai margini della vita. E' quasi come se una filosofia slow scandisse i nuovi tempi del consumo postmoderno. Lo slow food, rappresentato più che mai dai prodotti tipici agroalimentari, legati a metodi di produzione spesso lenti e meticolosi e ad un consumo molto rilassato, che avviene magari in occasione di particolari ricorrenze, è la punta dell'iceberg di questa diffusa richiesta di <i>slowliving</i>. Lo slow food incontra un clamoroso successo e rende culturalmente obsolete le insegne del fast food made in USA, si riscopre il piacere della trattoria, dell'agriturismo in campagna, delle antiche ricette sia pur rivisitate, dello stare a tavola. Tutti elementi che concorrono a favorire l'apprezzamento dei prodotti tipici, tanto più ricercati perché capaci di rispondere ad un altro trend dei consumi che sta imprevedibilmente sviluppandosi: <i>la richiesta di autenticità</i>. Imprevedibilmente perché, nella società postmoderna, dove regnano la finzione e la simulazione, dove quindi la iper-realtà è più attraente e credibile della realtà stessa, l'autenticità appariva davvero estranea. Ma la postmodernità è anche l'epoca della contraddizione, del sincretismo e dell'ossimoro e quindi non deve stupire il sussistere contemporaneo di atteggiamenti contrastanti. L'autenticità riveste molte possibili connotazioni, prime fra tutte il disinteresse e il rifiuto per le falsificazioni, per prodotti clonati o taroccati. Una presa di distanza che discende non solo da considerazioni legate alla qualità o all'illegalità, ma soprattutto etiche: il desiderio di essere veramente sé stessi, di potersi esprimere, anche nei consumi, privilegiando scelte di prodotti coerenti con quei valori di autenticità a cui si cerca di ispirarsi. Al giorno d'oggi nulla è più autentico del prodotto tipico, che con la sua lavorazione artigianale presenta imperfezioni e peculiarità che lo rendono unico; è inoltre il veicolo attraverso cui esprimere la propria appartenenza o legame ad un territorio, un modo vero, autentico con cui affermarsi e distinguersi. Questo complesso universo valoriale può essere opportunamente valorizzato nell'ambito del progetto "alla Corte del Gusto", offrendo ai nuovi target</p>
-----------	---	---

		<p>portatori della tendenza sopra espressa, un contenuto valido in un contesto territoriale nuovo che, attraverso questo intervento, ha la possibilità di aprirsi ad una domanda turistica di eccellenza.</p>
<p>2)</p>	<p>Tipologia dei destinatari</p>	<p>Dall'analisi incrociata della domanda e dell'offerta turistica dell'area in esame e alla luce dell'intervento prospettato, emerge l'individuazione di alcune particolari tipologie di riferimento del visitatore-turista potenzialmente interessato alla fruizione del suddetto territorio e della sua offerta, di cui l'evento oggetto del presente intervento andrà a costituire parte integrante. La definizione dei target potenzialmente interessanti alla fruizione del territorio, anche e soprattutto attraverso l'evento oggetto del presente intervento, tiene conto dell'attuale evoluzione dei trend in ambito turistico, che possono essere così riassunti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • incremento del turismo di prossimità • frammentazione del periodo vacanziero • incremento del turismo eno-gastronomico • nascita del desiderio di slowliving e della domanda di autenticità <p>Alla luce di quanto sinora esposto si riscontra, nell'ambito del territorio preso in esame la presenza di tutti quegli elementi che rientrano nei trend sopra indicati. Si conclude, pertanto, che i comuni oggetto del presente intervento ben si prestano ad accogliere i contemporanei flussi turistici, candidandosi a divenire una meta turistica complementare a quelle già più note. L'analisi del target ha condotto alla individuazione delle seguenti tipologie di visitatore-turista, così dettagliate:</p> <p>Target n. 1 – Enoturisti e gastronomi E' un target di riferimento di recente sviluppo ed è costituito da tutti coloro che si sono avvicinati o si stanno avvicinando al vino ed agli altri prodotti tipici per hobby, passione, gusto (ed anche per tendenza), sono disposti a sostenere alcune ore di viaggio per entrare a contatto con prodotti, produttori, per partecipare a manifestazioni ed eventi in cui poter apprezzare, degustare ed acquistare piccoli "trofei" (prodotti tradizionali, di nicchia, espressioni dell'artigianato alimentare, ecc.), trascorrendo giornate o fine settimana all'insegna dell'eno-gastronomia. Per questo sono da considerare potenziali clienti dell'area, in quanto possono trascorrere una giornata diversa, a contatto con la natura e con la possibilità di acquistare/consumare prodotti tipici. L'interesse verso questa formula alternativa da parte di questo segmento è elevato ma spesso non sono informati sulle possibilità che hanno a loro disposizione. E' necessario considerare ed attrarre questa tipologia di potenziali clienti con una informazione mirata.</p> <p>Target n. 2 - Cultura-tradizioni E' un target costituito da turisti, sensibili alla cultura, attenti</p>

