



# CITTÀ DI ISCHIA

Provincia di Napoli

## Originale Verbale di Deliberazione di Giunta Comunale

Seduta del 14/07/2011 N. 100

Oggetto: DECRETO DIRIGENZIALE N. 123 DEL 13/04/2011 DELL' "A.G.C. 13 - TURISMO E BENI CULTURALI" ADESIONE DEL COMUNE DI ISCHIA NELLA QUALITÀ DI PARTNER AL COMUNE DI CASAMICCIOLA TERME. APPROVAZIONE PROTOCOLLO D'INTESA. PROGETTO "LA BIENNALE DEL GUSTO"

L'anno **duemilaundici** , addì **quattordici** , del mese di **luglio** , alle ore **13,00** nella sala delle adunanze del Comune di Ischia, si è riunita la Giunta Comunale, convocata nelle forme di legge.

Presiede l'adunanza FERRANDINO GIUSEPPE, nella sua qualità di SINDACO .

Sono presenti gli Assessori Comunali:

COGNOME E NOME	QUALIFICA	PRESENTI
BOCCANFUSO LUIGI	VICE SINDACO	Si
BARILE CARMINE	ASSESSORE	Si
SCANNAPIECO PASQUALE	ASSESSORE	Si
PINTO ANTONIO	ASSESSORE	No
MATTERA OTTORINO	ASSESSORE	Si
DI MEGLIO GIUSEPPE	ASSESSORE	Si
IOVENE ENRICO	ASSESSORE	Si

Assiste il Segretario Generale dott. Giovanni Amodio

Il Presidente, dichiarata aperta la seduta, invita gli intervenuti a deliberare sull'argomento in oggetto.

### La Giunta Comunale

SU proposta dell'Assessore al Turismo;

PREMESSO:

CHE da anni questo Ente ha avviato politiche di destagionalizzazione tese all'allungamento della stagione turistica, al sostegno degli investimenti e dell'occupazione,

grazie anche alla preponderante forza trainante della risorsa termale, unica nel suo genere per peculiarità terapeutiche e capacità di donare benessere;

CHE le manifestazioni culturali appaiono un mezzo promozionale importante per sostenere la domanda anche in periodi di bassa stagione;

CHE con Decreto Dirigenziale n. 123 del 13/04/2011 dell' "A.G.C. 13 - Turismo e beni Culturali" della regione Campania veniva approvato l'avviso pubblico di cui all'oggetto per la definizione di un programma di eventi promozionali di risonanza nazionale ed internazionale, improntato al "racconto" della regione Campania, attraverso la scoperta dei suoi attrattori turistico-culturali, ed articolato in 2 distinte sessioni, "15 Giugno 2011 – 31 Ottobre 2011" e "01 Novembre 2011 – 30 Aprile 2012";

CHE il Comune di Casamicciola Terme intende presentare un progetto relativamente alla sessione "01 Novembre 2011 – 30 Aprile 2012", finalizzato alla promozione turistica ed alla valorizzazione dei beni e siti culturali territoriali dal titolo "LA BIENNALE DEL GUSTO";

CHE i Comuni che intendono accedere ai contributi di cui all'avviso de quo devono inoltrare istanza alla Regione Campania – Settore Sviluppo e Promozione Turismo – Centro Direzionale – Isola C5 – V piano – 80143 Napoli:

CHE la domanda, a pena di esclusione, deve essere corredata dalla deliberazione di approvazione della scheda progettuale, nonché del provvedimento di individuazione del Responsabile Unico del procedimento;

Premesso altresì:

CHE ai sensi dell'art. 3 dell'Avviso, possono presentare congiuntamente una proposta progettuale più Enti Locali associati in Partenariato che abbiano formalizzato l'associazione mediante specifico accordo (di seguito, per brevità, "Protocollo d'intesa");

CHE ai sensi del medesimo articolo, possono aderire al protocollo gli Enti direttamente interessati all'evento, i Comuni limitrofi ovvero gli Enti locali che, per motivate peculiarità paesistiche, naturalistiche, culturali, funzionali e tematiche, risultano strettamente e sinergicamente integrati tra di loro e con gli attrattori culturali e naturali valorizzati attraverso l'evento – tali quali sono i comuni dell'isola d'Ischia, costituente di per se un unicum sia rispetto alle caratteristiche qui sopra individuate sia rispetto all'offerta turistica;

CHE congiuntamente i comuni di Casamicciola Terme, Ischia, Forio, Procida e Barano intendono formalizzare la propria associazione ai fini della partecipazione al bando regionale con l'evento "LA BIENNALE DEL GUSTO", in virtù dell'importanza che la risorsa termale e gli attrattori culturali rivestono per il sostegno della domanda turistica dell'isola d'Ischia, e di conseguenza, dell'intera regione Campania;

CHE gli Enti sopraccitati intendono disciplinare gli impegni reciproci stipulando un ufficiale "protocollo d'intesa";

RITENUTO, pertanto:

- di approvare la scheda progettuale che si allega come parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
- di approvare lo schema di protocollo d'intesa che si allega come parte integrante e sostanziale del presente atto;

tutto ciò premesso,

VISTO il D. D. n. 123 del 13 aprile 2011 della regione Campania;

VISTA la scheda progettuale de "LA BIENNALE DEL GUSTO";

VISTO il protocollo d'intesa tra i Comuni summenzionati;

ACQUISITI i pareri favorevolmente espressi ai sensi dell'art. 49 D.lgs. 267/2000;

CON voti unanimi resi nelle forme di legge;

## **d e l i b e r a**

1. la premessa è parte integrante e sostanziale del presente atto;

2. di approvare:

- la scheda progettuale dal titolo "LA BIENNALE DEL GUSTO";
- lo schema di protocollo d'intesa tra i Comuni summenzionato;
- per gli effetti aderire nella qualità di partner al Comune di Casamicciola Terme;

Prendere atto che il presente provvedimento non comporta impegni di spesa;  
Allegare al presente provvedimento il prospetto riepilogativo dei pareri espressi ex art. 49 d.lgs. 267/2000;

Dichiarare la presente ai sensi dell'art. 134 c. 4 del d.lgs. 267/2000, immediatamente eseguibile, con votazione separata ad esito unanime.

**Del che il presente verbale.**

**IL PRESIDENTE**

**Ing. Giuseppe Ferrandino**



**IL SEGRETARIO GENERALE**

**Dott. Giovanni Amodio**



INIZIATIVA PER LA  
COMPOSIZIONE DEL PROGRAMMA DAL TEMA  
IL "RACCONTO" DELLA CAMPANIA  
LA BIENNALE DEL GUSTO

SESSIONE "01 NOVEMBRE 2011 - 30 APRILE 2012 "

DELIBERAZIONE DI GIUNTA REGIONALE N. 111 DEL 21/03/2011

SCHEMA PROGETTUALE

A	IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO	
1)	Titolo del progetto	La Biennale del Gusto
2)	Ente Locale proponente	COMUNE DI CASAMICCIOLA TERME
	Sede principale	Via Principessa Margherita N.42,
	Telefono	081/5072535
	Fax	081/5072557
	E-Mail	turismo@comunecasamicciola.it
3)	Responsabile Unico del Procedimento	Dott. Giuseppe Pisani
	Telefono	081 5072535
	Fax	0815072557
	E-Mail	turismo@comunecasamicciola.it
4)	In caso di partenariato dell'Ente proponente/capofila con altri soggetti pubblici, ai sensi del punto 3.2 dell'Avviso Pubblico	
4.1)	Altri Enti Locali coinvolti	Comune di Ischia (Na) – sede Comune di Forio d'Ischia – sede Comune di Procida Comune di Barano d'Ischia
4.2)	Protocollo d'Intesa	L'isola d'Ischia, sia dal punto di vista storico culturale che dal punto di vista dell'offerta turistica, con particolare riferimento al prodotto

		termale, rappresenta un inscindibile unicum territoriale e come tale va promosso. In tale direzione va la sottoscrizione del protocollo d'intesa, atto a garantire una valenza promozionale esterna unitaria, sia per l'isola stessa che per la Regione Campania, di cui rappresenta la principale risorsa turistica, in termini di numero di presenze turistiche realizzate e di contribuzione fiscale.
5)	Edizioni precedenti	nessuna

