



Città di Marigliano

(Provincia di Napoli)

COPIA DI DELIBERAZIONE DI GIUNTA COMUNALE

xiv. 95 del 15.06.2017

OGGETTO: Progetto “Alla Corte del Gusto” – Deliberazione n.182 del 04.04.2017- programma operativo complementare (POC) 2014-2020. Line strategica “Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura”- “Iniziativa promozionali sul territorio regionale”. **ESEGUIBILE.**

L'anno 2017 il giorno quindici del mese di giugno alle ore 19.15 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 | |
| LA GALA ANIELLO | X | |
| NAPOLITANO GIUSEPPE | X | |
| PERNA VERONICA | 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 dell'Assessore alla Cultura;

Vista la proposta di delibera;

Visti i pareri resi ai sensi dell'art. 49 del TUEL 267/2000, 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 Carpino

IL SEGRETARIO GENERALE

F.TO dott. ssa Enza Fontana

Per copia conforme all'originale

Marigliano 19.06.2017

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 19.06.2017 come prescritto dall'art.124, comma 1, T.U. n.267/2000 (N. REG. PUBBLICAZ.)
- 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, 19.06.2017 _____

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 II

OGGETTO: Progetto "Alla Corte del Gusto" - Deliberazione n.182 del 04.04.2017- programma operativo complementare (POC) 2014-2020. Line strategica "Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura"- "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

Parere in ordine alla regolarità contabile:

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 finanziario
Dott. Pier Paolo Mancaniello

**Oggetto: Progetto "Alla Corte del Gusto" - Deliberazione n.182 del 04/04/2017
- PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA
STRATEGICA "RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E
CULTURA" - "INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE"**

L'Assessore alla Cultura

Premesso che

a. 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 e 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.

b. Il Programma Operativo Complementare (POC) 2014-2020 indica gli obiettivi strategici che la Regione intende perseguire per la crescita e lo sviluppo i quali sono tesi, tra l'altro, anche ad incidere sui fattori di contesto per rafforzare la competitività del sistema regionale, consentendo agli attori locali di sfruttare appieno i vantaggi competitivi territoriali.

c. L'elaborazione di un programma regionale di eventi promozionali, suddiviso per linee di azioni, in grado di convogliare, nel periodo di svolgimento delle manifestazioni, flussi turistici mirati, costituisce uno strumento fondamentale per realizzare efficaci azioni di marketing finalizzate al riposizionamento del "prodotto Campania" sul mercato nazionale ed estero nonché un fattore di sviluppo locale e di crescita, con ricadute sui territori anche in termini di apprezzamento dell'appartenenza.

d. Gli eventi costituiscono per i sistemi territoriali un veicolo di valorizzazione e promozione e uno degli strumenti di marketing territoriale innovativo, tenuto conto dei nuovi modelli di consumo turistico che impongono la costruzione di un nuovo tipo di attrattività turistica fondata sull'esperienza di "luoghi", di "valori", di "patrimoni" specifici e non globalizzati.

e. Con Deliberazione n.182 del 04/04/2017, la Giunta Regionale della Campania ha inteso avviare la definizione, per il periodo "giugno 2017 – maggio 2018", di un unitario programma di interventi ai fini dello sviluppo turistico, demandando, tra l'altro, alla Direzione Generale per le Politiche Culturali e il Turismo, struttura incaricata dell'attuazione della linea strategica 2.4 del POC 2014-2020 "Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura", di emanare il relativo Avviso Pubblico di selezione.

f. secondo quanto disposto dalla DGRC n. 182/2017, il suddetto avviso ha per oggetto la procedura selettiva di proposte progettuali (mostre, spettacoli, eventi sportivi, festival, ecc....) per la costruzione di un unitario programma regionale, da realizzarsi sul territorio regionale nel periodo "giugno 2017 – maggio 2018", articolato nelle specifiche Azioni: "Eventi di rilevanza nazionale ed internazionale" (Azione 2); "Iniziative promozionali sul territorio regionale (Azione 3); "Eventi inseriti nel contesto di itinerari turistico-culturali" (Azione 4).

g. La dotazione finanziaria complessiva del POC 2014 - 2020 linea strategica 2.4 " Rigenerazione

urbana, politiche per il turismo e cultura " per il finanziamento del suddetto avviso, ammonta ad € 7.000.000,00 (settemilioni/00), così ripartiti:

- per l'Azione 2: "Eventi di rilevanza nazionale ed internazionale": € 2.000.000,00 (duemilioni/00);
- per l'Azione 3: "Iniziative promozionali sul territorio regionale": €3.400.000,00 (tremilioniquattrocentomila/00);
- per l'Azione 4: "Eventi inseriti nel: € 1.600.000,00 (unmilione seicentomila/00).

h. a partecipazione alla procedura selettiva è riservata unicamente ai Comuni NON CAPOLUOGO della Regione Campania e l'Azione 4 è riservata ad aggregazioni di almeno 5 Comuni A PENA DI ESCLUSIONE.

i. ciascun Comune può presentare e/o partecipare, esclusivamente, ad UN'UNICA PROPOSTA PROGETTUALE per l'intero programma (Azione 2, 3 e 4) sia in forma singola che associativa. In caso di presentazione di più progetti o di partecipazione in forma di partnership a più progetti, si darà luogo esclusivamente all'esame di merito della candidatura pervenuta per prima in base al criterio cronologico, considerando le ulteriori proposte progettuali, di cui il medesimo Comune è partner e/o capofila, INAMMISSIBILI.

l. in caso di forma associativa tra più Comuni, la stessa deve essere coerente con le attività previste dalla proposta progettuale e dovrà essere formalizzata mediante la sottoscrizione, da parte dei legali rappresentanti o loro delegati, di tutti i Comuni aderenti, di un Protocollo di Intesa ad hoc nel quale, tra l'altro, si individui l'Ente-Capofila che risulterà beneficiario dell'eventuale finanziamento, 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 15/06/2017 è stato sottoscritto tra i comuni di: Marigliano, Mariglianella, San Vitaliano e Scisciano, un Protocollo d'Intesa per la realizzazione della proposta progettuale **"Alla Corte del Gusto" - PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA STRATEGICA "RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA" - "INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE"** (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 "RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA" - "INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE"**

- la proposta progettuale **"Alla Corte del Gusto" - PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA STRATEGICA "RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA" - "INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE"** (allegato A del presente deliberato) redatta dall'Ufficio Tecnico del Comune di Marigliano rappresenta un'occasione per lo sviluppo economico e turistico dell'area ed in particolare persegue i seguenti obiettivi:

- 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;

- valorizzare le strutture e servizi turistici presenti nell'area interessata;
- Integrare gli aspetti sociali nell'offerta turistica evidenziando l'impatto sull'economia e sulla comunità locale

Visti:

- il D. Lgs. 267/2000 "Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali";
- il vigente Statuto Comunale;

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

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 "RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA" - "INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE"** (allegato B del presente deliberato); sottoscritto iltra i comuni di Marigliano, Mariglianella, San Vitaliano e Scisciano

- di approvare la proposta progettuale **"Alla Corte del Gusto"** (allegato A del presente deliberato) del costo complessivo di € **61.500,00** con il seguente Piano Finanziario:

| Voce d'entrata | Tipologia | Importo | |
|----------------|--|-------------------|----------------|
| | | (euro) | % |
| A | finanziamento richiesto alla Regione | €55.000,00 | 89,43% |
| B | diretta partecipazione finanziaria del Comune proponente | €6.500,00 | 10,57% |
| C | eventuali contributi e/o finanziamenti da parte di Enti Pubblici | -- | |
| D | ogni altra eventuale entrata (bigliettaz., sponsor., merchandising, ecc...) | - - | |
| TOTALE | | €61.500,00 | 100,00% |