		<p>alle tradizioni locali. I bisogni specifici di tale target sono: conoscenza / approfondimento culturale, sperimentazione, relax e confort, garanzia qualità servizi informativi ed organizzativi. Gli elementi rilevanti di tale concept sono: la partecipazione a manifestazioni folkloristiche, culturali, sagre e mercatini, visite guidate a centri storici, musei storici e naturalistici, castelli, parchi naturali – partecipazione ad attività culturali. Prediligono alloggi confortevoli e di qualità e prodotti tipici, piatti tipici e attività sperimentali inerenti la cultura e la gastronomia locale.</p> <p>Target n. 3 - Eco-turisti E' un target costituito da turisti "eco-responsabili", sensibili ed attenti al tema dell'ambiente, amanti della vita all'aria aperta e della natura, da potenziali acquirenti di prodotti naturali, possibilmente coltivati con metodi biologici. E' un target attento all'evoluzione della società ed ai problemi di carattere ecologico. Pone attenzione alla qualità dell'alimentazione ed è alla ricerca di luoghi da "esplorare" e del contatto con la natura. Apprezza la ricerca di valori sicuri e certificati nel settore alimentare ed è disposto a pagare un prezzo più alto per prodotti tipici. L'evento oggetto dell'intervento può essere interessato, inoltre, dalla domanda proveniente dal turismo scolastico, nonché associativo e religioso. A tal fine target dell'intervento, ed in particolare dell'evento sono anche: Tour Operator, Agenzie di Viaggi, rappresentanti di CRAL e associazioni, Dirigenti Scolastici.</p>
3)	<p>Priorità dell'intervento per il territorio</p>	<p>La realizzazione del progetto "Alla corte del Gusti", permette di valorizzare non solo i beni storico-artistici e culturali del territorio ma soprattutto i giacimenti gastronomici di cui è ricca l'area: prodotti agroalimentari tradizionali riconosciuti dal MIPAAF e afferenti all'universo di valori proprio della Dieta Mediterranea. Inoltre, permette di creare quelle relazioni tra mondo dell'imprenditoria ed enti pubblici necessari allo sviluppo culturale e turistico del territorio, favorendo la partecipazione attiva della popolazione locale. L'evento, inoltre, amplia e integra azioni di cooperazione già messe in essere tra i comuni aderenti alla proposta progettuale.</p> <p>Pertanto le priorità dell'intervento per il territorio sono riassumibili nei seguenti punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • incentivazione di forme di cooperazione tra soggetti pubblici e privati al fine di rafforzare l'offerta turistica ed i relativi servizi; • valorizzazione di antiche varietà di grano riconosciute dal MIPAAF • integrazione dell'offerta di beni culturali: gastronomici ed etno-antropologici con le attrazioni turistiche del territorio; • valorizzazione del prodotto turistico locale attraverso

		<p>l'interazione tra attrattori culturali e turistici della Campania e sua proiezione sui mercati esteri</p> <ul style="list-style-type: none">• partecipazione attiva al programma regionale "Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura"
--	--	--

D	FATTIBILITÀ FINANZIARIA	
1)	Piano Finanziario dell'intervento <i>(da strutturare in "Uscite" ed "Entrate", da articolarsi, a loro volta, nelle singole voci di spesa e ne di entrata. (il quadro economico deve essere a pareggio)</i>	
1.1)	Uscite tot.	€ 44.271,36
A	Voci di spesa	Allestimento Piazza del Gusto € 2.400,00 Allestimento "mercatino delle eccellenze" € 2.800,00 Organizzazione incontro "il Sud che vince" € 600,00 Organizzazione laboratori per bambini € 900,00 Organizzazione premio "Terre di Campania" € 1.500,00 Allestimento mostra d'arte "La scoperta della Campania. Luoghi e forme dell'eccellenza" € 1.200,00 Spettacoli musicali € 2.200,00 Visite guidate € 400,00 Organizzazione incontro "il Sud che vince" (San Vitaliano) € 600,00 Organizzazione Rassegna teatrale "Il Gusto del teatro" (Scisciano) € 2.000,00 Attività collaterali (Marigliano) € 10.000,00 Direzione Artistica € 800,00 Piano di comunicazione € 7.000,00 Totale servizi e forniture € 32.400,00 IVA 22% € 7.128,00 Spese generali (progettazione, direzione, collaudo) max 12% €3.888,00 IVA 22% su spese generali 22% €855,36
1.2)	Entrate tot.	€ 44.271,36
A	Finanziamento richiesto alla Regione	€ 39.771,36
B	Eventuale diretta partecipazione finanziaria del Comune proponente	€ 4.500,00
C	Eventuali contributi e/o finanziamenti da parte di Enti Pubblici	--
D	Ogni altra eventuale entrata (bigliettazione, sponsorizzazioni, merchandising, ecc...)	--
2)	Analisi finanziaria	<i>Il progetto non è generatore di entrate. Tutte le entrate derivanti da biglietti merchandising, ecc. sono imputate alla copertura delle spese dell'evento.</i>