B	DESCRIZIONE DELL'EVENTO	
1)	Finalità ed obiettivi dell'evento	<p>L'idea che anima l'evento LA BIENNALE DEL GUSTO è quella di promuovere la caratteristica identitaria e culturale più radicata in un territorio come nella sua popolazione: le mille sfaccettature del gusto. Il cibo, e dunque i prodotti, la lavorazione, la tradizione culinaria, i mille segreti che, coniugati insieme, infine restituiscono sapori particolarissimi e tipici che si identificano e identificano, di conseguenza, fortemente i territori cui appartengono, rappresentano da un lato la carta d'identità più autentica dell'essere umano (mangio ciò che sono, e sono ciò che mangio), dall'altra un momento di condivisione, di amicizia, di ospitalità... perfino di salvezza. Il cibo, dunque, è il collante più forte che unisce gli uomini e li rappresenta (ricordiamo il ruolo portante che nelle più differenti culture, hanno avuto il cibo, la sua simbolicità e il rapporto che riesce a stabilire fra le persone (dai simposi degli antichi Greci e Romani all'Ultima Cena con tutta la sua portata simbolica che rimane intatta da millenni, ai tradizionali cibi collegati, in ogni cultura, a momenti topici della vita dei singoli come delle comunità). Riteniamo, quindi, sia vincente in quanto rispondente a tendenze naturali e culturali molto forti, l'idea di cavalcare lo spirito dei gusti di tutto il mondo per riunire ad Ischia chef di fama internazionale per una settimana di incontri, presentazioni, gare, e, infine, premiazioni, con</p>

L'ASSEGNAZIONE DEGLI OSCAR DEL GUSTO, con i quali verranno premiati – divisi per categorie – le elaborazioni, i piatti, i sapori e le presentazioni sceniche delle più esclusive pietanze del mondo. In tal modo, Casamicciola Terme, che è il cuore dell'isola d'Ischia, e tutta l'isola d'Ischia, e con essa la regione Campania, e infine l'Italia, diventeranno il luogo dove si celebrerà uno tra i più importanti eventi enogastronomici del mondo. Ischia si avvantaggerà delle importanti e attrezzatissime sale dei tanti alberghi a cinque stelle disseminati sul territorio: in tal modo, avremo a nostra completa disposizione le attrezzature più sofisticate e gli spazi più adeguati per permettere a gli chef di esprimersi, ma soprattutto avremo a disposizione location dalla bellezza mozzafiato e dalle impeccabili caratteristiche della migliore ospitalità. Tutto sembra esser nato solo per confluire in questo progetto!

La Biennale del Gusto si riallaccia, raccogliendone l'eredità ed amplificandone la portata sul piano internazionale, alla relevantissima manifestazione "Ischia Vintage" che, dal 2003, dunque da otto anni, si celebra con grande successo nel vicino comune di Lacco Ameno presso l'albergo della Regina Isabella. Essa ha portato nell'isola d'Ischia celebri chef pluripremiati che hanno realizzato serate a tema: da Vincenzo e Ernesto Iaccarino del Don Alfonso di S. Agata sui due Golfi, ad Antonio Santini del tre stelle Aimò e Nadia di Canneto sull'Oglio a giovani emergenti, come il siciliano Vincenzo Candiano all'irpino Antonio Pisaniello. Infatti, inserendo questo titolo nei motori di ricerca sarà possibile verificare il successo e l'audience che questa manifestazione ha rinnovato di anno in anno nel cuore di migliaia di visitatori. Tornando al progetto della Biennale del Gusto, vale la pena di rimarcare alcuni aspetti, tutti di fondamentale interesse: il primo è l'eccezionale visibilità che, attraverso i

		<p>media, i canali tematici, le guide specializzate e le migliaia di riviste nazionali ed internazionale dedicate al mangiare, si conferirà sicuramente a questo evento. In secondo luogo, l'originalità del progetto che, facendo leva sul bisogno primario – nutrirsi appunto – ma anche sul più sofisticato di tutti i piaceri – il gusto – non ha uguali, né per complessità del programma né per ambizione degli obiettivi, ponendosi come un progetto assolutamente innovativo e di alta portata culturale. In terzo luogo, l'indiscutibile fascino attrattivo che sicuramente, inserito in un adeguato programma turistico e di promozione e comunicazione dell'evento stesso, avvantaggerà enormemente l'economia campana e in particolare quella dell'isola d'Ischia, che oggi rappresenta il 20% del fatturato turistico di tutta la Regione. E' altamente probabile che un target di turismo di fascia media e medio-alta si appassionerà a questo progetto e che, sulla scia di tale passione, potranno essere proposti interessantissimi pacchetti di ospitalità per accogliere i visitatori.</p> <p>Infine: la destagionalizzazione. Questo progetto verrà sviluppato nel periodo immediatamente successivo alla Pasqua, quando gli alberghi sono tutti funzionanti, mentre i flussi turistici calano. Con questa calendarizzazione, quindi, ci proponiamo di dare ulteriore contributo e impulso economico all'attività del comparto turistico in tutta la Regione (con la speranza che questo format possa dar vita – si veda quanto accaduto intorno alla kermesse di Umbria Jazz – ad ulteriori manifestazioni satellite disseminate in tutto il territorio campano).</p>
2)	Mercato nazionale/internazionale riferimento	di L'importanza e la centralità dei "numeri" turistici dell'isola d'Ischia per la intera Regione Campania sono noti. Con circa 4 Milioni di presenze notte per stagione (nonostante le

		<p>flessioni degli ultimi anni), Ischia rappresenta il "distretto turistico industriale" più importante del Sud Europa. Da esso la Regione non può prescindere in un'azione di rilancio dell'industria turistica, traendone in termini di contribuzione IRAP/IRPEF un gettito vicino ai 100 Meuro. Le modificazioni delle aree di provenienza dei turisti intervenute negli ultimi dieci anni, con il crollo repentino del mercato di lingua tedesca hanno visto nel mercato italiano una valida alternativa di vendita per le oltre 300 strutture ricettive dell'isola. Compito dell'ente pubblico è stato quello di assecondare, in tale particolare ambito, la domanda proveniente dal pubblico italiano, di media età e medio reddito, quale complemento culturale della consolidata offerta di benessere termale, punto centrale della scelta dell'isola nei mesi di bassa stagione.</p> <p>La manifestazione così prevista, rappresenta un più che valido supporto alla promozione del variegato ventaglio dell'offerta turistica isolana.</p>
3)	<p>Coerenza con il tema portante della programmazione: il "racconto" della Campania</p>	<p>L'intervento è coerente con gli obiettivi del POR, relativi alla valorizzazione ed alla conoscenza ulteriore dei beni e dei siti culturali, ambientali e paesaggistici, contribuendo alla riqualificazione ed allo sviluppo di servizi e attività connesse, favorendone l'integrazione con altri servizi turistici, svolgendosi la manifestazione nelle location più significative dell'isola sotto tali punti di vista. Realizza, viepiù, obiettivi di riequilibrio delle presenze sul territorio regionale, con effetti positivi anche sugli indicatori economici e occupazionali.</p> <p>La Biennale del Gusto risponde, ancora, con le attività complementari e collaterali, alla diffusione della conoscenza dei beni culturali mediante la promozione di studi, mostre, esposizioni nonché alla promozione del sistema dei beni culturali della Campania sui mercati nazionali ed internazionali ed alla valorizzazione e diffusione della conoscenza dei beni e dei siti di interesse storico, artistico, architettonico, archeologico e paesaggistico, attraverso l'organizzazione di iniziative, eventi e itinerari culturali strettamente connessi ai beni e ai siti culturali. Infine, siamo certi che, la Biennale del Gusto per l'importanza, radicamento e portata promozionale che ha raggiunto l'evento di Ischia Vintage, e per la</p>