- di impegnarsi ad adottare gli opportuni provvedimenti (variazioni di bilancio) nel momento in cui tale proposta progettuale dovesse trovare finanziamento e 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 alla Deliberazione n.182 del 04/04/2017 e del conseguente Avviso Pubblico

- di individuare l'Istruttore Direttivo Angeo Buonincontri quale Responsabile Unico del Procedimento relativo alla realizzazione del progetto **"Alla Corte del Gusto" - PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA STRATEGICA "RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA" - "INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE"**

L'Assessore Alla Cultura

Prof. La Gala Aniello

PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020

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

AZIONE 3 - "INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE"

DELIBERAZIONE DI GIUNTA REGIONALE N. 182 DEL 04/04/2017

PROGRAMMA "GIUGNO 2017 – MAGGIO 2018"

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 |
| | E-Mail e PEC | protocollo@pec.comunemarigliano.it |
| 3) | Legale Rappresentante | Sindaco Avv. Antonio Carpino |
| 4) | Responsabile Unico del Procedimento | <i>Istruttore Direttivo Angelo Buonincontri</i> |
| | Telefono | 0818858222 |
| | Fax | 0818858113 |
| | E-Mail e PEC | personale@pec.comunemarigliano.it |
| 5) | Edizioni precedenti della medesima (per identità di titolo ed oggetto) proposta progettuale): nr. 3 | L'evento "Alla Corte del Gusto", ideato dall'Associazione Culturale Terre di Campania e realizzato in collaborazione con essa, nelle precedenti edizioni (n°3 edizioni già svolte) si è sempre tenuto nel mese di dicembre in concomitanza del week-end dell'Immacolata. L'evento 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. Il programma si rivolge, infatti, a diverse fasce di pubblico, per tipologia ed età, e le singole azioni in esso previste hanno sempre registrato significative presenze. 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) ai territori dei comuni limitrofi, nell'ottica di favorire il |

| | | |
|-------------|---|---|
| | | coinvolgimento attivo dell'intera area dei comuni circostanti il Castello-Palazzo Ducale e il Centro Storico di Marigliano, fulcro dell'evento. Le iniziative organizzate presso i comuni circostanti e le attività collaterali organizzate in altri luoghi del Comune di Marigliano si sono concentrate sempre nel periodo di dicembre-gennaio. L'evento ha generato, dunque, un positivo riscontro in termini di immagine e di flussi di visitatori verso l'area interessata, con rimarchevoli ricadute socio-economiche nell'area, dovuto anche alla destagionalizzazione del flusso turistico che ha, nel periodo natalizio, presso l'area metropolitana in oggetto, una meta alternativa e complementare alle destinazioni consolidate in Regione Campania. 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> | <p>Comune di Mariglianella - Via Parrocchia, 48, 80030 - Mariglianella (NA) – Sindaco Felice Di Maiolo</p> <p>Comune di San Vitaliano - Piazza Leonardo da Vinci 1, 80030 – San Vitaliano (NA) - Sindaco Antonio Falcone</p> <p>Comune di Scisciano - Piazza XX Settembre, 80030 Scisciano NA – Sindaco Serpico Edoardo</p> |
| 6.2) | <i>Evidenza delle ragioni della partnership</i> | I Comuni di Marigliano, Mariglianella, San Vitaliano e Scisciano, hanno scelto di cooperare al fine di ampliare ed estendere i positivi risultati dell'evento "Alla Corte del Gusto" a tutta l'area dell'Agro-Nolano su cui essi insistono, anche in virtù dei buoni risultati ottenuti alla luce delle passate esperienze di collaborazione tra alcuni dei comuni ricadenti nella presente proposta progettuale. L'estensione del progetto ad altre aree limitrofe consente, inoltre, l'estensione temporale e spaziale dello stesso. 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. Si evidenzia, infine, che i comuni di Marigliano e Scisciano hanno già collaborato alla realizzazione della precedente edizione de "Alla Corte del Gusto". |
|--|---|

| B | DESCRIZIONE DELL'INIZIATIVA | |
|----|---|--|
| 1) | <p>Finalità ed obiettivi dell'iniziativa</p> | <p>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 <i>typikòs</i>, 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</p> |

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 rappresentati 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. Sapori, 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;**
- **Ampliare i risultati positivi ottenuti nelle passate edizioni anche ai comuni limitrofi;**

- **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 presenti nei comuni coinvolti;**
- **Presentare l'intero territorio come una meta turistica complementare a quelle "tradizionali" della nostra regione.**

Il progetto "Alla Corte del Gusto" estende, inoltre, la sua azione anche ai territori collocati al di fuori dell'Agro-Nolano, configurando Marigliano e gli altri comuni coinvolti, come vetrina per le produzioni e le tipicità di eccellenza della regione Campania. L'evento "Alla Corte del Gusto" intende portare, dunque, 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 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 articolato in diverse tappe, nel tempo e nello spazio, ricco di momenti di grande interesse rivolti a diverse fasce di pubblico.** Il progetto amplia, dunque, la sua azione al tema dell'eccellenza campana in generale, nei vari settori della cultura, delle tradizioni, delle arti e dei mestieri. Le azioni previste dal progetto "alla Corte del Gusto" mirano, 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. 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.

La realizzazione della presente proposta progettuale coinvolgerà l'intero territorio dei comuni interessati, con particolare riferimento a specifiche location simbolo del loro territorio, in cui saranno organizzate attività legate dal filo conduttore rappresentato dal tema del "gusto per l'eccellenza" e che includeranno anche manifestazioni dalla consolidata tradizione.

Le attività previste saranno articolate, pertanto, nelle seguenti macro-azioni:

MACRO AZIONE 1 – Comune di Marigliano, "Alla Corte del Gusto"

Evento principale dell'omonima rassegna dedicata al tema dell'eccellenza in regione Campania, agroalimentare e non. Tale macro azione include le seguenti

attività:

Allestimento e caratterizzazione location

- Caratterizzazione location mediante l'installazione di 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.
- Installazione palco dim. 4X4, noleggio service audio, luci, video

Allestimento Piazza del Gusto

- Allestimento n°5 laboratori di degustazione con n°2 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.

Allestimento "Percorso del gusto"

- 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. Gli stand ospiteranno aziende d'eccellenza operanti in vari ambiti del settore agro-alimentare che esporranno e offriranno assaggi dei loro prodotti. Si prevede la presenza di aziende espositrici di:
 - Cioccolato
 - Vino
 - Pane
 - Olio
 - Formaggio
 - Pomodoro
 - Salumi

Organizzazione incontro "il Sud che vince"

| | | |
|--|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Organizzazione laboratori per bambini</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione di n°3 laboratori per bambini dedicati alla conoscenza del cibo e delle sue proprietà. Il servizio comprende: compenso per animatori, acquisto materiali didattici per laboratorio, allestimento sala per laboratorio. <p>Organizzazione premio “Terre di Campania”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consegna del premio “Terre di Campania” a personalità eccellenti in vari campi della cultura e dell’arte. La consegna avverrà in vari momenti dell’evento. Il servizio comprende: fornitura dei premi , realizzazione inviti, spese di segreteria. <p>Allestimento mostra “Gli antichi mestieri in Campania”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allestimento di una mostra tematica con minimo n°10 postazioni dedicate agli antichi mestieri artigianali praticati nei borghi rurali della Campania, con esposizione di oggetti autentici e pannelli didascalici. <p>Spettacoli teatrali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione n°1 spettacolo teatrale. Il servizio comprende: compenso per artisti, eventuali diritti SIAE. <p>Spettacoli musicali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione n°2 spettacoli musicali. Il servizio comprende: compenso per artisti, eventuali diritti SIAE. <p>Visite guidate</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione di n°3 visite guidate con esperti del territorio e dei beni in esso presenti. <p>MACRO AZIONE 2 – Comune di Scisciano, “Il gusto del teatro”</p> <p>Due 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</p> |
|--|--|---|

tipicità della nostra terra. Alla rassegna teatrale sarà abbinata una mattinata-evento dedicata i bambini e ai più giovani con l'organizzazione di momenti di animazione e laboratori didattici sulla conoscenza delle produzioni tipiche. Tale macro azione include le seguenti attività:

Rassegna teatrale "Il Gusto del teatro"

- Organizzazione di n°2 spettacoli teatrali dedicati al rapporto tra gusto e arte. Il servizio comprende: compenso cast artistico, service audio-video-luci, diritti SIAE.