	dell'evento																			
E	RISULTATI ATTESI																			
1)	Stima dei flussi turistici movimentabili	<p>A seguito della realizzazione del progetto si prevede un numero di partecipanti complessive per l'intera durata dell'evento di circa 45.000 unità (circa 15.000 per manifestazione). Tale dato non tiene presente dei visitatori domestici che si recheranno nell'area in esame in occasione degli eventi e che pernoveranno. Il picco di visitatori è previsto in occasione dell'evento che si terrà presso il Comune di Marigliano. I risultati attesi possono essere sintetizzati, come segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ intercettazione di flussi turistici del Vesuvio, degli scavi di Ercolano e Pompei; ➤ ottimizzazione delle risorse turistiche del territorio Vesuviano; ➤ destagionalizzazione dei flussi in collaborazione con i operatori privati; ➤ innalzamento degli standard lavorativi locali grazie e procedimenti al soddisfacimento della domanda straniera innovative. <p>Il numero di partecipanti all'evento sarà certificato mediante apposito modulo di registrazione presso l'info point dedicato. Il numero di pernottamenti sarà certificato dai guest book delle locali strutture ricettive.</p>																		
2)	Stima della durata della permanenza dei flussi turistici movimentabili	<p>Il progetto prevede una permanenza media di 2gg ad arrivo per ogni partecipante alla manifestazione. Il dato stimato tiene conto delle movimentazioni estive del territorio escursionistico e di prossimità. Tale dato sarà certificato mediante apposito modulo di registrazione presso l'info point dedicato e mediante analisi dei guest book delle locali strutture ricettive.</p>																		
3)	Metodologie di rilevazione del grado di soddisfazione dei turisti	<p>Il grado di soddisfazione dei visitatori/turisti sarà rilevato attraverso un'indagine mirata che costituirà la base per successive elaborazioni, sia di carattere economico relativo alla spesa turistica sia di carattere comportamentale, motivazionale e di soddisfazione dell'utenza.</p> <p>Tale indagine, sarà realizzata attraverso interviste ad opinion leaders da parte di rilevatori esperti e attraverso l'autocompilazione di questionari appositamente predisposti. Il metodo consente di raccogliere informazioni su un campione casuale di visitatori, che visiterà i luoghi dell'evento e/o soggiornerà nell'area delle del territorio dei comuni coinvolti durante la realizzazione degli eventi.</p> <p>Di seguito si riporta un esempio di questionario:</p> <p>1. Come è venuto a conoscenza dell'Evento?</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Articoli su giornali</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Materiale promozionale cartaceo</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Sito web della Manifestazione</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Amici e conoscenti</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Altro (<i>specificare</i>)</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>_____</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>2. Con chi è venuto a seguire l'evento?</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Da solo</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Con il partner/coniuge</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Con i figli</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Articoli su giornali	<input type="checkbox"/>	Materiale promozionale cartaceo	<input type="checkbox"/>	Sito web della Manifestazione	<input type="checkbox"/>	Amici e conoscenti	<input type="checkbox"/>	Altro (<i>specificare</i>)	<input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/>	Da solo	<input type="checkbox"/>	Con il partner/coniuge	<input type="checkbox"/>	Con i figli	<input type="checkbox"/>
Articoli su giornali	<input type="checkbox"/>																			
Materiale promozionale cartaceo	<input type="checkbox"/>																			
Sito web della Manifestazione	<input type="checkbox"/>																			
Amici e conoscenti	<input type="checkbox"/>																			
Altro (<i>specificare</i>)	<input type="checkbox"/>																			
_____	<input type="checkbox"/>																			
Da solo	<input type="checkbox"/>																			
Con il partner/coniuge	<input type="checkbox"/>																			
Con i figli	<input type="checkbox"/>																			

