



Città di Marigliano

(Provincia di Napoli)

COPIA DI DELIBERAZIONE DI GIUNTA COMUNALE

N. 108 del 17/07/2018

OGGETTO: Progetto “Donliò Festival” - PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA STRATEGICA “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO ECULTURA” – PROGRAMMA DI EVENTI PER LA PROMOZIONE TURISTICA DELLA CAMPANIA . PERIODO“ GIUGNO 2018-GIUGNO2019” . Avviso pubblico di selezione ex D.R.G.R. n. 322/2018. Linea 1 “ Eventi di rilevanza nazionale ed internazionale” proposta dai Comuni non Capoluogo in forma singola. – APPROVAZIONE. ESEGUIBILE.

L'anno 2018 il giorno diciassette del mese di luglio alle ore 19.00 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	
RICCI NICOLA	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

Letta l'allegata proposta prot. 15188 del 17/07/2018,

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 13/07/2018_____

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 18/07/2018_____ 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, 18/07/2018 _____

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)

OGGETTO: Progetto “Donliò Festival” - PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA STRATEGICA “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO ECULTURA” – PROGRAMMA DI EVENTI PER LA PROMOZIONE TURISTICA DELLA CAMPANIA . PERIODO“ GIUGNO 2018-GIUGNO2019” . Avviso pubblico di selezione ex D.R.G.R. n. 322/2018. Linea 1 “ Eventi di rilevanza nazionale ed internazionale” proposta dai Comuni non Capoluogo in forma singola. - APPROVAZIONE

PARERE in ordine alla regolarità tecnica:

Si esprime parere favorevole per quanto di competenza, ai sensi dell’art. 49 del TUEL 267 del 18.08.2000.

f.to **IL RESPONSABILE SETTORE II**
I.D. Angelo Buonincontri

PARERE in ordine alla regolarità contabile:

Si esprime parere favorevole per quanto di competenza, ai sensi dell’art. 49 del TUEL 267 del 18.08.2000.

f.to **IL RESPONSABILE SETTORE VI**
Dott. Francesco Saverio Barone

Oggetto: **Progetto “Donliò Festival”** - PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA STRATEGICA “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO ECULTURA” – PROGRAMMA DI EVENTI PER LA PROMOZIONE TURISTICA DELLA CAMPANIA . PERIODO“ GIUGNO 2018-GIUGNO2019” . Avviso pubblico di selezione ex D.R.G.R. n. 322/2018. Linea 1 “ Eventi di rilevanza nazionale ed internazionale” proposta dai Comuni non Capoluogo in forma singola. - APPROVAZIONE

L'Assessore alla Cultura

Premesso che

- la Regione Campania, nella individuazione delle azioni, tiene conto del quadro strategico unitario derivante dall'insieme delle risorse stanziare per la politica di coesione, per la definizione di una programmazione unitaria e coordinata delle risorse disponibili;
- la conoscenza, la valorizzazione e la promozione del patrimonio storico-culturale di un territorio sui
- mercati turistici è perseguibile attraverso un'attività di comunicazione integrata e trasversale volta ad aumentare il potenziale turistico in uno con la ricerca di una concreta prospettiva di sviluppo;
- gli eventi, diventati oggi un consolidato strumento di marketing oltre che un potente mezzo di comunicazione, costituiscono un efficace veicolo di promozione delle risorse dei territori, in quanto consentono di portare a conoscenza dei soggetti interessati le attività svolte ed i risultati ottenuti nell'ambito del progetto realizzato, nonché di trasmettere con efficacia messaggi e obiettivi;
- gli eventi possono costituire l'occasione per la realizzazione di azioni che mettendo in coerenza la conoscenza, la valorizzazione e la promozione del patrimonio storico-culturale di un territorio, ne incrementano l'attrattività turistica con ricadute positive anche in termini di crescita socio-economica e di sviluppo delle aree interne
- Con Deliberazione n.322 del 22/05/2018, la Giunta Regionale della Campania ha inteso avviare la definizione, per il periodo “giugno 2018 – giugno 2019”, di un unitario programma di interventi per lo sviluppo turistico, destinato alle proposte, in forma singola, dei Comuni non capoluogo, demandando, tra l'altro, alla Direzione Generale per le Politiche Culturali e il Turismo, di emanare il relativo Avviso Pubblico di selezione.
- secondo quanto disposto dalla DGRC n. 322/2018, il suddetto avviso ha per oggetto la procedura selettiva di proposte progettuali di rilevanza nazionale ed internazionale, finanziabili, a totale carico della Regione Campania, per un importo massimo di € 70.000,00;
- La dotazione finanziaria complessiva del POC 2014 - 2020 linea strategica “Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura ” per il finanziamento del suddetto avviso, ammonta per la linea 1 a € 2.100.000,00 (duemilioneicentomila/00);
- la partecipazione alla procedura selettiva linea 1 è riservata unicamente ai Comuni NON CAPOLUOGO della Regione Campania
- ciascun Comune può presentare UN'UNICA PROPOSTA PROGETTUALE