		originale progettazione, suddivisa su più eventi, rappresenti il punto focale della stagione ischitana e che si inserisca a pieno titolo nel circuito dell'offerta turistica campana. In sostanza, il gusto ed il coinvolgimento culturale che genera, rappresentano il vero "valore aggiunto" per raccontare le specificità della nostra terra, in termini di accoglienza, ospitalità, presentazione dei luoghi e delle sue risorse (tradizioni, mare, terme, paesaggi caratteristici, storia locale, viti-vinicoltura e agricoltura con le strutture architettoniche ad esse collegate, come le cantine, aziende di produzione agricola tipiche).
4)	Luogo di svolgimento	Ischia e i suoi prodotti, sapori, tradizioni.
4.1)	Descrizione delle locations	<p>1) <u>Hotel Terme Manzi</u>: le antiche Terme Manzi, oggi intelligentemente ristrutturate, rappresentano il fulcro storico dell'accoglienza termale e delle cure di benessere a Casamicciola; è qui che l'eroe Giuseppe Garibaldi venne a curarsi le orribili ferite dell'Aspromonte, ed è da questo luogo di benessere che prende il via la nostra avventura nel mondo del gusto. Oggi, vi lavora nel ristorante gourmet "Il Mosaico" lo chef pluristellato Michelin nonché Grand Chef della catena del lusso Relais &amp; Chateaux, Nino Di Costanzo, che ha ideato (fra gli altri) lo spettacolare piatto "Coniglio in crosta di argilla", coniugando perfettamente l'uso delle materie prime 'termali', quali l'argilla appunto, con il cibo di più autentica tradizione ischitana, il coniglio.</p> <p>2) <u>Osservatorio Geofisico</u>: è stato la prima sofisticatissima stazione di rilevamento dei movimenti tellurici ideata e fatta costruire nel 1885 dal genio di Giulio Grablowitz, eminentissimo studioso dei fenomeni geologici. In questa villa, appena ristrutturata dal comune di Casamicciola Terme, e caratterizzata dalla spettacolare vista a volo d'uccello su tutto il territorio casamicciolense, verranno svolte mostre, conferenze e incontri tematici, tutti</p>

		<p>relativi al rapporto tra la cultura ed il gusto.</p> <p>3) <u>Hotel Villa Savoia</u>: altra location tanto antica quanto fascinosa. Un tempo villa di campagna, si erge a ridosso di una collinetta casamicciolese che guarda sorridente sia l'Epomeo che l'azzurro mare Mediterraneo. Anch'esso recentissimamente ristrutturato con meticolosa attenzione, rappresenterà il luogo ideale per meeting e conferenze.</p> <p>4) <u>Il Porto</u>: lo storico porto di Casamicciola Terme, utilizzato per secoli prima dell'apertura del cratere lago a Ischia, rappresenta il porto per antonomasia (più bello, ampio e sicuro), al quale hanno sempre attraccato le imbarcazioni che giungono ad Ischia. E' appunto lungo le sue sponde che, sfruttando i recentissimi ammodernamenti voluti sia dall'Amministrazione che dai gestori privati, si potranno accogliere eventi, incontri, presentazioni dal fortissimo impatto scenico. Il Porto è anche il cuore di Casamicciola Terme e l'anello di congiungimento tra turismo, economia e popolazione: appare, quindi, giusto che sia proprio in questo luogo che si sviluppino incontri di accoglienza e che, soprattutto, possa essere celebrata una delle cene più spettacolari, a bordo di un grandissimo panfilo ormeggiato nella darsena.</p>
4.2)	Collegamento con il bene o sito culturale e naturale valorizzato con l'evento	<p>Svolgendosi la Biennale del Gusto in primavera, a cavallo della Pasqua, i turisti coinvolti avranno modo di apprezzare tutta la valenza culturale e naturale delle location proposte al precedente punto 4.1., godendo così dei luoghi più belli e suggestivi caratterizzanti l'offerta turistica, con particolare riferimento all'offerta naturalistica ed enogastronomica. Inoltre, tenendosi l'Evento cui la Biennale si allaccia, Ischia Vintage fra l'estate e l'autunno, la collocazione della Biennale in primavera contribuirà a valorizzare anche in questa stagione le location prescelte e il territorio cui esse appartengono.</p>

5)	Funzionalità dell'intervento con riferimento ai seguenti aspetti:	
5.1)	Ricettività	23.000 posti letto in strutture alberghiere nell'isola d'Ischia
5.2)	Attenzione all'ambiente	<p>Casamicciola Terme è forse l'unico Comune isolano ad aver attrezzato un'area di stoccaggio dei rifiuti totalmente avulsa dai territori antropizzati e perfettamente in regola con le più recenti normative per non impattare sull'ambiente. Non è un caso che Casamicciola, anche nei momenti di peggiore crisi della raccolta dei rifiuti, ha sempre mantenuto altissimo lo standard di efficienza di raccolta e trattamento dei rifiuti e quindi di pulizia del paese, nel pedissequo rispetto delle leggi ambientali. Oggi, la partecipata del Comune AMCA ha raggiunto la significativa quota del 64% di raccolta differenziata. Il comune di Casamicciola Terme è l'unico ad aver favorito, attraverso una modifica del suo regolamento, gli sgravi fiscali a favore dei cittadini che operano il compostaggio domestico, raggiungendo la significativa percentuale di compostaggio domestico del 12%.</p>
5.3)	Servizi dedicati ai turisti	<p>Il comune di Casamicciola Terme ha da sempre una fortissima sensibilità e tradizione nell'accoglienza dei turisti: da anni opera con efficienza nella piazza principale della cittadina il più grosso INFOPOINT di tutta l'isola. Esso è gestito a cura della ProLoco Casamicciola Terme e stando immediatamente a ridosso dei punti di imbarco – come è giusto che sia – fornisce una puntuale assistenza di buona qualità ai turisti, per consentire loro di orientarsi nelle scelte e negli spostamenti su tutto il territorio isolano e non.</p> <p>Recentissimamente, proprio nello spirito dell'ospitalità che ispira il programma ArteCard, promosso dalla regione Campania, anche l'infopoint dell'Osservatorio Geofisico ha aperto i battenti per assistere i turisti, così come le portinerie di cinque dei principali alberghi hanno seguito un seminario di preparazione per fungere da altrettanti infopoint, disseminati oculatamente su tutto il territorio di Casamicciola Terme.</p>