Animazione per bambini

- Organizzazione di un evento di spettacolo-animazione per bambini comprendente le seguenti attività: spettacolo di burattini, servizio di animazione con giochi, organizzazione di n°1 laboratorio didattico dedicato alla conoscenza delle tipicità locali.

MACRO AZIONE 3 – Comune di San Vitaliano, "Il gusto della cultura. Premio Artisti per la Pace"

Il Premio "Artisti per la pace", istituito dal Comune di San Vitaliano, vanta all'attivo sette edizioni, configurandosi come un'iniziativa stabile e consolidata nel tessuto socio-culturale cittadino. Il Premio, che consta di varie sezioni, nello specifico:

- poesia
- prosa
- immagine
- musica

dalla originaria dimensione locale ha raggiunto, nel corso del tempo, rilevanza nazionale, accogliendo lavori di artisti provenienti da ogni regione d'Italia. Inoltre, non prevedendo limiti di età e genere, ha consentito il progressivo ampliamento della base di partecipanti, riuscendo a coinvolgere giovani e non. Tale incremento di candidati al Premio si è tradotto, nel periodo di svolgimento dello stesso (la cerimonia di premiazione si tiene tradizionalmente a gennaio con precedente emissione del bando di partecipazione nei mesi antecedenti), in un incremento del flusso di visitatori/turisti presso il territorio comunale e nelle aree limitrofe, componendo un eterogeneo pubblico di interessati all'iniziativa composto da familiari e simpatizzanti degli artisti partecipanti provenienti da tutta Italia.

Tale macro azione include le seguenti attività:

Predisposizione bando

- Redazione e diffusione attraverso canali e siti tematici del bando e del regolamento di concorso.

Cerimonia di premiazione

- Organizzazione cerimonia di premiazione delle opere vincitrici. Il servizio comprende: allestimento location, noleggio service audio-luci-video, compenso per presentatore, intrattenimento musicale.

Workshop di scrittura creativa

- Organizzazione di n°1 Workshop "Le parole del gusto: scrivere le eccellenze della nostra terra" consiste in una lezione teorico-pratica sul tema del food-writing, ovvero: "imparare a scrivere da food-blogger". Il Workshop è un'esperienza unica e concentrata, utile all'apprendimento delle nozioni basilari della scrittura creativa mirate alla realizzazione di articoli, testi, slogan e descrizioni sul tema delle tipicità e delle eccellenze eno-gastronomiche della nostra terra, e non solo. Il workshop si divide in una parte teorica e in un'esercitazione pratica. Il workshop sarà dedicato ai ragazzi delle scuole elementari, medie e superiori, del comune di San Vitaliano e delle zone limitrofe che intenderanno aderire all'iniziativa. Attraverso tale laboratorio s'intende aprire il mondo della scrittura, della lettura e della poesia alle giovani menti del territorio affinché si possano riscoprire i valori e gli ideali che la scrittura e la cultura da sempre veicolano e affinché si possa risvegliare l'amore e la passione per la letteratura insito nella natura di ogni ragazzo. Il servizio comprende: allestimento location, acquisto materiale per esercitazioni, compenso per esperto relatore.

MACRO AZIONE 4 – Comune di Mariglianella “Il gusto della musica”

Si prevede l'organizzazione, presso il Comune di Mariglianella, di un concerto a carattere natalizio collegato ad una degustazione di un piatto tipico contenente ingredienti tradizionalmente collegati al territorio, come il pomodoro. Lo spettacolo musicale e la degustazione saranno preceduti da un convegno incentrato sul tema “Lo sviluppo del territorio e delle sue risorse tipiche”.

Tale macro azione include le seguenti attività:

Spettacolo musicale

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

Degustazione

- Organizzazione di una degustazione di n°1 piatto tipico. Il servizio comprende: acquisto ingredienti, noleggio stoviglie e posate, realizzazione e distribuzione piatto.

| | | |
|----|--|--|
| | | <p>Convegno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione di n°1 convegno tematico. L'azione prevede l'allestimento della location, noleggio service audio-luci-video, compenso per moderatore, eventuale rimborso spese per relatori, segreteria organizzativa, n°2 hostess. <p>Oltre alle su indicate macro-azioni, la presente proposta progettuale prevede la realizzazione di alcune attività collaterali in luoghi simbolo del comune di Marigliano, al fine di garantire la massima partecipazione possibile da parte del pubblico locale. Nello specifico si prevede l'organizzazione di:</p> <p>Rassegna teatrale "Il gusto del Natale, teatro e musica"</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione di n°2 spettacoli teatrali a tema vario. Il servizio comprende: compenso cast artistico, service audio-video-luci, diritti SIAE. <p>Concerto di Capodanno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione di n°1 spettacolo musicale Il servizio comprende: compenso cast artistico, service audio-video-luci, installazione palco, eventuali diritti SIAE. • Allestimenti luminosi a tema natalizio. |
| 2) | <p>Coerenza dell'iniziativa con gli obiettivi e le finalità dell'avviso</p> | <p>Il progetto "Alla Corte del Gusto" promuove, così come richiesto dalla programmazione regionale prevista nell'ambito della Linea di Azione 2.4 del POC 2014-2020 "<i>Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura</i>", il territorio di Marigliano e dei comuni limitrofi proponendo percorsi integrati di valorizzazione delle eccellenze culturali locali, regionali e nazionali, in un contesto urbano ancora fortemente legato al suo recente passato contadino che, anche se collocato al di fuori dei tradizionali itinerari turistici della Regione Campania, conserva ancora tracce storiche e architettoniche di grande rilievo, oltreché tradizioni culturali, folkloristiche e gastronomiche di assoluto rilievo. Tale integrazione avviene anche grazie all'inserimento, all'interno della presente proposta progettuale, di eventi già consolidati sui territori dei vari comuni coinvolti, unificati sotto il brand unico "Alla Corte del Gusto". La presente proposta progettuale afferisce, in quest'ottica, all'universo proprio del turismo culturale, forma di turismo strettamente legata alla cultura di una specifica regione o paese, in particolare in relazione al modello di vita, alla storia, all'arte, all'architettura, alla dieta, alla religione ed altri elementi delle popolazioni nelle specifiche aree geografiche, che contribuiscono a creare quel loro tipo di vita. A tale forma di turismo si associa e si integra quella del turismo eno-gastronomico, inteso come crescente tendenza da parte dei visitatori verso la ricerca di autenticità ed esperienze che attraverso il gusto possano comunicare a tutti e cinque i sensi, consentendo così la scoperta del territorio nella sua globalità. Attraverso l'eno-gastronomia, i prodotti tipici e le specialità tradizionali, le</p> |