Vista la proposta progettuale “ Donliò Festival” PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA STRATEGICA “RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA” -“INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE” . Linea 1 (allegato A del presente deliberato) consistente in un festival itinerante di teatro, che riprende l'esperienza performativa sviluppata a Marigliano dal Maestro Leo de Berardinis, uno dei massimi esponenti del teatro, nazionale ed internazionale ;

Considerato che detta proposta progettuale 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, le tradizioni artistiche e culturali del territorio;
- 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;
- sviluppare processi di rigenerazione urbana del territorio mediante un processo di co-creazione con i cittadini;

Visti:

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

il vigente Statuto Comunale;

la proposta progettuale (allegato A) che forma parte integrante e sostanziale del presente atto;

PROPONE DI DELIBERARE

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

- ✓ di approvare la proposta progettuale " Donliò Festival" PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA STRATEGICA "RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA" - "INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE". Linea 1 (allegato A del presente deliberato) del costo complessivo di € 70.000,00, a totale carico della Regione Campania, che forma parte integrante e sostanziale del presente atto;
- ✓ di individuare il Responsabile Il Settore , I.D. Angelo Buonincontri quale Responsabile Unico del Procedimento (RUP) relativo alla realizzazione del progetto " Donliò Festival" PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020 LINEA STRATEGICA "RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA" - "INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE";
- ✓ di impegnarsi ad adottare gli opportuni provvedimenti , variazione di bilancio, nel momento in cui tale proposta progettuale dovesse essere ammessa al finanziamento, per l'importo che sarà definito, in fase di approvazione, da parte della Regione Campania;

L'Assessore alla Cultura
Arch. Pino Napolitano

PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020

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

LINEA 1: "EVENTI DI RILEVANZA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE"

PROPOSTI DA COMUNI NON CAPOLUOGO IN FORMA SINGOLA

DELIBERAZIONE DI GIUNTA REGIONALE N. 322 DEL 22/05/2018

PROGRAMMA "GIUGNO 2018 – GIUGNO 2019"

SCHEDA PROGETTUALE

A	IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO	
1)	Titolo del progetto	<i>Donliò Festival</i>
2)	Comune proponente	Marigliano
	Codice Fiscale/Partita IVA	01204890634 / 01253711210
	Sede principale	Piazza Municipio, 1 – 80034
	Telefono	081-8858111
	Fax	081-8855383
	E-Mail e PEC	<i>comunemarigliano@tin.it</i> <i>protocollo@pec.comunemarigliano.it</i>
3)	Legale Rappresentante	Antonio Carpino – Sindaco di Marigliano
4)	Responsabile Unico del Procedimento	Istr. Dir. Angelo Buonincontri – Responsabile Settore II (Servizi Informatici, Gabinetto del Sindaco, Personale, Servizi Demografici, Stato Civile, Elettorale, Sport, URP, Informagiovani, Cultura)
	Telefono	081-8858222
	Fax	081-8855383
	E-Mail e PEC	<i>comunemarigliano@tin.it</i> <i>protocollo@pec.comunemarigliano.it</i>
5)	Edizioni precedenti della medesima (per identità di titolo ed oggetto) proposta progettuale): nr. 0	L'iniziativa proposta è alla sua prima edizione

B	DESCRIZIONE DELL'EVENTO	
1)	<p>Oggetto, Finalità ed obiettivi dell'evento</p>	<p><i>Donliò</i> è un festival itinerante di teatro che viaggia nel solco dell'esperienza performativa sviluppata a Marigliano, negli anni Settanta del secolo scorso, dal Maestro Leo de Berardinis – uno dei maggiori protagonisti del teatro internazionale - con il suo “Teatro di Marigliano”, compagnia di non attori. Il festival si propone, da un lato, di restituire alla comunità mariglianese l'afflato di quello straordinario momento artistico, favorendo i processi di rigenerazione urbana, socializzazione e inclusione; dall'altro, di incentivare attraverso il teatro la conoscenza della città in tutte le sue componenti di eccellenza, generando valore economico e sociale di ricaduta sul territorio.</p> <p>Il nome “Donliò” prende le mosse dall'amichevole modo in cui i cittadini mariglianesi erano soliti rivolgersi a Leo de Berardinis, il quale girava spesso per le strade della città, frequentando bar e locali e osservando la transività urbana dell'epoca, alla ricerca di ispirazione per la sua drammaturgia. Per questo motivo, l'usuale e riverente “Don Leo” diventava, nel dialetto della zona, uno storpiato ma musicale “donliò”, che viene ripreso dalla manifestazione in virtù della connessione identitaria tra territorio ed esperienza artistica.</p> <p>Il festival prevede una serie di attività, che vanno dall'inizio di dicembre 2018 alla metà di gennaio 2019, comprendenti: performance teatrali itineranti e non, incontri, happening, laboratori, workshop, percorsi di avvicinamento alla teoria e alla pratica teatrale, mostre, visite guidate.</p> <p>Le iniziative si propongono di avere le seguenti finalità:</p> <ul style="list-style-type: none"> • promuovere una connessione tra la vicenda umana e artistica di Leo de Berardinis alla città che lo ha ospitato e ispirato per oltre un decennio, sviluppando una maggiore consapevolezza nei cittadini e generando valori culturali e potenzialità turistiche che possano dare lustro al territorio anche in una visione a lungo termine (museo, teatro, residenze artistiche, giovani compagnie teatrali, etc.); • sviluppare processi di rigenerazione urbana del territorio attraverso un processo di co-creazione con i cittadini, costruendo un'identità condivisa che possa rappresentare un valore aggiunto per la comunità, aumentando la partecipazione alle attività di sviluppo del territorio;