<p>6)</p>	<p>Descrizione dell'evento</p> <p>Palinsesto e programma dettagliato</p>	<p>La Biennale del Gusto raccoglie, come già detto, l'eredità di Ischia Vintage nata nel 2003 presso il Regina Isabella e prestissimo allargatasi anche a Casamicciola, presso l'hotel Terme Manzi. Oggi, sfruttando l'imponente capacità ricettiva di tutta l'isola e, soprattutto, la perfetta organizzazione delle più importanti sale-cucina degli alberghi stellati, sarà possibile realizzare i sofisticati incontri enogastronomici, assecondando le esigenze dei maestri-chef internazionali che troveranno ad accoglierli strutture attrezzate al più alto livello. Inoltre, ricordando che Ischia è l'isola presso la quale è nato il primo bianco DOC campano e il secondo nazionale, nel 1966, e che, in passato come oggi, è una terra di prevalente tradizione agricola e vignaiuola, è importante sottolineare che prenderanno parte alla Biennale tutte le maggiori case vinicole isolane, partendo dalla storica e blasonata D'Ambra Vini all'elegante Pietratorcia e alle dinamiche Cenatiempo e Mazzella, per finire con la Case vinicole Muratori e Tommasone che hanno recentemente fatto notevolissimi investimenti economici, strutturali ed architettonici, riportando in vita due grossi poderi con altrettante belle e grandi cantine di vinificazione. Ed è proprio la cantina uno dei punti forti di questo progetto: infatti, oltre che negli attrezzati e blasonati hotels a cinque stelle, molti incontri ed attività di degustazione, comparazione ed assaggio delle pietanze verranno svolti in otto delle tantissime cantine disseminate in tutto il territorio dell'isola d'Ischia. Abbiamo, infatti, selezionato le otto cantine (alcune risalenti addirittura al '600) che rappresentano i luoghi più suggestivi ed autentici dove intrattenersi per sorseggiare vino e assaporare pietanze tradizionali. Il fatto che le cantine siano disseminate lungo tutto il territorio isolano consentirà di coinvolgere tutti i sei Comuni dell'isola. Preciso impegno della Biennale è, infatti, promuovere gli ambiti più reconditi, i luoghi di maggior fascino, ma soprattutto l'identità delle tradizioni più profondamente radicate nella storia plurimillenaria di quest'isola. In conclusione, il programma di incontri, e soprattutto le gare e quindi le premiazioni, verranno progettate in modo tale da coinvolgere un gran numero di luoghi dissimili fra loro, ma tutto</p>
-----------	--	--

		importantissimi per il valore intrinseco di ciò che in essi si produce (alberghi, ristoranti, cantine, vigne, aziende agricole e vinicole, ecc.)
7)	Cast professionisti	Grazie al lavoro di molti anni di pubbliche relazioni attraverso Ischia Vintage verranno coinvolti chef di grande fama, sia della regione Campania, che, lo ricordiamo è particolarmente ricca di figure di primo piano in questo settore, che italiani e stranieri, fra i quali Vincenzo ed Ernesto Iaccarino ed altri chef di fama e, naturalmente, le figure che operano direttamente sul territorio ischitano: il due stelle Michelin Nino Di Costanzo, Pasquale Palamaro dell'Indaco, ristorante gourmet del 5 stelle Albergo della Regina Isabella di Lacco Ameno, Crescenzo Scotti del Visconti di Ischia, Libera e Giovanni Iovine de Il Melograno di Forio; inoltre l'enologo Andrea D'Ambra dell'azienda vitivinicola D'Ambra Vini, Franco Iacono per Pietratorcia, il giornalista esperto di gastronomia Ciro Cenatiempo e altri esperti di primo piano del settore.
8)	Direttore Artistico/Curatore scientifico	All'approvazione del progetto, seguirà immediatamente la costituzione dell'Ischia International Academy of Food and Wine Vintage and Future. Di tale comitato faranno parte Giancarlo Carriero, Maria Polito, Alessandra De Lorenzo, Nino Di Costanzo, Franco Iacono e Andrea D'Ambra; sarà direttore artistico Riccardo Sepe Visconti. Ad essi si aggiungeranno altri esperti di fama mondiale. L'edizione 2012-2013 vedrà in Nino Di Costanzo, chef pluristellato Michelin, lo Chief Executive.
9)	Cronoprogramma dell'evento	1 febbraio 2012: Avvio della Promozione 2 marzo 2012: Insediamento curatore artistico, apertura ufficio stampa; 10 marzo 2012: Chiusura contrattazione chef e professionisti. 3 aprile 2012: Conferenza stampa di presentazione. 3 aprile 2012: diffusione materiale agli info point. 9 aprile: inizio comunicati stampa.

		14 - 21 aprile 2012: evento
10)	Piano di comunicazione dell'evento	<p><i>Premessa</i></p> <p>Il direttore artistico Riccardo Sepe Visconti, attuale assessore al Turismo, Cultura, Spettacolo e Comunicazione del comune di Casamicciola Terme, è un giornalista iscritto all'Ordine Professionale della Campania e da circa trent'anni opera con alta professionalità nel mondo della comunicazione, e che oggi egli stesso coordina la maggior rete di web TV che diffonde notizie da e sull'isola d'Ischia, ed è direttore del magazine Ischiacity, che da oltre sette anni realizza con successo la più importante rivista interamente dedicata ad Ischia: tutto ciò garantisce al progetto la massima cura sul piano della comunicazione e del rapporto coi media. E', infatti, precisa volontà del direttore artistico Riccardo Sepe Visconti sfruttare questo evento per diffondere in tutto il mondo l'immagine di Ischia e della Campania, grazie all'impatto mediatico un argomento – il gusto - ricco di innumerevoli implicazioni seduttive ma anche culturali.</p> <p>L'obiettivo del piano di comunicazione è, innanzitutto, raggiungere i risultati attesi dal progetto. In secondo luogo occorre mantenere la notorietà necessaria per consolidarsi quale un punto di riferimento per gli addetti ai lavori e gli appassionati del settore. Tale proposito verrà realizzato attraverso un'attenta politica di presenza sui media, sia on line che off line, tenendo in debito conto le necessità di budget. Un grande aiuto verrà anche dalla televisione, con la presenza della notizia della Biennale sia in antenne locali che nazionali, attraverso redazionali gratuiti.</p> <p>In particolare, verranno utilizzati i seguenti canali:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ufficio stampa;</li> <li>2. internet;</li> <li>3. eventi;</li> <li>4. pubbliche relazioni;</li> <li>5. promozioni;</li> <li>6. pubblicità (advertising).</li> </ol>

Come già detto, la comunicazione si avvarrà di promozioni e conferenze quali trampolini di lancio per catturare l'attenzione del pubblico e dei media.

#### **COMUNICAZIONE ESTERNA**

La comunicazione esterna, realizzata sia secondo la prospettiva one to one, per rivolgersi ai singoli giornalisti, sia con un'azione di massa per attirare il grande pubblico, avverrà considerando due canali principali:

1. addetti ai lavori che parteciperanno alle attività della Biennale (convegno, mostra, seminari, incontri tematici, dimostrazioni);
2. grande pubblico.

Questo perché è importante non solo comunicare e mantenere vivo il rapporto con i partecipanti alla Biennale già a conoscenza della manifestazione perché assidui frequentatori di Ischia Vintage, ma è fondamentale instaurare un legame forte e continuativo anche con una platea maggiore per far sì che la Biennale si confermi una manifestazione di interesse nazionale ed internazionale.

#### **UFFICIO STAMPA**

L'ufficio stampa è essenziale al fine di una corretta campagna di comunicazione. La scorsa edizione ha avuto un ufficio stampa dedicato, ma le ridotte possibilità economiche hanno permesso una comunicazione concentrata principalmente su internet e su media di settore. Quest'anno, invece, anche in funzione dell'apporto economico sollecitato con il presente progetto, l'obiettivo è quello di ottenere l'attenzione di media nazionali ed internazionali con azioni significative ed efficaci.