| | | |
|----|----------|--|
| | | <p>testimonianze culturali, l'arte e la musica, si snodano 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. Gli obiettivi della presente proposta progettuale mirano pertanto a sviluppare queste due forme di turismo 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. Tale strategia ha il suo cardine nella 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'universo di valori ad esso collegati, per estendere la mission del progetto anche al di fuori dell'evento stesso allo scopo di renderla presente e riconoscibile presso i target di riferimento. 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. Il brand "alla Corte del Gusto" diventa, dunque, uno strumento utile a difendere e tutelare le tante eccellenze che fanno della regione Campania, ma anche del Sud in generale, un territorio da scoprire e apprezzare per la ricca offerta di storia, arte, cultura immateriale e materiale, a dispetto di certa propaganda denigratoria che vuole stigmatizzare il Meridione come la ruota di scorta dell'Italia. L'utilizzo di tale brand strategy consente a tutte le azioni previste dalla presente proposta progettuale di risultare collegate e associabili nello spazio e nel tempo, anche grazie alle azioni di comunicazione unitarie messe in campo. Al chiaro utilizzo del brand per tutte le azioni previste dal progetto si affianca la loro altrettanto chiara identificazione linguistica data dall'utilizzo della parola "gusto" in associazione alle specifiche attività realizzate. Gli eventi risultano, quindi, non riconoscibili nella loro singolarità, pur conservando la loro specifica identità, ma assimilabili ad una stessa chiara impronta progettuale. Il brand così impostato diventa, dunque, un chiaro segno distintivo del territorio presso i target di riferimento, assumendo al contempo una forte valenza identificativa per la popolazione locale influenzando, pertanto, anche l'aspetto socio-culturale della comunità. La configurazione dell'iniziativa e degli eventi che la compongono, così come esposta, consente pertanto, in coerenza con gli obiettivi e le finalità espresse nell'avviso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • di creare offerte integrate volte a favorire la conoscenza e la valorizzazione delle risorse inutilizzate o sottoutilizzate della Campania (i cammini, appunto); • valorizzare le tipicità locali e le tradizioni; • valorizzare le strutture e servizi turistici presenti nell'area interessata; • integrare gli aspetti sociali nell'offerta turistica evidenziando l'impatto sull'economia e sulla comunità locale |
| 3) | Luogo di | |

| | | |
|------|---------------------|---|
| | svolgimento: | |
| 3.1) | Locations | <p>Gli eventi previsti dalla presente proposta progettuale si terranno presso i centri storici e luoghi simbolo della storia e della vita dei comuni coinvolti, coinvolgendo per intero il loro territorio. Segue descrizione.</p> <p>MARIGLIANO</p> <p>Descrizione comune</p> <p>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 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, Adinolfo, 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</p> |

Il, 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 da 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 ha notizia nel tempo, contribuendo a rafforzare l'ipotesi della grande importanza rivestita, in epoca romana, dall'antica Marianus o Marilianus nell'ambito del territorio nolano.

MARIGLIANELLA

Descrizione comune

Nella piana tra Acerra e Nola, presso le pendici settentrionali del Monte Somma e del Vesuvio, si trova il comune di Mariglianella, che si estende sino alle zone a ridosso dei Regi Lagni, con il centro antico sviluppatosi intorno ad un piccolo quadrivio e con quartieri di recente edificazione ubicati nelle vicinanze. L'origine del toponimo fa luce su di un brano della storia di questa cittadina. Secondo il Giustiniani "la sua denominazione fa vedere che ella fosse sorta sul territorio di Marigliano, e dopo di essere tral numero de'suoi casali, ebbe poi a separarsene." ("Dizionario geografico ragionato del Regno di Napoli", 1797-1805). Fino a pochi anni prima della proclamazione del Regno di Napoli, il centro fu noto anche come Mariglianella d'Arco, "ispirato", come si legge nell'opera di Finamore, "secondo qualcuno, dall'antico acquedotto che dal Serino porta l'acqua a Napoli. Ma un altro autore ha fatto notare che il luogo era denominato su mappe come "ad arcum Dianae" per la presenza evidentemente di un tempio o costruzione dedicata a Diana", (E. Finamore, "I nomi locali italiani", I, 1982). Tuttavia il Capasso sosteneva con più attendibili argomentazioni che, all'epoca del Ducato Napoletano, la dicitura "d'arco" compariva proprio in quei toponimi di località situate presso le pendici del Monte Somma, sul versante prossimo all'imponente acquedotto fatto costruire per espressa volontà dell'Imperatore Claudio (B. Capasso, "Monumenta ad Neapolitam Ducatus Historiam Pertinentia", Napoli, 1892). Nel II secolo a. C. il territorio di Mariglianella fece parte di quella fascia di terra aspramente contesa tra napoletani e nolani. Allo scopo di evitare un cruento conflitto tra i due contendenti, la risoluzione della questione fu demandata alla suprema volontà di Roma, entro la cui giurisdizione rientravano entrambe le città. Dall'Urbe fu, dunque, inviato Quinto Fabio Labeone che rese di pertinenza romana il territorio conteso, ben presto fortificato con opere di difesa. In tal modo, mentre i nolani dovettero ripiegare verso Brusciiano, i napoletani furono costretti a ritirarsi in

direzione di Pomigliano. Intorno al castrum, ben presto, sorsero molte case insieme ad una dotata stazione militare che, essendo posta strategicamente tra Napoli e Nola, svolse funzioni di posto di blocco per la milizia, incaricata anche di provvedere sia alla sicurezza della strada sia all'incolumità dei viaggiatori. Testimoniano questa ricostruzione storica alcune tombe rinvenute nel territorio che contenevano ancora parti di scheletri umani con i contrassegni militari romani. Successivamente la stazione fu attrezzata per effettuare il cambio dei cavalli del servizio postale: dotata di osterie – tanto da essere nota anche con il nome di Taverne – offriva anche un adeguato ristoro a quanti vi sostavano durante il viaggio. Nonostante il sistema di difesa, le scorrerie barbariche portarono saccheggi e distruzioni in tutta l'area di Marigliano che entrò a far parte nel X secolo della Liburia ducale, compresa a sua volta nel Ducato napoletano. Nei secoli successivi Mariglianella divenne casale di Marigliano, da cui fu divisa solo nel XIV secolo per essere incorporata nei beni territoriali del Demanio regio. Ma ben presto divenne pertinenza feudale delle numerose famiglie nobiliari che ivi si susseguirono, tra le quali i Carafa, fino a quando Giuseppe Bonaparte decretò nel 1806 la fine della feudalità.

Luoghi di interesse

Chiesa di Maria Santissima della Sanità

Tra le emergenze architettoniche di interesse storico-culturale si colloca la Chiesa di Maria Santissima della Sanità, la cui edificazione risale al 1583. Ad aula unica con modanature che scandiscono lo spazio interno, dove si ammira l'altra seicentesco e il dipinto raffigurante Maria Santissima della Sanità di ignoto autore napoletano del Settecento, la chiesa presenta una facciata dalle semplici linee architettoniche sormontata dal timpano e fiancheggiata da un altrettanto lineare campanile, edificato in tempi successivi (XX secolo), nonché da un piccolo convento risultante dalla trasformazione dell'antico Palazzo Carafa. Era stato proprio un Carafa, Carlo, membro della Compagnia di Gesù, a predisporre la fondazione della chiesa stessa. Il convento ospitò per un breve periodo un limitato numero di Domenicani: questi, tuttavia, si videro costretti ad abbandonare il luogo in seguito a un provvedimento di Papa Innocenzo che, con una bolla del 1652, ordinò la soppressione di tutti i piccoli conventi italiani.