		<ul style="list-style-type: none"> • favorire la conoscenza della città di Marigliano oltre i confini locali, attraverso la creazione di eventi di respiro internazionale in grado di coinvolgere turisti e appassionati; • svolgere azioni di marketing territoriale, connettendo fortemente nell’immaginario (tramite la pratica di eventi sul territorio) la dimensione identitaria legata all’eredità lasciata dal lavoro di ricerca condotto da Leo de Berardinis e dalla compagna Perla Peragallo, a quella della costruzione del posizionamento competitivo sul piano turistico; • creazione di un network di interscambio tra la dimensione territoriale e gli operatori internazionali del settore teatrale e performativo, al fine di creare occasioni future di sinergie progettuali.
2)	<p align="center">Coerenza dell’evento con gli obiettivi e le finalità dell’avviso</p>	<p><i>Donliò Festival</i> risulta pienamente coerente con gli obiettivi e le finalità dell’avviso, attraverso le seguenti motivazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> • l’esperienza del cosiddetto “Teatro di Marigliano”, portata avanti da Leo de Berardinis e Perla Peragallo, conosciuta e riconosciuta a livello internazionale come parte integrante della storia del teatro, rappresenta un eccezionale volano per rafforzare l’attrattività turistica del territorio e della Campania, generando processi virtuosi di riconoscimento del brand regionale sui mercati turistici italiani ed esteri; • la presenza di esperienze teatrali e performative nazionali e internazionali favorisce il superamento della dimensione locale di attrattività turistica, ampliando la domanda e favorendo, di conseguenza, lo sviluppo dell’offerta sul territorio, allo scopo di aumentare i flussi turistici; • la creazione di processi identitari, favorita dalle attività realizzate dal progetto, genera valore sociale ed economico sul territorio, attraverso una nuova consapevolezza dell’appartenenza a una comunità attiva, permette lo sviluppo di sinergie tra enti pubblici e privati, al fine di aumentare il benessere del territorio; • la proposta di esperienze artistiche in grado di agire sul territorio attivamente, permette un proficuo dialogo tra cittadinanza attiva, giovani e figure sensibili del territorio, al fine di co-creare parte degli eventi del festival in una esperienza condivisa;

3)	<p style="text-align: center;">Mercato nazionale/internazionale di riferimento</p>	<p>L'iniziativa mira a catalizzare flussi turistici nazionali e internazionali, quantificabili sulla base dei seguenti dati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • nel 2017 la Campania, con quasi nove milioni di visitatori, ha fatto registrare la seconda migliore performance in Italia (la prima nel Sud Italia) nel settore del turismo legato ai beni culturali, secondo i dati divulgati dal Mibact; • il settore della performing art in Italia evidenzia segnali di crescita (9,6% di valore aggiunto e 8,5% di occupati in più rispetto al 2016), portandosi allo 0,6% di valore aggiunto e allo 0,5% di occupazione sul totale dell'intera economia italiana, secondo dati di Fondazione Symbola-Unioncamere; • la spesa turistica attivata dall'industria culturale e creativa è pari al 38,1% del totale dell'intera spesa turistica, attestandosi su valori di 30,9 miliardi di euro, secondo dati di Fondazione Symbola-Unioncamere. <p>L'evento, in virtù del suo respiro internazionale, si propone di attirare, attraverso le sue molteplici articolazioni, un pubblico nazionale e internazionale interessato alla cultura e/o appassionato di teatro e arti performative. A tale scopo si adotterà una strategia comunicativa in grado di compulsare l'interesse del mercato nazionale e internazionale di riferimento, sia attraverso materiali cartacei e online, sia attraverso una capillare attività di ufficio stampa in grado di raggiungere le riviste di settore e travalicare i confini locali.</p>
4)	Luogo di svolgimento:	Marigliano
4.1)	Locations	<p>Marigliano si trova nella pianura a nord del Vesuvio, in prossimità dell'Area Nolana e forma un unico agglomerato urbano con i comuni limitrofi. Il comune (29.915 abitanti) si è sviluppato lungo la Strada statale 7 bis di Terra di Lavoro nel tratto che collega Pomigliano d'Arco a Nola, fa parte della Città Metropolitana di Napoli e dista 27 km dal capoluogo partenopeo. La città presenta una chiara vocazione rurale, grazie alla vastità delle campagne che la circondano, ma anche un grande potenziale turistico, in virtù della connotazione storica e culturale di grande rilievo. In questa cornice si inserisce anche la ricca esperienza di Leo de Berardinis e del "Teatro di Marigliano", sviluppatasi negli anni Settanta del secolo scorso.</p>