#### **Azioni da effettuare**

L'ufficio stampa si articolerà in due parti principali: attività quotidiana e attività legata ad eventi speciali, come conferenze e serate, ed entrambi saranno svolti sia on line che off line. Il Festival potrà avvalersi di un database di giornalisti, internazionali, nazionali, locali e specialistici, costruito negli anni, con i quali si cercherà di creare un rapporto speciale e che diverranno

		<p>destinatari privilegiati di ogni nuova informazione concernente la Biennale del Gusto.</p> <p>Verranno attivate azioni di “avvicinamento” tramite benefit ed eventi mirati per creare rapporti stretti con i media di nostro interesse. Grande spazio verrà dato al monitoraggio di media nazionali e di settore per individuare quei giornalisti che si occupano di temi inerenti quello della Biennale, cui verrà proposto del materiale informativo sulla manifestazione così da invogliarli a realizzare articoli su di noi. Si contatteranno le televisioni e radio locali per presentare la Biennale come un evento di riferimento del settore. Con le stesse argomentazioni si contatteranno soprattutto i media a livello nazionale per ottenere più spazio. Alla conclusione del lavoro di ufficio stampa, si realizzeranno le rassegne stampa riepilogative da inserire nelle presentazioni da portare ai potenziali sponsor. Tali rassegne verranno anche inserite in un’apposita sezione del sito internet.</p> <p><b>INTERNET</b></p> <p>Grande importanza verrà data anche ad internet che si sta rivelando un mezzo comunicato estremamente efficace. In particolare:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. E’ già allo studio la costruzione di un portale che amministrerà questo evento e le importantissime implicazioni che ne deriveranno dal suo svolgersi. L’esperienza del direttore artistico Riccardo Sepe Visconti nel campo della costruzione di portali internet è una fortissima garanzia del successo di tale operazione.</li> <li>2. Sarà effettuata una campagna di comunicazione per il sito, con una nuova iscrizione nei motori di ricerca e una campagna di scambio link. La Biennale è legata ad un sito internet fortemente indicizzato ed il posizionamento nei motori di ricerca è fondamentale per apparire nelle prime tre pagine della ricerca ed ottenere risultati concreti in termini di contatti.</li> <li>3. Il sito <a href="http://www.ischiabiennaledelgusto.it">www.ischiabiennaledelgusto.it</a></li> </ol>
--	--	--

godrà anche di una sezione per le news, con inserimento di comunicati stampa e articoli di giornale che parlano della Biennale. Il sito consterà anche di una sezione dedicata esclusivamente alla stampa, con la possibilità di scaricare materiale informativo e fotografico relativo all'evento. Non occorre, infine, disdegnare il link al sito [www.comunecasamicciola.it](http://www.comunecasamicciola.it), fortemente indicizzato sui motori di ricerca, tanto da figurare tra le prime risposte per parole chiavi quale "Ischia" "Hotel Ischia" "alberghi Ischia" e "Terme Ischia". Infine sarà implementata un'apposita sezione nel sito promozionale dell'assessorato al turismo d'imminente uscita.

4. Il sito viene aggiornato continuamente in quanto un sito non aggiornato di frequente dà l'idea di una organizzazione non viva alle spalle.
5. Social Network. L'ufficio stampa della Biennale eseguirà la propria attività di comunicazione diretta con gli utenti del social network attraverso Facebook, MySpace, YouTube ed altri siti di forte impatto sugli utenti della rete.

#### **PUBBLICHE RELAZIONI**

##### **Premessa**

Le pubbliche relazioni restano il campo privilegiato per stringere contatti utili con gli opinion leader dei settori che ci interessano. Per questo motivo, l'attenzione dell'ufficio stampa è concentrata sulla creazione di ottimi rapporti con le figure di rilievo di settore e dei media, ma anche enti, istituzioni e pubbliche amministrazioni.

Un'attenzione particolare è riservata all'analisi del database dei contatti del festival: l'obiettivo è quello di implementarlo con notizie più specifiche, anche dal punto di vista personale, in modo tale da avere una visione completa

dei riferimenti non solo dal punto di vista professionale ma anche dal punto di vista umano. Questo quadro di insieme ci consente di creare un legame più intimo con tali figure di riferimento ed ottenere un canale di comunicazione privilegiato, grazie anche ad una comunicazione mirata, one to one, ed al ricorso ad azioni promozionali specifiche per la singola persona.

#### *EVENTI SPECIALI*

Si prevede la realizzazione di una conferenza stampa alla quale, ovviamente, saranno invitati giornalisti di settore, con i quali si inizierà a creare un rapporto speciale in vista anche della loro presenza alla Biennale, e televisioni locali e nazionali. Questo evento farà da attrattore per i giornalisti, in particolar modo quelli di settore.

#### *ADVERTISING*

E' prevista una campagna di advertising su riviste nazionali di settore. Saranno realizzate locandine e banner da installare nelle vetrine e per le strade con congruo anticipo, nonché mediante la diffusione attraverso i quattro info point turistici distribuiti capillarmente sul territorio.

Il catalogo della Biennale, stampato in oltre 10.000 copie rappresenterà il principale strumento di promozione della manifestazione e dei suoi sponsor istituzionali e non.

#### *CONCLUSIONI*

La realizzazione delle azioni di comunicazione stabilite garantirà il raggiungimento della visibilità desiderata. Inoltre permetterà di realizzare un patrimonio di contatti che si riveleranno utili non solo per questa edizione ma anche per quelle successive.

Il conseguimento di una posizione da leader del settore degli incontri tematici dedicati al gusto e all'enogastronomia sicuramente sarà una meta raggiungibile solo dopo un certo numero di edizioni, ma la realizzazione di questo piano di comunicazione contribuirà a gettare solide basi per la realizzazione dell'obiettivo prefisso.

		<p>Piano di Marketing – Attività di veicolazione dell'offerta con il coinvolgimento degli operatori turistici.</p> <p>Si stringeranno accordi sia con Federalberghi (<a href="http://www.ischiahotels.it">www.ischiahotels.it</a>) che con il Consorzi di settore per la diffusione di pacchetti specifici legati all'evento. Tali pacchetti saranno oggetto di vendita sia per il tramite dei tradizionali canali distributivi (rete di agenzie di viaggi), che presentandoli in occasione delle fiere di settore (Londra, Berlino, Milano, Mosca, ma anche in paesi che stanno diventando molto interessanti come potenziale bacino cui attingere flussi turistici, come Brasile, India e Cina) che venduti online.</p> <p>Con la formula dello scambio merci, poi l'organizzazione offrirà pubblicità in cambio delle necessarie ospitalità per i professionisti coinvolti nella manifestazione.</p> <p>Costo della promozione:</p> <p>Servizi ufficio Stampa: 5.000 €</p> <p>Realizzazione Materiale: 10.000 €</p> <p>Conferenza stampa: 1.000 €</p> <p><u>Spazi pubblicitari: 4.000 €</u></p> <p>TOTALE 20.000 €</p>
--	--	---

C	ANALISI DELLA DOMANDA	
1)	Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi turistici	Per sua natura la Biennale del Gusto è un'iniziativa culturale che si propone ad un target turistico specifico, come indicato in premessa, target medio e medio alto già molto attento a calibrare le proprie vacanze in funzione della possibilità di abbinarle ad eventi di tipo enogastronomico. In particolare, i fruitori dell'Ischia Vintage sono diverse

		migliaia, aumentati dopo che la manifestazione si è allargata con le prestigiose Summer Dinners.
2)	Tipologia dei destinatari	In particolare, nell'ottica della destagionalizzazione e del prolungamento dei flussi turistici provenienti dal mercato italiano, s'individuano nei turisti di cultura e reddito medio/alta, con buona propensione alla spesa, interessati ad un concept più ampio di benessere e di piacere collegato al gusto, sperimentato in una location di forte emotività tradizionale e ambientale, nonché culturale i destinatari ideali della manifestazione. Si tratta per l'isola di un target completamente differente dagli ospiti del periodo di alta stagione che coincide con l'estate, ma molto interessanti per le capacità e propensione di spesa che, in genere, li caratterizzano.
3)	Priorità dell'intervento per il territorio	Nell'ambito delle iniziative previste nel variegato cartellone di eventi del Comune di Casamicciola Terme, la Biennale del Gusto rappresenta l'appuntamento di punta per la primavera del 2012.