Palazzo Carafa

La costruzione del palazzo Carafa, che attualmente si presenta in condizioni quasi di rudere, risale al 1583 quando il Conte Carafa mise mano su strutture precedenti, demolendole parzialmente e riadattandole con ampliamenti e abbellimenti tipici di una dimora baronale dell'epoca. Il complesso più antico e ben visibile è si trova in una traversa di via Marconi con unico ingresso principale ricavato nel corpo di fabbrica laterale che si unisce all'originaria chiesa e all'antica torre laterale del palazzo. Dal cortile, che immette nell'arco di ingresso dopo un enorme deposito sotterraneo, si accede alla via Marconi. Al piano nobile si accede tramite una breve scalinata fatta da due rampe ed un tornante con piazzola. Seppur allo stato di rudere, si tratta di uno dei maggiori

monumenti dell'agro napoletano.

Parrocchiale di San Giovanni Evangelista

La Parrocchiale di San Giovanni Evangelista sorse probabilmente verso la fine del XVII secolo. Edificata su pianta a croce latina, la chiesa presenta lungo la navata una sequenza di cappelle laterali adornate da piccoli altari. Ristrutturata nell'ultimo decennio, la chiesa presenta oggi una copertura a capriate in legno che ha sostituito la precedente copertura a volta. Nel piazzale antistante la fabbrica dalla facciata piuttosto lineare, è ubicato il campanile che si eleva su quattro ordini sovrapposti sul lato destro della chiesa stessa. In occasione del secondo conflitto mondiale l'intera struttura subì gravi danni, ai quali rimediò la munificenza di alcuni facoltosi cittadini.

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 // *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.

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

| | | |
|------|---|--|
| | | <p>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> <p>Luoghi di interesse</p> <p><u><i>Parrocchiale di San Giovanni Battista</i></u></p> <p>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></p> <p>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></p> <p>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></p> <p>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> |
| 3.2) | Tipicità locali e tradizioni valorizzate | <p>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 guidata 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.</p> |

Le tipicità agro-alimentari valorizzate sono:

Marigliano - Patata

Il territorio del Comune di Marigliano è da sempre stao 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.

Mariglianella – Pomodoro San Marzano

Il pomodoro San Marzano è conosciuto ed apprezzato in tutto il mondo per le sue caratteristiche, che vengono esaltate dalla trasformazione in "pelato". La presenza di una serie di fattori concomitanti quali: il clima mediterraneo e il suolo estremamente fertile e di ottima struttura, l'abilità e l'esperienza acquisita dagli agricoltori dell'area di produzione nel corso dei decenni, ha contribuito al suo successo nel mondo, coronato, nel 1996, dal riconoscimento dell'Unione Europea come D.O.P.

Le caratteristiche intrinseche che hanno esaltato il prodotto, favorendone così la sua conoscenza e il suo consumo sono: sapore tipicamente agrodolce, forma allungata della bacca con depressioni longitudinali parallele, colore rosso vivo, scarsa presenza di semi e di fibre placentari, buccia di colore rosso vivo e di facile pelabilità. Queste, insieme alle caratteristiche chimico-fisiche, lo rendono inconfondibile, sia allo stato fresco che trasformato. La denominazione di origine protetta designa esclusivamente il prodotto "pelato" e la tipologia "pelato a filetti", proveniente dalla lavorazione dei frutti appartenenti all'ecotipo San Marzano o a linee migliorate di esso. La tecnica colturale del prodotto fresco prevede l'allevamento di tipo verticale delle piante con l'uso di sostegni, rispettando così la tradizione secolare, anche se, per l'elevato numero di ore di

| | | |
|----|---------------------|---|
| | | <p>manodopera richieste, tale tecnica incide fortemente sui costi di produzione.</p> <p>San Vitaliano - Salumi</p> <p>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 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>Scisciano - Noci</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) | Funzionalità | L'iniziativa è finalizzata in un ambito integrato e coordinato, a valorizzare e |

| | | |
|-------------|---|---|
| | <p>dell'intervento con riferimento, in particolare, agli aspetti di valorizzazione delle strutture e dei servizi turistici</p> | <p>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, culturali e gastronomiche 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°725 posti letto, così suddivisi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marigliano – n°400 posti letto suddivisi in n° 5 strutture • Mariglianella - n° 24 posti letto suddivisi in n° 2 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° 72 attività di ristorazione, così suddivise:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marigliano – n° 56 strutture di ristorazione • Mariglianella – n°8 strutture di ristorazione • San Vitaliano - n° 5 strutture di ristorazione • Scisciano – n° 3 strutture di ristorazione |
| <p>5)</p> | <p>Cooperazione e modalità di messa in rete degli eventi su base tematica e/o territoriale:</p> | |
| <p>5.1)</p> | <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.</p> <p>Nello specifico, i comuni di Marigliano, Mariglianella, San Vitaliano e Scisciano e</p> |

| | | |
|------|---|---|
| | | <p>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>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>I Comuni Marigliano e Scisciano hanno già collaborato, nell'ambito di un protocollo d'intesa appositamente sottoscritto, alla realizzazione della precedente edizione de "Alla Corte del Gusto". Infine, la realizzazione delle precedenti edizioni "Alla Corte del Gusto" ha visto la partecipazione diretta e attiva di associazioni locali, istituti scolastici, volontari e cittadini che desiderino impegnarsi nella riproposizione di questo eccellente evento. A tal fine, anche per l'edizione n°4 saranno avviati tavoli di concertazione con soggetti pubblici e privati al fine di garantire la massima partecipazione possibile all'organizzazione di tutte le attività previste.</p> |
| 5.2) | <p>Elementi di rafforzamento dell'offerta e dei servizi dedicati ai fruitori dell'iniziativa</p> | <p>Al fine di rafforzare l'offerta turistica della presente proposta 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 • servizio di assistenza per diversamente abili <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'unica proposta progettuale che abbia nel tema dell'eccellenza il suo cardine, 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. Il positivo ritorno di immagine generato dalla realizzazione delle attività previste</p> |