		<p>Le locations individuate esprimono la volontà di intrecciare varie tipologie di tessuto urbano, al fine di incastonare gli eventi nella variegata dimensione cittadina:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pontecitra: rione periferico che comprende anche il comparto 219; • Castello Ducale: dimora storica di proprietà delle suore dell'Ordine Vincenziano che vanta anche la presenza di una vasta area boschiva; • Centro storico: suggestivo reticolo di cardì e decumani che restituiscono, ancora oggi, la presenza dei Romani, dal cui castrum prese origine la città; • Aula Consiliare: salone istituzionale della Casa Comunale; • Centro Socioculturale: ex chalet della villa comunale, oggi riqualificato e restituito alla cittadinanza in forma di biblioteca e polo culturale di riferimento; • Masseria O' Sentino: antica masseria, situata in località Vasca San Sossio (San Vito), nella quale nacque e si sviluppò il progetto artistico di Leo de Berardinis e Perla Peragallo, che lì abitavano e lavoravano. • Parco Verde di Miuli: polmone verde della città, affidato a gestione privata.
4.2)	<p>Tipicità locali e tradizioni valorizzate</p>	<p>L'evento <i>Donliò Festival</i> nasce per riportare a Marigliano il teatro, da sempre valore aggiunto di una comunità, e per farlo si richiama alla formidabile esperienza performativa e di ricerca di Leo de Berardinis e Perla Peragallo, due tra i più rinomati autori e attori teatrali italiani che negli anni Settanta del secolo scorso scelsero proprio la città di Marigliano per rilanciare la propria verva artistica dopo l'esperienza di quello che definirono "il teatro come errore". I fecondi anni campani portarono i due a dare vita al cosiddetto "Teatro di Marigliano", compagnia di non attori che lavorava sul concetto di "poesia teatrale" e che ottenne grandi riconoscimenti anche e soprattutto oltre i confini nazionali. Nonostante una vicenda umana e artistica di tale portata, il teatro a Marigliano non ha mai attecchito e l'esperienza di Leo de Berardinis rischia, ad oggi, di essere addirittura dimenticata dai più. Per questo motivo il festival vuole rappresentare un motore che permetta di valorizzare quella vicenda attraverso nuove e aggiornate esperienze performative da proporre in maniera itinerante e coinvolgente in ogni angolo della città.</p>
5)	<p>Funzionalità dell'intervento con particolare riferimento a:</p>	

5.1)	<i>promozione e valorizzazione del territorio e dei suoi elementi di attrattiva</i>	<p>L'iniziativa si propone di valorizzare l'eredità artistica lasciata dall'esperienza del "Teatro di Marigliano", sviluppata da Leo de Berardinis e Perla Peragallo, inserendosi nello sviluppo di una strategia a lungo termine di rigenerazione urbana basata sulla cultura, secondo i modelli teorizzati anche dall'Unione Europea (vedi Libro Bianco sulle industrie culturali e creative) e applicati in vari contesti, più o meno ampi, in tutto il mondo.</p> <p>L'iniziativa, attraverso la suddetta strategia, sa essere aggregatrice, formatrice e orientatrice di creativi progetti, organizzazioni e imprese che insistono sul territorio e che lavorano, a più o meno titolo, con o nelle industrie culturali creative, in particolar modo quelle legate alle performing arts.</p>
5.2)	<i>integrazione delle risorse esistenti</i>	<p>La manifestazione diventa un veicolo per stimolare la maturazione di un sistema territoriale economico, ispirato alla dimensione strategica del distretto evoluto, con gli operatori di diverse filiere che collaborano, interagendo tra loro, sulla base delle loro competenze specifiche, ma in quadro di valorizzazione complessiva dell'offerta locale intesa come somma (con effetti olistici) delle sue componenti essenziali.</p> <p>In questo senso si intende lavorare su due livelli di capacitazione del tessuto sociale locale, al di là dell'impatto economico immediato generato dall'iniziativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunità dei residenti: ingenerare la percezione crescente di una possibile e plausibile evoluzione dell'offerta turistica grazie a una valorizzazione rinnovata dell'identità locale, con forti effetti di consolidamento del senso della comunità; • Operatori commerciali: proporre modelli di sviluppo delle attività coerenti con una proiezione multidisciplinare, consentendo l'acquisizione di una competitività aumentata sul mercato nazionale e internazionale.
5.3)	<i>aspetti di valorizzazione delle strutture e dei servizi turistici</i>	<p>Sul territorio comunale insistono al momento 3 strutture ricettive, per un totale di 66 posti letto. Inoltre, in città sono presenti ben due stazioni dell'EAV (ex Circumvesuviana) che mettono in collegamento i luoghi del festival con Napoli e buona parte dell'attuale Città Metropolitana.</p>
6)	Cooperazione e modalità di messa in rete degli eventi su base tematica e/o territoriale:	
6.1)	<i>Forme di cooperazione e aggregazione tra soggetti pubblici e privati su base tematica e/o territoriale</i>	<p>In virtù della poliedricità dell'esperienza teatrale e artistica della compagnia di Leo de Berardinis è possibile, oggi, creare solide sinergie con alcune delle più feconde realtà associative del territorio</p>