Con i parenti	<input type="checkbox"/>
Con un gruppo organizzato	<input type="checkbox"/>
Con amici e conoscenti	<input type="checkbox"/>

3. Quanto tempo è durato l'evento?

Meno di 30 minuti	<input type="checkbox"/>
30 minuti - 1 ora	<input type="checkbox"/>
1 ora - 2 ore	<input type="checkbox"/>
Più di 2 ore	<input type="checkbox"/>

4. Per quale motivo ha scelto di seguire l'evento?

Interesse specifico per il tema trattato	<input type="checkbox"/>
Interesse professionale / studio	<input type="checkbox"/>
Come parte di una visita turistica	<input type="checkbox"/>
Per accompagnare amici/conoscenti	<input type="checkbox"/>
Altro (<i>specificare</i>)	<input type="checkbox"/>

5. In generale è soddisfatto dell'evento?

Molto	<input type="checkbox"/>
Abbastanza	<input type="checkbox"/>
Poco	<input type="checkbox"/>
Niente	<input type="checkbox"/>

6. Dell'evento ha apprezzato

	Molto	Abbastanza	Poco	Niente
Allestimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apparati informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Filmati	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Confort delle sale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evento nel suo complesso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Valutazione sul personale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. L'allestimento dell'evento è stato di suo gradimento?

Molto	<input type="checkbox"/>
Abbastanza	<input type="checkbox"/>
Poco	<input type="checkbox"/>
Niente	<input type="checkbox"/>

8. Al termine dell'evento pensa che le sue conoscenze si siano arricchite ulteriormente?

Ho appreso delle informazioni che prima non conoscevo	<input type="checkbox"/>
Non mi sembra di aver aggiunto ulteriori conoscenze al mio bagaglio culturale	<input type="checkbox"/>
Ho migliorato la mia conoscenza su eventi che conoscevo, ma non così bene	<input type="checkbox"/>
Mi sono nate delle curiosità che intendo approfondire	<input type="checkbox"/>

9. Di solito partecipa ad eventi a vocazione turistica?

In tutto l'arco dell'anno	<input type="checkbox"/>
Solo durante le vacanze	<input type="checkbox"/>

10. Ha pernottato in strutture presenti sul territorio dei comuni coinvolti nell'iniziativa?

Sì	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Indicare n° di giorni di permanenza.....

IL PROFILO DEL VISITATORE

1. Sesso

Uomo	<input type="checkbox"/>
Donna	<input type="checkbox"/>

2. Età

18-25 anni	<input type="checkbox"/>
26-35 anni	<input type="checkbox"/>
36-50 anni	<input type="checkbox"/>
> 50 anni	<input type="checkbox"/>

3. Residenza

Napoli	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------

Provincia di Napoli	<input type="checkbox"/>
Campania	<input type="checkbox"/>
Italia	<input type="checkbox"/>
Eestero	<input type="checkbox"/>

4. Titolo di studio

Laurea	<input type="checkbox"/>
Diploma Medie Superiori	<input type="checkbox"/>
Diploma Scuola Professionale	<input type="checkbox"/>
Licenza Media	<input type="checkbox"/>
Licenza Elementare	<input type="checkbox"/>

5. Professione

Imprenditore	<input type="checkbox"/>
Dirigente	<input type="checkbox"/>
Libero professionista	<input type="checkbox"/>
Insegnante	<input type="checkbox"/>
Impiegato	<input type="checkbox"/>
Commerciante	<input type="checkbox"/>
Artigiano	<input type="checkbox"/>
Operaio	<input type="checkbox"/>
Studente	<input type="checkbox"/>
Pensionato	<input type="checkbox"/>
Casalinga	<input type="checkbox"/>
Disoccupato	<input type="checkbox"/>
Altro (<i>specificare</i>)	<input type="checkbox"/>

RISERVATO AI NON RESIDENTI IN CAMPANIA

1. Per quale motivo ha deciso di visitare Marigliano?

Interesse specifico per la città	<input type="checkbox"/>
Transito verso altra destinazione	<input type="checkbox"/>
Visita a parenti e amici	<input type="checkbox"/>
Come parte di un itinerario turistico più ampio	<input type="checkbox"/>
Studio/lavoro	<input type="checkbox"/>
Interesse specifico per l'evento	<input type="checkbox"/>
Altro (<i>specificare</i>)	<input type="checkbox"/>