| | | |
|----|--|---|
| | | <p>dalla presente proposta progettuale comporterà, inoltre, una maggiore visibilità per tutti gli attori coinvolti ed anche per le aziende e le attività locali. 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. Fungeranno, inoltre, da strumento utile a veicolare la conoscenza delle risorse presenti sul territorio dei comuni coinvolti. Ogni evento avrà quindi la funzione di promuovere quello successivo e così via, integrando l'attività di promozione svolta dal piano di comunicazione dedicato.</p> |
| 6) | <p>Palinsesto e programma dettagliato</p> | <p>Scisciano</p> <p>Quarto week-end di novembre 2017</p> <p>Sabato, ore 21,00: spettacolo teatrale</p> <p>Domenica, dalle ore 10,30: mattina-evento dedicata ai bambini</p> <p>Domenica, ore 21,00: spettacolo teatrale</p> <p>Marigliano</p> <p>Venerdì, 8 dicembre 2017</p> <p>Ore 10,30: Apertura "Percorso del gusto"</p> <p>Ore 11,30: Visite guidate</p> <p>Ore 12,00: Laboratorio per bambini</p> <p>Ore 13,00: Chiusura "Percorso del gusto"</p> <p>Ore 18,00: Apertura "Percorso del gusto"</p> <p>Ore 19,00: Apertura "Piazze del gusto"</p> <p>Ore 21,00: Spettacolo musicale</p> <p>Sabato, 9 dicembre 2017</p> <p>Ore 10,30: incontro "il Sud che vince"</p> <p>Ore 18,00: Apertura "Percorso del gusto"</p> <p>Ore 18,30: Laboratorio per bambini</p> <p>Ore 18,30: Visite guidate</p> <p>Ore 19,00: Apertura "Piazze del gusto"</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>Ore 21,00: Spettacolo musicale</p> <p>Domenica, 10 dicembre 2017</p> <p>Ore 10,30: Apertura “Mercatino delle eccellenze”</p> <p>Ore 11,30: Conferenza</p> <p>Ore 13,00: Chiusura “Mercatino delle eccellenze”</p> <p>Ore 18,00: Apertura “Mercatino delle eccellenze”</p> <p>Ore 19,00: Visite guidate</p> <p>Ore 20,00: Apertura “Piazze del gusto” con laboratorio di degustazione guidata</p> <p>Ore 21,00: Spettacolo musicale con Tommaso Primo e Fede ‘n Marlen</p> <p>Domenica 11 dicembre 2016</p> <p>Ore 10,30: Apertura “Percorso del gusto”</p> <p>Ore 11,30: Visite guidate</p> <p>Ore 12,00: Laboratorio per bambini</p> <p>Ore 13,00: Chiusura “Percorso del gusto”</p> <p>Ore 18,00: Apertura “Percorso del gusto”</p> <p>Ore 19,00: Apertura “Piazze del gusto”</p> <p>Ore 21,00: Spettacolo teatrale</p> <p>Marigliano – iniziative collaterali</p> <p>Ultima quindicina di dicembre 2017</p> <p>Rassegna teatrale “Il gusto del Natale, teatro e musica”</p> <p>31 dicembre 2017</p> <p>Concerto di Capodanno</p> <p>Mariglianella</p> |
|--|--|---|

| | | |
|----|---|--|
| | | <p>Ultima settimana di dicembre 2017</p> <p>Nella stessa giornata:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Convegno - Spettacolo musicale - Degustazione <p>San Vitaliano</p> <p>Ultima domenica di gennaio 2018</p> <p>“Il gusto della cultura. Premio Artisti per la Pace”</p> |
| 7) | Cast artistico | <p>Spettacoli musicali</p> <ul style="list-style-type: none"> • N°2 cori gospel • La maschera, gruppo folk napoletano • N°1 duo pianoforte e violino • N°1 artista di caratura nazionale <p>Spettacoli teatrali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compagnia Teatrale “La Carrozza d’Oro” • Compagnia Teatrale “Ente Teatro Autonomo” • N°2 compagnie teatrali locali |
| 8) | Direttore Artistico/Curatore scientifico | <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 tre passate edizioni e ideatore del progetto “Alla Corte del Gusto”, 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</p> |
| 9) | Cronoprogramma dell’idea progettuale | <p>Le iniziative previste dalla presente proposta progettuale si terranno tutte nel periodo compreso tra giugno 2017 e maggio 2018 secondo quanto previsto dal PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA STRATEGICA 2.4 “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA” AZIONE 3 - “INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE”.</p> |

attraverso una strategia articolata 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 e regionale, senza tralasciare la possibilità di raggiungere un pubblico proveniente anche da fuori regione. Punto cardine del piano di comunicazione è l'aggiornamento e ampliamento del sito web dedicato all'iniziativa, che conterrà, oltre alle informazioni relative alle diverse manifestazioni organizzate nell'ambito dell'iniziativa, anche notizie e curiosità relative ai territori di interesse e alle loro risorse turistiche e ai percorsi presenti, estendendo i suoi contenuti anche a tutti i nuovi comuni coinvolti quest'anno nella presente proposta progettuale. Il sito consente di raggiungere un ampio pubblico grazie al collegamento con tutte le principali piattaforme social (facebook, twitter, You Tube), gestite attraverso attività mirate di Digital PR. Gli eventi organizzati saranno presenti, 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. A questa si aggiungerà l'organizzazione di una conferenza stampa dedicata all'iniziativa. Verrà organizzata, inoltre, una campagna di affissione e diffusione di materiale cartaceo e saranno acquistati spazi pubblicitari su quotidiani e periodici e stampati flyer illustrativi del programma complessivo dell'evento. Sarà realizzato, inoltre, materiale di comunicazione dedicato alle risorse storiche, naturali e culturali dei territori oggetto dell'intervento, quali cartine dedicate all'area di interesse con indicazioni dei principali percorsi. Nello specifico si provvederà alla implementazione delle seguenti attività di comunicazione:

Progettazione grafica

- Progettazione del logo e dell'immagine coordinata dell'evento e sua applicazione sugli stampati

Attività web

- Aggiornamento sito web dedicato
- 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.

Conferenza Stampa di Presentazione

- Realizzazione di inviti, cartella stampa e distribuzione materiale informa-

tivo, con presenza di almeno n°3 emittenti televisive

Attività di Ufficio Stampa

- Redazione invio di Comunicati Stampa prima, durante e dopo l'evento
- Contatti con testate giornalistiche, emittenti televisive e radiofoniche
- Attività di pubbliche relazioni

Realizzazione materiali di comunicazione

- Manifesti 70X100 n°100 riportanti il calendario complessivo della manifestazione
- Manifesti 70X100 n°200 dedicati a ciascun evento (n°50 cad.)
- Manifesti 70X100 n°50 dedicati alle iniziative collaterali
- N°5 manifesti 6X3 dedicati all'evento principale e relativo servizio di affissione
- Servizio di affissione su scala regionale per n°100 manifesti
- Locandine A3 n° 100 dedicate al calendario complessivo della manifestazione
- Locandine A3 n° 200 dedicate ai singoli eventi (n°50 cad.)
- Locandine A3 n° 50 dedicate alle iniziative collaterali
- Flyer n°6.000 riportanti il programma complessivo della manifestazione

Piano media

- Acquisto di n°2 banner f.to leaderboard o manchette su testate quotidiane on-line regionali
- Acquisto di n°2 banner f.to leaderboard o manchette su testate quotidiane on-line locali
- Acquisto di n°5 annunci stampa su n°1 quotidiano a tiratura regionale
- Acquisto di n°1 redazionali su n°1 quotidiano a tiratura regionale

Servizio video - fotografico a documentazione dell'evento

La spesa complessiva per il suddetto piano di comunicazione è di: € 7.000,00

ANALISI DELLA DOMANDA

| C | | |
|----|--|--|
| 1) | <p align="center">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 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> |
| 2) | <p align="center">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</p> |

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:

- incremento del turismo di prossimità
- frammentazione del periodo vacanziero
- incremento del turismo eno-gastronomico
- nascita del desiderio di slowliving e della domanda di autenticità

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:

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.