D	FATTIBILITÀ FINANZIARIA	
1)	Piano Finanziario dell'intervento	
1.1)	Uscite tot.	€ 150.000
A	Voci di spesa	<u>RISORSE UMANE E ORGANIZZATIVE</u> Ufficio Stampa e comunicazione 10.000 Personale uffici, Operai, Hostess 10.000 Diritti Sia e tasse 2.000 Chef e staff di cucina 30.000 Iniziative artistiche, cachet 30.000 Allestimenti e preparazioni 35.000 Service e back line 10.000

		Ospitalità e transfert 20.000 Assicurazione generale 3.000 Totale Uscite	150.000
--	--	--	---------

1.2)	Entrate tot.	€ 150.000
A	finanziamento richiesto alla Regione	€ 90.000
B	diretta partecipazione finanziaria dell'Ente	€ 40.000
C	altri eventuali contributi e/o finanziamenti pubblici/privati	€ 10.000
D	ogni altra eventuale entrata (bigliettazione, sponsorizzazioni, merchandising, ecc...)	€ 10.000

2)	Analisi finanziaria dell'evento	Considerata le nuove regole di gestione finanziaria stabilite per i progetti generatori di entrate l'evento, in quanto operazione che comporta un investimento in cultura soggetto ad alcune tariffe può essere valutato anche in proporzione al suo rientro economico diretto. Tale rientro, quantificabile in € 500.000 scaturente dall'interesse per i flussi turistici generabili. Per questo motivo, l'Ente proponente partecipa con una propria quota. Il rientro economico indirizzato, nel senso della ricaduta per gli operatori presenti sul territorio è quantificabile in 4.000 presenze notte generate per un ricavo medio di €125 (alberghi, ristoranti, trasporti, acquisti e consumi sul territorio) in € 500.000 oltre l'innegabile funzione promozionale dell'evento in termini di visibilità per l'isola e la regione Campania.
3)	Coerenza con l'Obiettivo Operativo 1.12 del PO FESR 2007/2013	L'intervento è coerente con gli obiettivi del POR sia relativamente alla valorizzazione ed alla conoscenza ulteriore dei beni e dei siti culturali, ambientali e paesaggistici ("raccontando" le bellezze di Ischia e quindi della "Campania" di cui è una delle principali perle), sia contribuendo alla riqualificazione ed allo sviluppo di servizi e attività connesse, favorendone l'integrazione con altri servizi

		<p>turistici, svolgendosi la manifestazione in location prestigiose sia dal punto di vista storico/artistico/culturale che naturale dell'isola e, anzi, mirando a portare in luce attività tipiche e luoghi che solitamente restano al margine dell'attenzione dei turisti, come le zone agricole, la campagna, i vigneti.</p> <p>Realizza, viepiù, obiettivi di riequilibrio delle presenze sul territorio regionale, con effetti positivi anche sugli indicatori economici e occupazionali.</p> <p>Risponde, inoltre, alla diffusione della conoscenza dei beni culturali della Campania sui mercati nazionali ed internazionali ed alla valorizzazione e diffusione della conoscenza dei beni e dei siti di interesse storico, artistico, architettonico, archeologico. Infine, siamo certi che l'evento, per l'importanza, radicamento e portata promozionale che può raggiungere, per la originale progettazione, rappresenti il punto focale dell'offerta ischitana e che si inserisca a pieno titolo nel circuito dell'offerta turistica napoletana e campana.</p> <p>Produce un indotto economico notevole sia sotto il profilo del sostegno imprenditoriale che occupazionale.</p>
--	--	---

E	RISULTATI ATTESI	
1)	Stima dei flussi turistici movimentabili	4.000 presenze notte
2)	Stima della durata della permanenza dei flussi turistici movimentabili	4.000 presenze notte.
3)	Metodologie di rilevazione del grado di soddisfazione dei turisti	Sarà attivato un'apposita mail per l'evento, al fine di consentire un feed back da parte dei turisti. Gli operatori degli info point, fungeranno poi da interlocutori per la manifestazione.

F	IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI	
---	--------------------------------	--

1)	Quantificazione e stima degli impatti attesi	<p><i>Impatto occupazionale</i> Contribuendo a sostenere la domanda in un iniziale periodo bassa stagione, la manifestazione contribuisce indirettamente al sostegno dell'occupazione dei 15.000 addetti presso le 340 strutture ricettive dell'isola.</p> <p><i>Impatti socio-economici</i> Tenuto conto della capacità dell'evento di attrarre presenze su di un territorio esclusivamente vocato al turismo, indipendentemente dalla ricaduta promozionale, si stima l'impatto economico in circa € 500.000 scaturenti dalla considerazione che tra ospitalità, trasferimenti, vitto, acquisti mediamente le 4.000 presenze notte lasciano sul territorio un ricavo medio pro-capite di € 125.</p> <p><i>Impatti sulla comunicazione</i> L'evento può con certezza contribuire a rafforzare l'immagine dell'isola, attirando un pubblico di livello culturale medio/alto e soprattutto portando vi operatori sia del settore dell'enogastronomia, appassionati cultori del settore e professionisti della comunicazione provenienti da circuiti altamente specializzati.</p>
----	--	---

INIZIATIVA PER LA  
COMPOSIZIONE DEL PROGRAMMA DAL TEMA  
IL "RACCONTO" DELLA CAMPANIA  
LA BIENNALE DEL GUSTO

SESSIONE "1 Novembre – 30 Aprile 2012"

DELIBERAZIONE DI GIUNTA REGIONALE N. 111 DEL 21/03/2011

PARTENARIATO ISTITUZIONALE

Tra

il Comune di Casamicciola Terme rappresentato dal Sindaco ..... Nato a  
..... il Comune di Procida rappresentato dal Sindaco Vincenzo Capezuto, nato a il  
il Comune di Ischia rappresentato dal Sindaco ..... Nato a ..... il .....  
il Comune di Forio d'Ischia rappresentato dal Sindaco ..... Nato a ..... il  
.....  
il Comune di Barano d'Ischia rappresentato dal Sindaco ..... Nato a ..... il  
.....