		<p>mariglianese. In particolare si fa riferimento a Skidoo Records, associazione che da ben dodici anni organizza il “Marigliano in Jazz”, festival di musica jazz che caratterizza l’estate in città e che ben si presta a realizzare l’intenzione del “Teatro di Marigliano” di promuovere un “teatro jazz”, fatto di contaminazione e improvvisazione, proprio come la proposta musicale di Skidoo; inoltre, è significativo il potenziale espresso dalla collaborazione con Pan Polis – Il Circolo, l’unica associazione mariglianese che si occupa di teatro, promuovendo attività significative in tal senso e organizzando da ben otto anni l’evento <i>Gens Mariliani</i>, rievocazione storica che apre una finestra sulla storia del territorio in questione. Infine, molto solida sarà la cooperazione con l’Associazione culturale Oltremarigliano, attiva da oltre venticinque anni in città e protagonista di ben due iniziative dedicate a Leo de Berardinis: la pubblicazione di un volume sul “Teatro di Marigliano” e un evento in ricordo di quella esperienza, con tanto di performance teatrale a ridosso della masseria che ospitò la vicenda artistica all’epoca. Tutti i soggetti sopracitati daranno un valido contributo per la realizzazione del festival, sottolineandone il solido legame con il territorio e la sua identità culturale.</p>
6.2)	<p><i>Elementi di rafforzamento dell’offerta e dei servizi dedicati ai fruitori dell’iniziativa</i></p>	<p>L’evento si prefigge l’obiettivo di condurre i fruitori dell’esperienza teatrale alla scoperta della città attraverso un sistema performativo itinerante che sappia coinvolgere l’intero tessuto sociale. A tal fine sono previsti elementi rafforzativi dell’offerta quali passeggiate paesologiche, visite guidate (recitate e non), mostre volte alla promozione della conoscenza e della divulgazione dei luoghi e degli aspetti meno conosciuti della città, info points, navette e adeguata segnaletica.</p> <p>L’evento contempla anche la realizzazione di servizi ad hoc, dedicati ai fruitori dell’iniziativa: la “Donliò Card” potrà essere utilizzata per godere delle convenzioni con gli esercizi commerciali che parteciperanno all’iniziativa, favorendo sinergie atte alla promozione turistica del territorio.</p>
6.3)	<p><i>Economie di scopo generate nella gestione dei servizi e per la maggiore visibilità e fruibilità da parte dei visitatori e dei turisti</i></p>	<p>L’evento si propone di migliorare la capacitazione turistica del territorio attraverso l’attrazione di flussi turistici culturali, con particolare riguardo a quelli legati alle arti performative e al teatro. L’occasione dell’evento diventa, quindi, un modo per far conoscere il territorio e le sue attrattive, allo scopo di favorire, anche in periodi diversi dall’evento, un incremento di visitatori e turisti in grado di generare valore aggiunto sul territorio, e permettere uno sviluppo dell’economia locale (attività ricettive, ristorative, servizi turistici, etc.). L’occasione dell’evento permette, inoltre, di ripensare la strategia turistica del territorio, favorendo la creazione di nuove</p>