Target n. 2 - Cultura-tradizioni

E' un target costituito da turisti, sensibili alla cultura, attenti 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

| | | |
|----|--|--|
| | | <p>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</p> <p>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.</p> <p>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 Gusto", 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, garantendo un'offerta diversificata in un periodo stagionale (quello invernale), caratterizzato da un incremento della domanda vacanziera.</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 l'interazione tra attrattori culturali e turistici della Campania e sua proiezione sui mercati esteri • 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 nelle voci di entrata. (il quadro economico deve essere a pareggio)</i> | |
| 1.1) | Uscite tot. | € 61.500,00 |

| | | |
|----------|----------------------|---|
| A | Voci di spesa | <p>MACRO AZIONE 1 – Alla Corte del Gusto</p> <p>Allestimento e caratterizzazione location €1.200,00</p> <p>Allestimento Piazza del Gusto €1.500,00</p> <p>Allestimento “Percorso del gusto” €1.400,00</p> <p>Organizzazione incontro “il Sud che vince” € 500,00</p> <p>Organizzazione laboratori per bambini € 600,00</p> <p>Organizzazione premio “Terre di Campania” € 600,00</p> <p>Allestimento mostra “Gli antichi mestieri in Campania” €1.000,00</p> <p>Spettacoli teatrali € 600,00</p> <p>Spettacoli musicali €2.450,00</p> <p>Visite guidate € 150,00</p> <p>TOTALE MACRO AZIONE 1 €10.000,00</p> <p>MACRO AZIONE 2 - “Il gusto del teatro”</p> <p>Rassegna teatrale “Il Gusto del teatro” €2.500,00</p> <p>Animazione per bambini €1.500,00</p> <p>TOTALE MACRO AZIONE 2 € 4.000,00</p> <p>MACRO AZIONE 3 “Il gusto della cultura. Premio Artisti per la Pace”</p> <p>Predisposizione bando €400,00</p> <p>Cerimonia di premiazione €3.300,00</p> <p>Workshop di scrittura creativa €300,00</p> <p>TOTALE MACRO AZIONE 3 € 4.000,00</p> <p>MACRO AZIONE 4 – “Il gusto della musica”</p> <p>Spettacolo musicale €2.400,00</p> <p>Degustazione €1.000,00</p> <p>Convegno €600,00</p> <p>TOTALE MACRO AZIONE 4 € 4.000,00</p> <p>MACRO AZIONE 5 – “Iniziative collaterali”</p> <p>Rassegna teatrale €2.000,00</p> <p>Concerto di Capodanno €19.000,00</p> <p>Allestimenti luminosi a tema natalizio €10.000,00</p> <p>TOTALE MACRO AZIONE 5 € 31.000,00</p> <p>MACRO AZIONE 6 – Direzione artistica</p> |
|----------|----------------------|---|

| | | | |
|------|---|---|--------------------------|
| | | Direzione artistica TOTALE MACRO AZIONE 5 | € 1.500,00 € 1.500,00 |
| | | MACRO AZIONE 7 – Piano di Comunicazione | |
| | | Piano di Comunicazione TOTALE MACRO AZIONE 5 | €7.000,00 € 7.000,00 |
| 1.2) | Entrate tot. | | € 61.500,00 |
| A | Finanziamento richiesto alla Regione | | € 55.000,00 |
| B | Eventuale diretta partecipazione finanziaria del Comune proponente | | € 6.500,00 |
| C | Eventuali contributi e/o finanziamenti da parte di Enti Pubblici | | -- |
| D | Ogni altra eventuale entrata (bigliettazione, sponsorizzazioni, merchandising, ecc...) | | -- |
| 2) | Analisi finanziaria dell'evento | <i>Il progetto non è generatore di entrate. Tutte le entrate derivanti da bigliettazioni, merchandising, ecc. sono imputate alla copertura delle spese dell'evento.</i> | |

| E | | RISULTATI ATTESI | |
|----|---|--|--|
| 1) | Stima dei flussi turistici movimentabili | <p>seguito della realizzazione del progetto si prevede un numero di presenze complessive per l'intera durata dell'evento di circa 55.000 unità. Tale dato non tiene presente dei visitatori domestici che si recheranno nell'area in esame in occasione degli eventi e che non vi pernoveranno. Il picco di visitatori è previsto in occasione dell'evento che si terrà presso il Comune di Marigliano (circa 40.000). I risultati attesi possono essere sintetizzati, inoltre, 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 pater privati; ➤ innalzamento degli standard lavorativi locali grazie e procedure di soddisfacimento della domanda 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 desunto dai guest book delle locali strutture ricettive.</p> | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|----------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|------------------------------|--------------------------|---------|--------------------------|------------------------|--------------------------|-------------|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|---------------|--------------------------|--------------|--------------------------|--|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| 2) | Stima della durata della permanenza dei flussi turistici movimentabili | Il progetto prevede una permanenza media di 2gg ad arrivo per ogni singola manifestazione. Il dato stimato tiene conto delle movimentazioni del periodo invernale del turismo culturale 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. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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 soggiognerà nell'ambito delle del territorio dei comuni coinvolti durante la realizzazione degli eventi. Di seguito si riporta un esempio di questionario:</p> <p>1. Come è venuto a conoscenza dell'Evento?</p> <table border="1" data-bbox="480 757 1246 1014"> <tr><td>Articoli su giornali</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Materiale promozionale cartaceo</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Sito web della Manifestazione</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Amici e conoscenti</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Altro (<i>specificare</i>)</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> <p>2. Con chi è venuto a seguire l'evento?</p> <table border="1" data-bbox="480 1122 1246 1346"> <tr><td>Da solo</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Con il partner/coniuge</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Con i figli</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Con i parenti</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Con un gruppo organizzato</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Con amici e conoscenti</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> <p>3. Quanto tempo è durato l'evento?</p> <table border="1" data-bbox="480 1451 1246 1599"> <tr><td>Meno di 30 minuti</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>30 minuti - 1 ora</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>1 ora - 2 ore</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Più di 2 ore</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> <p>4. Per quale motivo ha scelto di seguire l'evento?</p> <table border="1" data-bbox="480 1742 1246 1955"> <tr><td>Interesse specifico per il tema trattato</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Interesse professionale / studio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Come parte di una visita turistica</td><td><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"/> | 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"/> | 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"/> | Interesse specifico per il tema trattato | <input type="checkbox"/> | Interesse professionale / studio | <input type="checkbox"/> | Come parte di una visita turistica | <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"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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?

| | |
|----|--------------------------|
| Si | <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"/> |
| Estero | <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 delle 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 agli altri comuni partner dell'iniziativa, nell'ottica di favorire il coinvolgimento attivo dell'intero territorio delle aree 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</p> |

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, 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:

- 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.

PROTOCOLLO D'INTESA

PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO “Alla Corte del Gusto” - PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA STRATEGICA “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA” - “INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE”

L'anno 2017 il giorno quindici del mese di Giugno presso la sede del Comune di Marigliani si sono riuniti tutti i soggetti interessati alla promozione e realizzazione del progetto “Alla Corte del Gusto” di seguito anche “Progetto”, per la sottoscrizione del presente Protocollo di Intesa

Sono presenti i rappresentanti degli enti di cui al seguente elenco:

- Comune di Marigliano, Sindaco Antonio Carpino
- Comune di Mariglianella, Sindaco Felice Di Maiolo
- Comune di San Vitaliano, Sindaco Antonio Falcone
- Comune di Scisciano, Sindaco Edoardo Serpico

Premesso che

a. 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 e 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.

b. Il Programma Operativo Complementare (POC) 2014-2020 indica gli obiettivi strategici che la Regione intende perseguire per la crescita e lo sviluppo i quali sono tesi, tra l'altro, anche ad incidere sui fattori di contesto per rafforzare la competitività del sistema regionale, consentendo agli attori locali di sfruttare appieno i vantaggi competitivi territoriali.

c. L'elaborazione di un programma regionale di eventi promozionali, suddiviso per linee di azioni, in grado di convogliare, nel periodo di svolgimento delle manifestazioni, flussi turistici mirati, costituisce uno strumento fondamentale per realizzare efficaci azioni di marketing finalizzate al riposizionamento del “prodotto Campania” sul mercato nazionale ed estero nonché un fattore di sviluppo locale e di crescita, con ricadute sui territori anche in termini di apprezzamento dell'appartenenza.