Premesso

- Che la Regione Campania, nel riconoscere il ruolo strategico del turismo per lo sviluppo economico e occupazionale del territorio regionale, è da tempo impegnata nella programmazione di interventi di *Promozione e diffusione dell'immagine culturale della Campania* anche attraverso la realizzazione di eventi culturali, di mostre ed iniziative di valenza nazionale ed internazionale, al fine di favorirne la più ampia conoscenza e fruizione;
- Che la Regione promuove, altresì, specifiche e significative azioni per la promozione e la valorizzazione dei siti di interesse storico, artistico, architettonico e archeologico, attraverso iniziative ed eventi di alta valenza culturale, ritenendo di notevole rilevanza strategica la programmazione delle azioni e delle iniziative tese a richiamare l'attenzione sull'offerta turistica regionale rappresentata dall'immenso patrimonio architettonico, artistico, paesaggistico, monumentale e dalle tradizioni locali;
- Che la Commissione Europea, con decisione n. C(2007)4265 dell'11 settembre 2007, ha adottato la proposta di Programma Operativo Regionale Campania FESR 2007/2013 (di seguito PO FESR);
- Che la Giunta Regionale, con Deliberazione n. 1921 del 9 novembre 2007, ha preso atto della succitata decisione n. C(2007)4265/2007;
- Che con Decreto del Presidente della Giunta Regionale n. 62 del 7 marzo 2008 e ss.mm.ii. sono stati designati i Responsabili ai quali sono stati affidati la gestione, il monitoraggio e il controllo ordinario delle operazioni a valere sugli Obiettivi Operativi del PO FESR 2007/2013;
- Che con le Deliberazioni n. 879 del 16 maggio 2008 e n. 1663 del 06 novembre 2009, la Giunta Regionale ha approvato i criteri di selezione delle operazioni del PO FESR 2007/2013;

- Che tra le strategie delineate nell'ambito del PO FESR 2007/2013, nell'Asse 1 – Obiettivo Specifico 1d) – è previsto l'Obiettivo Operativo 1.12 *“Promuovere la conoscenza della Campania”*, nella cui articolazione è prevista, tra l'altro, l'azione b. *“Realizzazione dei programmi annuali dei Grandi Eventi, delle manifestazioni fieristiche e delle mostre di settore in grado di mobilitare significativi flussi di visitatori e turisti di cui sia valutata la domanda potenziale, quale modello di promozione sistemica in grado di coniugare gli eventi culturali, con momenti di commercializzazione, con attività di comunicazione. Sarà assicurato il legame con il bene o sito culturale e naturale valorizzato, anche ai fini di stagionalizzazione dei flussi di visita, dell'allungamento della stagione e di una maggiore attrazione di differenti segmenti di domanda”*;
- Che con la Deliberazione di Giunta Regionale n. 1715 del 20 novembre 2009, è stato approvato il Manuale per l'attuazione PO FESR Campania 2007/2013;

#### Ritenuto

- Che l'“evento” costituisce, oggi, per i sistemi territoriali, uno tra i migliori veicoli di valorizzazione e promozione, nonché uno tra gli strumenti di marketing territoriale più innovativi, sia perché contribuisce alla crescita del numero di turisti e di visitatori, sia perché migliora l'immagine e la notorietà delle città, sia perché, attraendo investimenti e finanziamenti, crea effetti economici moltiplicativi rilevanti; esso, inoltre, rappresenta l'opportunità per una migliore organizzazione e strutturazione del sistema di accoglienza del territorio regionale. Questi eventi devono rappresentare delle eccellenze in grado di attrarre importanti flussi di visitatori, oltre che costituire l'occasione per offrire un'immagine della Regione che contrasti i luoghi comuni che anche i media, in particolare quelli internazionali, propongono al grande pubblico;
- Che con Deliberazione n. 111 del 21 marzo 2011, la Giunta Regionale della Campania ha inteso avviare l'elaborazione, per il periodo *“15 Giugno 2011 – 30 Aprile 2012”*, di un unitario programma di eventi promozionali, di risonanza nazionale ed internazionale e di notevole impatto mediatico, conferendo mandato al Dirigente del Settore Sviluppo e Promozione Turismo, in qualità di Responsabile dell'Obiettivo Operativo 1.12 del PO FESR 2007/2013, di emanare il relativo Avviso Pubblico di selezione;
- Che le manifestazioni turistiche rappresentano uno strumento fondamentale per realizzare efficaci azioni di marketing finalizzate al riposizionamento del “prodotto Campania” sul mercato nazionale ed estero, al fine di valorizzare e promuovere il territorio, sia perché contribuiscono alla crescita del numero di turisti e di visitatori, sia perché migliorano l'immagine e la notorietà delle città, inoltre, rappresentano l'opportunità per una migliore organizzazione e strutturazione del sistema di accoglienza del territorio regionale;
- Che bisogna mirare alla valorizzazione del territorio e dei suoi beni culturali ed ambientali in maniera integrata e non frammentaria, in modo da essere percepite come manifestazioni dell'evento unico;
- Di dover stabilire i criteri e la determinazione della partecipazione dei singoli soggetti al partenariato;
- Di dover trovare un'applicazione coerente delle competenze dei singoli soggetti nella ripartizione delle attività, garantendo la necessaria integrazione delle stesse nel complesso delle attività previste;
- Di dover stabilire una specifica ripartizione dell'impegno economico e del corrispondente contributo previsto a carico di ciascun comune.

## Considerato

- Che il tema portante degli eventi dovrà essere il “racconto” della Regione Campania per la scoperta dei suoi attrattori culturali, ai fini dello sviluppo di un turismo di qualità attraverso un’attività di promozione e valorizzazione, non limitata alle eccellenze storiche, architettoniche ed archeologiche già ampiamente inserite nei grandi circuiti turistico-culturali, ma estesa anche alle risorse cd. “minori” diffuse sul territorio.
- Che l’evento si dovrà caratterizzare per l’alta attrattività turistica, la dimensione non locale, la capacità di valorizzazione del territorio e dei suoi beni culturali ed ambientali in maniera integrata e non frammentaria e a favorire la conoscenza e la valorizzazione delle risorse inutilizzate o sottoutilizzate della Campania, nonché l’integrazione delle componenti dell’offerta culturale e turistica;
- che si vuole proporre la conoscenza dell’attrattività della Campania nel suo complesso sul mercato turistico italiano ed estero, attraverso la valorizzazione delle peculiarità e degli elementi di attrattività presenti sul territorio regionale;
- che si vuole veicolare e diffondere l’immagine culturale e turistica della Campania a livello nazionale ed internazionale.

Vista l’intenzione dei Comuni indicati in premessa di attivare una collaborazione volta alla realizzazione e promozione di un circuito turistico-culturale fondato sulla tematica del movie tourism;

Che è intendimento dei predetti Enti promuovere, attraverso rapporti di proficua collaborazione e concertazione, l’interazione e l’integrazione delle iniziative ed attività culturali e turistiche da loro proposte sul territorio, al fine di meglio qualificare e modernizzare la propria offerta;

Che i Comuni di cui al presente protocollo d’intesa intendono partecipare al Bando della Regione Campania di cui al Decreto Dirigenziale n.123 del 13/04/2011 ad oggetto “*POR FESR Campania 2007/2013 - Asse 1 Ob. Op. 1.12 - D.G.R. n. 111/2011: Selezione delle iniziative turistiche di risonanza nazionale ed internazionale da tenersi sul territorio regionale nelle sessioni "15 Giugno 2011 - 31 Ottobre 2011" e "01 Novembre 2011 – 30 Aprile 2012". Approvazione Avviso Pubblico (con allegati).*”;

Che gli accordi operativi concertati verranno approvati con atti amministrativi degli Enti aderenti al presente Protocollo;

Si conviene e si delibera quanto segue:

### ART. 1 - Ambito di Applicazione del Protocollo

Il Protocollo si applica alle attività ed iniziative turistico-culturali relative alla seconda sessione dell’avviso pubblico di cui sopra, concordate tra i Comuni partecipanti, inerenti le finalità indicate all’art.3.

### ART. 2 - Enti aderenti al protocollo

Al protocollo aderiscono:

i Comuni di Casamicciola, Ischia, Forio , Barano ed il Comune di Procida.

Le Amministrazioni Comunali partecipano, ciascuno con proprie risorse finanziarie, umane e strumentali.

ART. 3 – Motivazioni degli enti partner alla realizzazione dell’iniziativa e finalità del protocollo

I Comuni partner hanno manifestato forte interesse ad aderire al presente protocollo per la realizzazione dell’allegato progetto, essendo accomunati sotto l’aspetto paesistico, naturalistico, culturale, funzionale e tematico, risultando strettamente e sinergicamente integrati tra di loro e con gli attrattori culturali e naturali valorizzati attraverso l’evento.