		sinergie e servizi in grado di migliorare la qualità della vita del turista.
7)	Palinsesto e programma dettagliato	<p>Il palinsesto della manifestazione prevede la disposizione delle attività nel periodo che va dal 1 dicembre 2018 al 20 gennaio 2019, in cui prenderanno vita i vari eventi.</p> <p>Il format dell'evento si compone di una serie di attività performative (spettacoli teatrali, performance itineranti, happening, etc.) che si basano sulla costruzione di un dialogo tra la cittadinanza e gli artisti ospitati, attraverso interazione e/o processi di co-partecipazione alla creazione degli spettacoli.</p> <p>Al fine di realizzare quanto detto, si prevede una serie di attività laboratoriali, preliminari, che anticipano e preparano l'evento, coinvolgendo fasce sensibili della popolazione (giovani, scuole, periferie, etc.) nella realizzazione di parte di esso.</p> <p>A fare da corollario alle iniziative più prettamente spettacolari, si prevede una serie di incontri, mostre, workshop, masterclass e visite guidate che evidenzieranno, da un lato, il forte legame con il territorio e con l'opera di Leo de Berardinis, e dall'altro, svilupperanno le tematiche del "Teatro di Marigliano", dando loro un nuovo senso condiviso nella contemporaneità.</p>
8)	Cast artistico	Si prevede la presenza di compagnie nazionali e internazionali di teatro, riconosciute tra le più interessanti del panorama contemporaneo, come Rimini Protokoll, Mammalian Diving Reflex, Fanny & Alexander, Francesca Mazza, Alex Cecchetti, Accademia degli Artefatti, Antonio Latella, Roberto Latini, Davide Iodice e la Scuola Elementare del Teatro, Damiano Rossi, Nunzio Spiezia (unico reduce dell'esperienza teatrale mariglianese), etc.
9)	Direttore Artistico/Curatore scientifico	Il direttore artistico scelto per l'evento è Franco Cappuccio, manager culturale e presidente di Scene Contemporanee, associazione e testata giornalistica con sede a Salerno. Cappuccio si è occupato di consulenze ed organizzazione eventi per prestigiose istituzioni come il British Council, Regione Campania, Matera 2019, Teatro Pubblico Pugliese, Siena 2019, etc. Realizza da anni numerosi eventi sul territorio regionale, dove ha portato artisti internazionali come Thurston Moore, Teho Teardo con Elio Germano e i Nouvelle Vague.
10)	Cronoprogramma dell'idea progettuale	<ul style="list-style-type: none"> • 1 settembre/30 settembre 2018 <ul style="list-style-type: none"> ○ Definizione della parte scientifica (contenuti e strumenti) per l'organizzazione dell'evento; ○ Definizione partnership con stakeholders locali, nazionali e internazionali. • 1 ottobre/31 ottobre 2018

		<ul style="list-style-type: none"> ○ Elaborazione progetto grafico e strumenti di comunicazione (visual e contenuti); ○ Definizione layout per allestimento degli appuntamenti nelle diverse location; ○ Perfezionamento degli accordi contrattuali con gli artisti già contattati; ○ Formazione e attivazione primaria dello staff del gruppo relativo all’event management e definizione del piano operativo con svolgimento delle attività preliminari; ○ Incontri di orientamento e comunicazione con gli operatori locali, nazionali e internazionali per la realizzazione dell’evento. ● 1 novembre/15 novembre <ul style="list-style-type: none"> ○ Lancio della campagna di comunicazione online sui social network, con costruzione dei canali su cui misurare la community di utenti a livello nazionale e internazionale. ● 16 novembre/30 novembre <ul style="list-style-type: none"> ○ Attivazione della campagna di comunicazione offline e dell’ufficio stampa; ○ Seconda fase della campagna di comunicazione online sui social media; ○ Attivazione della segreteria organizzativa relativa alla logistica e all’event management; ● 1 dicembre/20 gennaio <ul style="list-style-type: none"> ○ Svolgimento appuntamenti inclusi nel programma ● 21 gennaio/28 febbraio <ul style="list-style-type: none"> ○ Perfezionamento dei supporti di comunicazione relativi allo “storico” della manifestazione; ○ Rendicontazione finanziaria delle attività.
11)	<p style="text-align: center;">Piano di comunicazione dell’evento</p>	<p>Il piano di comunicazione prevede un segmento tradizionale - con l’attivazione dell’ufficio stampa regionale e nazionale – affiancato da un progetto di comunicazione digitale con portata nazionale.</p> <p>L’obiettivo strategico del piano di comunicazione è rendere rilevante l’area territoriale interessata dall’evento, per le dinamiche di scelta del consumo turistico del pubblico di appassionati del turismo culturale a livello nazionale.</p> <p>Il risultato quantitativo atteso è il raggiungimento di almeno due milioni e mezzo di utenti, profilati secondo interessi specifici attinenti all’iniziativa (teatro, arti performative, turismo, attrazione e/o</p>