F	IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI	
1)	<p>Quantificazione e stima degli impatti attesi</p>	<p>Dopo il successo della due precedenti edizioni, nel corso delle quali i laboratori di degustazione, la cena di solidarietà e tutte le altre attività organizzate hanno registrato un overbooking di presenze e un altissimo gradimento da parte dei partecipanti, si attende, grazie all'ampliamento del programma, un incremento della partecipazione. Ciò si tradurrà in un aumento del bacino di visibilità disponibile per tutte le aziende partecipanti e per tutti gli attori coinvolti. Tale incremento sarà dato, inoltre, anche dall'estensione del progetto ai comuni di San Vitaliano e di Scisciano, nell'ottica di favorire il coinvolgimento attivo dell'intero territorio dei comuni circostanti il Castello-Palazzo Ducale di Marigliano, fulcro dell'evento. Un positivo riscontro, in termini di immagine e di flussi di visitatori, è previsto per i territori oggetto dell'intervento nella loro globalità, nonché per i beni valorizzati. L'evento avrà quindi senz'altro positive ricadute socio-economiche sul tessuto urbano. Dal punto di vista culturale, la partecipazione di scuole e associazioni, che saranno tutte invitate a condividere l'iniziativa, aprirà finestre di dialogo costruttivo con i giovani del territorio, ai quali sarà offerta l'opportunità di collaborare attivamente alla preparazione della presente e delle prossime edizioni dell'evento. L'evento favorisce, infatti, non solo la movimentazione delle persone che saranno coinvolte direttamente nell'atmosfera che il prodotto (o, in questo caso, il territorio) intende comunicare, ma anche la presa di coscienza da parte del tessuto imprenditoriale e della popolazione locale e delle potenzialità della propria terra. Dal punto di vista economico, l'intervento proposto, ha effetti diretti sull'occupazione nella misura in cui andrà ad incrementare la presenza del turismo nell'area, traducendosi in opportunità di lavoro per le imprese operanti nel settore ristorazione e ricettività, ma anche per commercianti e bar. La maggiore visibilità dell'area suscitata dalle azioni poste in essere dalla presente proposta progettuale può essere stimolo, inoltre, alla nascita di rapporti commerciali tra imprese locali e tour operator e/o agenzie di viaggi, interessate, in occasione di specifici eventi, a far vivere al visitatore/turista un'esperienza diversa in ambito urbano. Si prevede inoltre un effetto diretto nell'attivazione di occupazione legata all'erogazione di servizi previsti nelle varie azioni del progetto. Gli effetti indiretti sull'occupazione sono quelli relativi alle attività coinvolte nei programmi di promozione e sviluppo (enogastronomia, turismo culturale, turismo religioso, artigianato locale, servizi di supporto). Il progetto attiverà un impatto anche sulle pari opportunità, poiché le attività di supporto e di servizio previste (comunicazione, promozione, organizzazione eventi,</p>

		<p>animazione, ecc.) si prevede che coinvolgeranno direttamente donne, anche con titoli di studio elevati ed al contempo con qualifiche “deboli”, che sono le categorie che maggiormente risentono in maniera negativa delle asimmetrie sul mercato del lavoro. Gli impatti sul comparto delle Tecnologie Informatiche e Telematica – IC&T – previste nel presente progetto sono molto rilevanti. Infatti, gran parte delle attività promozionale prevede un uso estensivo di tali tecnologie, con particolare riferimento alla rete web, attraverso cui si intende comunicare efficacemente e penetrare in aree e mercati situati a distanze altrimenti proibitive. In particolare, l’attività di promozione del progetto di utilizzerà in maniera molto diffusa le tecnologie informatiche, attraverso l’utilizzo di siti web e tecnologie basate su Internet per dare la massima diffusione alle iniziative previste e per far conoscere meglio all’esterno le attività del progetto stesso. Utilizzando le opportunità offerte dalle rete anche aree geografiche collocate al di fuori dei tradizionali itinerari turistici campani, possono avere occasioni di visibilità che, se opportunamente incanalata attraverso efficaci iniziative di animazione territoriali, quali quelle espresse dalla presente proposta progettuale, possono tradursi in volano per il rilancio dell’economia e dell’occupazione. In sintesi i benefici della presente proposta progettuale possono essere così riassunti:</p> <ul style="list-style-type: none">• sviluppo dell’attività eno-gastronomica;• miglioramento dell’offerta culturale ai cittadini ed ai turisti;• miglioramento delle funzioni attrazione e valorizzazione del patrimonio culturale e della cultura materiale;• sviluppo della ricerca storica del territorio;• rilancio del territorio in chiave turistica mediante una proposta diversificata e contemporanea;• razionalizzazione dell’organizzazione culturale territoriale;• ricaduta economica sul territorio;• creazione di reti locali tra operatori turisti e culturali.
--	--	--