Con il presente progetto, gli Enti Locali aderenti all’Intesa, pertanto, mirano a costituire un circuito turistico fortemente connotato sotto il profilo tematico-tipologico, in modo da originare itinerari e percorsi integrati tali da conseguire soglie dimensionali economicamente e commercialmente significative.

Il protocollo si prefigge di perseguire le seguenti finalità:

- integrare la realtà casamicciolese con quella di alcuni Comuni ad essa contigui;
- offrire un sistema integrato di servizi in funzione del particolare segmento di mercato costituito dai movie tourists, in cui ogni Comune aderente al progetto valorizza i propri siti e beni culturali e naturali migliorando e qualificando in tal modo l’offerta turistica dell’intera area nel suo complesso;
- consentire ai tour operators la creazione di pacchetti turistici realizzati sul tema del *movie tourism* in grado di attrarre importanti flussi di visitatori, contribuendo ad offrire un’immagine dell’area di riferimento e della Regione tutta che contrasti i luoghi comuni che anche i media, in particolare quelli internazionali, propongono al grande pubblico;
- garantire a Casamicciola Terme l’arricchimento della sua offerta turistica, aumentando le possibilità di permanenza sul suo territorio dei turisti;
- garantire ai Comuni aderenti a tale protocollo la possibilità di cogliere le opportunità di sviluppo casamicciolese legate al turismo enogastronomico mettendo in evidenza proprie risorse cosiddette “minori”;
- promuovere collaborazioni e scambi nel campo dello sviluppo degli attrattori culturali ed ambientali e degli eventi, per meglio qualificare e modernizzare l’offerta turistica complessiva;
- promuovere di concerto e sostenere la produzione e la distribuzione dell’offerta delle attività culturali e turistiche nell’ambito territoriale di riferimento.

ART. 4 - Obblighi della Capofila

Il Capofila di progetto, individuato nel Comune di Casamicciola Terme, provvederà alle operazioni amministrative e contabili richieste dallo svolgimento del progetto ed in particolare all’impegno di spesa e al pagamento del contributo previsto dall’art 5 del presente protocollo d’intesa secondo le modalità stabilite dal manuale regionale delle procedure amministrativo contabile.

ART. 5 – Oneri Comuni aderenti

I Comuni aderenti si impegneranno a dare l’opportuno supporto logistico, tecnico e di comunicazione (sito web, infopoint, affissioni pubbliche, etc,) per la migliore riuscita del progetto, garantendo l’utilizzo di siti e beni culturali ed ambientali per la realizzazione degli eventi previsti dal progetto.

ART. 6 – Descrizione degli eventi

Vedasi progetto allegato.

ART. 7 – Responsabile del Procedimento.

Il Responsabile del Procedimento è il dott. Giuseppe Pisani, Responsabile del Servizio attività Produttive del Comune di Casamicciola Terme in Campania.

**ART. 8 – Normativa di riferimento**

Gli Enti partecipanti nel perseguire le finalità del progetto approvano la scheda progettuale qui allegata come previsto dall'art. 5.4.3.4.1 del D.D. n° 123 del 13/04/2011 della Regione Campania e agiranno nel rispetto delle regole del programma di sostegno e della relativa rendicontazione e della normativa comunitaria e nazionale in materia di affidamento di servizi e forniture.

**ART. 9 – Modifiche ed integrazioni del protocollo**

Il presente protocollo potrà subire modifiche ed integrazioni in corso di esecuzione, per meglio adeguarlo alle esigenze reali ed alla normativa di settore.

**ART. 10 - Durata del protocollo**

Il presente protocollo è coincidente con la durata del progetto, conformemente alla scheda progettuale qui allegata ed ad eventuali modifiche approvate da parte degli organismi decisori del programma di sostegno, in ogni caso, resta valido fino all'approvazione di un nuovo protocollo.

**ART. 11 – Risoluzione del protocollo**

Qualora l'esecuzione delle attività del presente protocollo non proceda secondo le condizioni stabilite, sarà valutata la possibilità di risoluzione della stessa con il mutuo consenso delle parti.

**ART. 12 - Sottoscrizione del protocollo**

Il presente protocollo potrà essere sottoscritto a firme disgiunte.

I sottoscritti, autorizzati alla firma, letto il presente protocollo, approvato dai rispettivi organi deliberanti con apposite deliberazioni di presa d'atto, lo sottoscrivono:

il Comune di Casamicciola Terme rappresentato dal Sindaco

il Comune di Procida rappresentato dal Sindaco Vincenzo Capezzuto,

il Comune di Ischia rappresentato dal Sindaco

il Comune di Forio d'Ischia rappresentato dal Sindaco

il Comune di Barano d'Ischia rappresentato dal Sindaco

RELAZIONE ISTRUTTORIA

*entro prospettive*

IL FUNZIONARIO

li 12.03.14

PARERE DI REGOLARITÀ TECNICA

Per quanto di competenza, si esprime parere favorevole/sfavorevole per il seguente motivi

IL RESPONSABILE DI AREA

VISTO: IL DIRIGENTE

li 14.04.11

PARERE DI REGOLARITÀ CONTABILE

Per quanto di competenza, si esprime parere favorevole/sfavorevole per il seguente motivi

IL DIRIGENTE  
SETTORE ECONOMICO FINANZIARIO  
IL RESPONSABILE DI AREA

IL DIRIGENTE  
SETTORE ECONOMICO FINANZIARIO  
Dott. Antonio BERNASCONI

li .....

IMPUTAZIONE DELLA SPESA

Si attesta la copertura finanziaria, come da prospetto che segue:

- Somma da impegnare: € ..... Cap. .... Intervento .....
- Somma stanziata in bilancio: € .....
- Somme già impegnate: € .....
- Somma disponibile: € .....

IMPEGNO N. ....

IL RESPONSABILE DI AREA

VISTO: IL DIRIGENTE

li .....

**RELAZIONE DI PUBBLICAZIONE**

Si attesta che la presente deliberazione viene pubblicata all'Albo Pretorio per quindici giorni consecutivi dal 28 LUG 2011

**Il Messo Comunale**



**Il Segretario Generale  
dott. Giovanni Amodio**



---

**CONTROLLO PREVENTIVO DI LEGITTIMITA'**

La presente delibera, in conformità del disposto di cui all'art. 125 del D.L.vo 18-08-2000, n.267, è stata comunicata ai capigruppo consiliari contestualmente alla pubblicazione all'Albo Pretorio Comunale, con nota Prot. N. 18992 del 28 LUG 2011

**Il Segretario Generale  
dott. Giovanni Amodio**



---

**ESECUTIVITA'**

La presente deliberazione, trascorsi 10 gg. dalla data di pubblicazione, è divenuta esecutiva il \_\_\_\_\_

**Il Segretario Generale  
dott. Giovanni Amodio**

---

**TRASMISSIONE AL DIFENSORE CIVICO**

La presente deliberazione è stata trasmessa al Difensore Civico in data \_\_\_\_\_ Prot.N. \_\_\_\_\_ ai sensi dell'art.127 del D.L.vo 18-08-2000, n.267.

**Il Segretario Generale  
dott. Giovanni Amodio**

**ESITO CONTROLLO AL DIFENSORE CIVICO**

Verbale N. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_  
Prot. N. \_\_\_\_\_

- la delibera è legittima
- la delibera è legittima avendo riscontrato i seguenti vizi:

---

**Il Segretario Generale  
dott. Giovanni Amodio**

---