		<p>interesse per i luoghi della Campania) grazie ai meccanismi di profilazione offerti dai social network. Il risultato quantitativo sarà oggetto di puntuale rendicontazione mediante fornitura di dati ufficiali restituiti dalle piattaforme web e social media impegnate (Facebook e Google in particolare).</p> <p>I social network sono parte essenziale della vita di relazione delle persone e per le dinamiche di consumo. Le piattaforme sono luoghi virtuali dove le persone trascorrono il loro tempo, acquisendo e proponendo stimoli per formare la propria di opinione e le scelte di consumo (il 63% degli utenti decide dei propri acquisti sui social).</p> <p>Il processo della comunicazione online si definisce secondo le seguenti aree:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategia: definizione dei valori e principi su cui costruire il messaggio essenziale; • Profilazione: accurato processo di definizione del target finale, attraverso l'analisi dei meccanismi di selezione offerti dai social media, in grado di raggiungere tutte le nicchie del mercato sulla base dei dati resi dagli utenti stessi; • Advertising online: pianificazione e creazione della campagna promozionale sul web, mediante una serie di annunci pubblicitari differenziati per contenuto, messaggio e destinatario. <p>Il piano operativo della comunicazione online prevede i seguenti punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costruzione dei canali social del progetto, con particolare riguardo alla piattaforma Facebook che in Italia conta 30 milioni di iscritti; • Redazione piano editoriale dei contenuti per la costruzione della community; • Individuazione del target finale mediante processo di profilazione tarato su: interesse per il turismo culturale, interesse per il teatro e le arti performative, interesse e frequentazione della Campania. Il tutto sarà integrato dalla segmentazione dei messaggi su base anagrafica; • Preparazione e sviluppo della campagna di advertising sui canali social; • Monitoraggio e rendicontazione dei numeri effettivi sviluppati dalla campagna di comunicazione online.
C	ANALISI DELLA DOMANDA	

1)	<p>Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi di visitatori/turisti</p>	<p>L'evento si configura come capace di attrarre un variegato numero di persone sia sul bacino locale (visitatori) che su quello nazionale e internazionale (turisti).</p> <p>La presenza di ospiti di livello internazionale configura l'intera manifestazione come un momento imperdibile sul territorio nazionale, sia per quanto riguarda gli appassionati di teatro e arti performative, che potranno trovare artisti di fama mondiale in grado di invogliarli a partecipare all'evento, sia per coloro interessati al turismo culturale, che potranno vivere una nuova esperienza territoriale a stretto contatto con la comunità di cittadini.</p> <p>Per quanto riguarda i flussi turistici, si deve notare come il principale asset del progetto – gli eventi culturali – abbia un peso specifico importante nelle scelte di destinazione turistica dei visitatori. Infatti, secondo le ultime ricerche disponibili dell'ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) che si rifanno all'anno 2013, la scelta del luogo dove compiere la vacanza da parte dei turisti, in Italia e nel mondo, è dettata dal 2,2% dei casi dagli eventi culturali. Anche qui, la presenza di ospiti internazionali e l'unicità dell'evento sul territorio nazionale sono in grado di attrarre visitatori sia locali che turisti, in grado di generare poi valore aggiunto non solo all'interno dell'evento ma anche su tutto il territorio in cui esso insiste.</p>
2)	<p>Tipologia dei destinatari</p>	<p>I destinatari sono afferenti principalmente a una tipologia di profili, ossia i fruitori di eventi culturali.</p> <p>Questi – secondo dati ISNART – sono in numero leggermente maggiore maschi (57,5% - segno comunque di un tipo di prodotto vissuto spesso anche in coppia), compresi in un'età tra i 18 e i 44 (con un picco nella fascia 25/34), hanno il diploma in Italia mentre all'estero sono principalmente laureati, sono studenti (22%) oppure impiegati o insegnanti (20,7%) e hanno una condizione economica media (57,7%), a volte tendente al superiore (16,5%) o alla media inferiore (15,7%) ma rimanendo sostanzialmente in quella zona.</p>
3)	<p>Priorità dell'intervento per il territorio</p>	<p>Contestualizzare in un ambito tematico, economico e culturale più ampio le attività tradizionali di un territorio – nella fattispecie l'eredità del lavoro di ricerca e artistico di Leo de Berardinis e Perla Peragallo – è un passaggio essenziale per consentirne l'evoluzione legata al mutare dei consumi in senso esperienziale, secondo i trend dell'economia contemporanea.</p>

D	FATTIBILITÀ FINANZIARIA	
1)	Piano Finanziario dell'intervento (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)	
1.1)	Uscite tot.	70.000 €
A	Voci di spesa	<ul style="list-style-type: none"> • Progettazione e management <ul style="list-style-type: none"> ○ Direzione artistica: 3.500 € ○ Coordinamento ed event management: 6.500 € • Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> ○ Personale di supporto (segreteria organizzativa, operation): 5.000 € ○ Cachet artisti: 25.000 € • Logistica <ul style="list-style-type: none"> ○ Allestimento gestione e disallestimento aree performative (palco, impianti musicali, illuminazione): 10.000 € ○ Allestimento gestione e disallestimento strutture per esposizioni o altro: 3.000 € • Comunicazione <ul style="list-style-type: none"> ○ Progetto grafico (visual identity e declinazione): 2.500€ ○ Ufficio Stampa: 2.500 € ○ Comunicazione in-site (produzione supporti di comunicazione, brochure, manifesti promozionali, x-banner, banner ornamentali): 7.000 € ○ Comunicazione online (campagne di promozione di social della durata di tre mesi con progettazione strategica, digital reporting, realizzazione supporti multimediali): 5.000 €
1.2)	Entrate tot.	70.000 €
A	Finanziamento richiesto alla Regione	70.000 €
B	Eventuale diretta partecipazione finanziaria del Comune proponente	0 €
C	Eventuali contributi e/o finanziamenti da parte di Enti Pubblici	0 €