d. Gli eventi costituiscono per i sistemi territoriali un veicolo di valorizzazione e promozione e uno degli strumenti di marketing territoriale innovativo, tenuto conto dei nuovi modelli di consumo turistico che impongono la costruzione di un nuovo tipo di attrattività turistica fondata sull'esperienza di “luoghi”, di “valori”, di “patrimoni” specifici e non globalizzati.

e. Con Deliberazione n.182 del 04/04/2017, la Giunta Regionale della Campania ha inteso avviare la definizione, per il periodo “giugno 2017 – maggio 2018”, di un unitario programma di interventi ai fini dello sviluppo turistico, demandando, tra l'altro, alla Direzione Generale per le Politiche Culturali e il Turismo, struttura incaricata dell'attuazione della linea strategica 2.4 del POC 2014-2020 “Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura”, di emanare il relativo Avviso Pubblico di selezione.

f. secondo quanto disposto dalla DGRC n. 182/2017, il suddetto avviso ha per oggetto la procedura

selettiva di proposte progettuali (mostre, spettacoli, eventi sportivi, festival, ecc....) per la costruzione di un unitario programma regionale, da realizzarsi sul territorio regionale nel periodo “giugno 2017 – maggio 2018”, articolato nelle specifiche Azioni: “Eventi di rilevanza nazionale ed internazionale” (Azione 2); “Iniziative promozionali sul territorio regionale (Azione 3); “Eventi inseriti nel contesto di itinerari turistico-culturali” (Azione 4).

g. La dotazione finanziaria complessiva del POC 2014-2020 linea strategica 2.4 “Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura” per il finanziamento del suddetto avviso, ammonta ad € 7.000.000,00 (settemilioni/00), così ripartiti:

- per l’Azione 2: “Eventi di rilevanza nazionale ed internazionale”: € 2.000.000,00 (duemilioni/00);
- per l’Azione 3: “Iniziative promozionali sul territorio regionale”: €3.400.000,00 (tremilioniquattrocentomila/00);
- per l’Azione 4: “Eventi inseriti nel: € 1.600.000,00 (unmilione seicentomila/00).

h. a partecipazione alla procedura selettiva è riservata unicamente ai Comuni NON CAPOLUOGO della Regione Campania e l’Azione 4 è riservata ad aggregazioni di almeno 5 Comuni A PENA DI ESCLUSIONE.

i. ciascun Comune può presentare e/o partecipare, esclusivamente, ad UN’UNICA PROPOSTA PROGETTUALE per l’intero programma (Azione 2, 3 e 4) sia in forma singola che associativa. In caso di presentazione di più progetti o di partecipazione in forma di partnership a più progetti, si darà luogo esclusivamente all’esame di merito della candidatura pervenuta per prima in base al criterio cronologico, considerando le ulteriori proposte progettuali, di cui il medesimo Comune è partner e/o capofila, INAMMISSIBILI.

l. in caso di forma associativa tra più Comuni, la stessa deve essere coerente con le attività previste dalla proposta progettuale e dovrà essere formalizzata mediante la sottoscrizione, da parte dei legali rappresentanti o loro delegati, di tutti i Comuni aderenti, di un Protocollo di Intesa ad hoc nel quale, tra l’altro, si individui l’Ente-Capofila che risulterà beneficiario dell’eventuale finanziamento, con il compito di garantire l’attuazione di tutte le azioni funzionali al perseguimento degli obiettivi condivisi ed individuati nella proposta progettuale;

Vista

la Scheda Progettuale “**Alla Corte del Gusto**” riportata in allegato A, al presente protocollo d’intesa elaborata dal Comune di Marigliano, quale ente capofila (soggetto) nonché Beneficiario dell’eventuale finanziamento.

TUTTO CIÒ PREMESSO E CONSIDERATO

si conviene e si sottoscrive, fra le Amministrazioni interessate, il seguente Protocollo di Intesa:

ART. 1 – PREMESSE.

Le premesse e gli allegati costituiscono parte integrante e sostanziale del presente Protocollo di Intesa. Costituiscono altresì parte integrante e sostanziale del presente accordo le norme, gli atti amministrativi e progettuali formalmente richiamati, con particolare riferimento alla Scheda Progettuale descritta come in allegato A.

ART. 2 - OGGETTO DEL PROTOCOLLO DI INTESA.

Il Protocollo di Intesa viene stipulato nell’ambito degli interessi istituzionali degli Enti partecipanti e ai fini dell’attuazione degli interventi e delle azioni necessari alla realizzazione delle attività previste dalla Scheda Progettuale allegato A

ART. 3 - IMPEGNI DEI SOGGETTI SOTTOSCRITTORI DEL PROTOCOLLO DI INTESA.

Con il presente Protocollo di Intesa le Parti:

1. dichiarano di volersi costituire in partenariato finalizzata alla realizzazione del progetto “**Alla Corte del Gusto**”;
2. approvano la Scheda Progettuale “**Alla Corte del Gusto**” riportata in allegato A al seguente protocollo d’Intesa;
3. riconoscono che i contenuti della Scheda Progettuale allegata al presente Protocollo di Intesa costituiscono parte integrante e sostanziale del Protocollo stesso;
4. attestano la disponibilità all’impegno di spesa necessario per il co-finanziamento del progetto proposto come riportato nella Scheda Progettuale “**Alla Corte del Gusto**” riportata in allegato A;
5. attestano che gli eventi inseriti nella Scheda Progettuale “**Alla Corte del Gusto**” non beneficiano di altri finanziamenti pubblici;
6. stabiliscono come di seguito riportato i ruoli ricoperti nell’ambito del presente partenariato e la disponibilità all’impegno di spesa necessario per la realizzazione del progetto:

- riconoscono il Comune di Marigliano quale Ente Capofila del costituendo partenariato e referente nonché beneficiario nei confronti della Regione Campania Ente dell’eventuale finanziamento ottenuto nell’ambito del **PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA STRATEGICA “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA” - “INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE”** e con il compito di garantire l’attuazione di tutte le attività previste nella proposta progettuale;
- riconoscono i comuni di: Mariglianella, San Vitaliano e Scisciano quali soggetti partner per la realizzazione delle singole manifestazioni che saranno organizzate sul proprio territorio

ART. 4 – CONTROVERSIE

Ogni controversia derivante dall’esecuzione del presente Protocollo di Intesa che non venga definita bonariamente sarà devoluta all’organo competente previsto dalla vigente normativa.

ART. 5 - APPROVAZIONE, PUBBLICAZIONE, EFFETTI, DECADENZA E DURATA.

Il presente Protocollo di Intesa viene sottoscritto per approvazione dai legali rappresentanti delle Amministrazioni interessate.

Le attività programmate sono vincolanti per il Soggetto Capofila e gli Enti firmatari che si assumono l’impegno di realizzarle nei tempi indicati nella Proposta di Progetto.

Il presente Protocollo di Intesa, con decorrenza dalla data di sottoscrizione, avrà una durata fino al 31 Giugno 2018 e comunque non prima della conclusione dell’attuazione del progetto compreso rendicontazione delle spese:

Letto, approvato e sottoscritto

Data

Firma dei rappresentanti delle Parti

| Ente | Rappresentante | Firma |
|-------------------------|----------------|-------|
| Comune di Marigliano | | |
| Comune di Mariglianella | | |

| | | |
|-------------------------|--|--|
| | | |
| Comune di San Vitaliano | | |
| Comune di Scisciano | | |