D	Ogni altra eventuale entrata (bigliettazione, sponsorizzazioni, merchandising, ecc...)	0 €
2)	Analisi finanziaria dell'evento	Il finanziamento richiesto alla Regione Campania copre la totalità dei costi del progetto. In un'ottica di un proficuo processo di rigenerazione urbana culture-based e di social innovation basata sulla co-creazione e la co-partecipazione tra comunità territoriale ed esperienze artistiche, gli eventi previsti dal progetto saranno proposti in maniera gratuita, al fine di sviluppare l'identità e il brand della città. Sarà cura dell'organizzazione, al fine di evitare sovraffollamenti e problematiche logistiche, monitorare l'interesse e la partecipazione del pubblico fruitore e proporre soluzioni in grado di permettere al maggior numero di persone possibile di fruire degli eventi.

E	RISULTATI ATTESI	
1)	Stima dei flussi turistici movimentabili	<p>Il sistema di rilevazione dell'impatto dell'evento è organizzato sulla base di un duplice indicatore, con una raccolta di dati affidata a due distinti canali, in modo da proporre un metodo innovativo in materia. I due filoni operativi sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raccolta di dati da operatori commerciali e turistici del comune, grazie alla partnership con le associazioni di categoria locali (in linea con i criteri suggeriti dalla tradizionale impostazione delle analisi sulla capacità ricettiva regolata dalla direttiva comunitaria 95/57/CE, riguardante la raccolta dei dati statistici nel settore turismo). Il campo di osservazione è costituito dagli esercizi ricettivi, ossia dagli esercizi alberghieri, da quelli complementari e dagli alloggi privati in affitto; • Raccolta di open data: organizzazione di attività di rilevazione in tempo reale mediante invito alla partecipazione degli utenti ad attività di intrattenimento mediante social media e smart devices (smartphone) secondo il criterio della gamification, indicato dall'Unione Europea come uno dei cardini della digital social innovation, attualmente oggetto di

		studio della commissione quale direttrice di sviluppo preferenziale di nuovi filoni di sviluppo integrato (vedere “Digital Social Innovation – Interim Report” – Waag Society per l’Unione Europea, 2015). Gli open data saranno raccolti tramite la rilevazione di piattaforme “terze” – quelle social media come Facebook – con indicatori numerici puntuali.
2)	Stima della durata della permanenza dei flussi turistici movimentabili	Stante la natura e la tempistica dei singoli appuntamenti della manifestazione, e il raffronto con la proiezione dei risultati ottenuti dai competitor dell’iniziativa, si stima che il pubblico dei non residenti coinvolto dovrebbe trascorrere mediamente una notte in ogni località per una percentuale vicina al 15% del flusso totale computato.
3)	Metodologie di rilevazione del grado di soddisfazione dei turisti	La soddisfazione dei turisti è rilevabile attraverso la combinazione dei seguenti elementi, valutati attraverso la raccolta dei data secondo modalità indicate nel punto E1: <ul style="list-style-type: none"> • Ricettività, che include il confort e la pulizia delle strutture, e la cordialità del personale di contatto; • Ristorazione, che include la qualità e qualità dell’offerta, la tipicità delle proposte e la cordialità e la competenza del personale; • Accessibilità e mobilità, che include la qualità dei collegamenti verso il territorio, l’efficienza dei trasporti interni, la facilità di spostamento sul territorio; • Servizi per i turisti, che include la qualità della segnaletica e dei servizi di informazione per i turisti, la presenza di itinerari tematici e visite guidate; • Intrattenimento e animazione, che include la qualità e l’allestimento degli spettacoli proposti, la qualità e l’allestimento delle esposizioni legate all’evento, la varietà e la qualità degli stand e dei prodotti; • Patrimonio storico e artistico, che include lo stato di conservazione e tutela dei beni storici e artistici e l’organizzazione delle attrazioni storico-culturali; • Condizioni ambientali, che include l’ordine pubblico e la sicurezza, la viabilità e i parcheggi, la pulizia e la manutenzione delle strade e i servizi di pubblico interesse.

F	IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI	
1)	Quantificazione e stima degli impatti attesi	Tra gli impatti diretti si prevede un aumento dell’occupazione dei posti letto e quindi della presenza di turisti sul territorio per la manifestazione, oltre che un aumento delle vendite di attività commerciali sul territorio. Rispetto alle medie turistiche del territorio, per tutti questi fattori si prevede un aumento tra il 15% e il 30% in

		<p>quel periodo di flussi turistici.</p> <p>Tra gli impatti indiretti si prevede un significativo miglioramento dell'identità culturale del territorio, e della sua percezione nei confronti dei visitatori regionali, nazionali e internazionali, oltre che a un aumento della capacitazione degli operatori del settore teatrale e performativo, legato al territorio.</p>
--	--	--