



CITTÀ DI ISCHIA

Provincia di Napoli

Originale Verbale di Deliberazione di Giunta Comunale

Seduta del 14/07/2011 N. 101

Oggetto: PARTECIPAZIONE POR FESR CAMPANIA 2007/2013 - ASSE 1 OB. OP. 1.12 - D.G.R. N. 111/2011. APPROVAZIONE PROTOCOLLO D'INTESA. PROGETTO VIAGGIO SULL'ISOLA DEL POSTINO.

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 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 inoltre le manifestazioni turistiche rappresentano opportunità in grado di consentire ai tour operators la creazione di pacchetti turistici ad hoc e, in generale, 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 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.

CONSIDERATO:

- che la creazione di offerte integrate è volta 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 di Anacapri, Forio, Barano d'Ischia, Lacco Ameno, Casamicciola, Ischia, Serrara Fontana, S Giorgio a Cremano, Monte di Procida e Procida di attivare una collaborazione volta alla realizzazione e promozione di un circuito turistico-culturale attraverso "l'evento" sul territorio di loro riferimento;

Rilevato che

- è intendimento dei predetti Enti promuovere, attraverso rapporti di proficua collaborazione e concertazione, l'interazione e l'integrazione delle iniziative ed attività culturali da loro proposte sul territorio, al fine di meglio qualificare la propria offerta;
- i suddetti Comuni 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).";
- gli accordi operativi concertati vanno approvati con atti amministrativi degli Enti che intendono aderire al Protocollo d'intesa;

VISTO il Protocollo d'intesa allegato alla presente con la scheda progettuale;

RITENUTO di poterlo approvare in considerazione della validità dell'iniziativa proposta;

VISTI i pareri espressi ai sensi dell'art. 49 del D. Lgs. 18.08.2000, n. 267;

CON voti unanimi favorevoli, espressi nelle forme di legge,

d e l i b e r a

per le ragioni espresse in narrativa e che qui si intendono integralmente riportate e trascritte:

1. di approvare l'allegato protocollo d'intesa con la scheda progettuale nel quale sono regolati i rapporti tra gli enti ed i rispettivi impegni;
2. di dare mandato al Sindaco pro tempore o suo delegato di sottoscrivere il protocollo di cui trattasi;
3. di conferire mandato al Comune di Procida alla partecipazione del bando in premessa in qualità di Ente Capofila nonché beneficiario dell'eventuale finanziamento;

4. di demandare al Comune Capofila tutti gli atti amministrativi connessi e consequenziali, ivi compresa l'individuazione del Responsabile Unico del Procedimento del progetto *de quo*;
5. dare atto che il presente provvedimento non comporta impegno di spesa a carico del Comune d'Ischia
6. Di dichiarare la presente immediatamente eseguibile, con separata ed unanime votazione, ai sensi dell'art. 134 comma IV del D.Lgs. n. 267/00.

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**

SESSIONE "1 Novembre – 30 Aprile 2011"

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

PARTENARIATO ISTITUZIONALE

Tra

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
il Comune di Serrara Fontana rappresentato dal Sindaco Nato a il
il Comune di Lacco Ameno rappresentato dal Sindaco Nato a il
il Comune di Casamicciola Terme rappresentato dal Sindaco Nato a il
.....
il Comune di S. Giorgio a Cremano rappresentato dal Sindaco Nato a il
.....
il Comune di Monte di Procida rappresentato dal Sindaco Nato a il
il Comune di Anacapri 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:

il Comune di Anacapri, Forio, Barano d'Ischia, Lacco Ameno, Casamicciola, Ischia, Serrara Fontana, S Giorgio a Cremano, Monte di Procida e 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 procidana 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 Procida 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 procidane, legate al movie tourism, 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 Procida, 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 cap. Antonio Barone, dipendente del Comune di Procida in Campania.

ART. 8 – Normativa di riferimento

Gli Enti partecipanti nel perseguire le finalità del progetto approvano la scheda progettuale quivi 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 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

il Comune di Serrara Fontana rappresentato dal Sindaco

il Comune di Lacco Ameno rappresentato dal Sindaco

il Comune di Casamicciola Terme rappresentato dal Sindaco

il Comune di S. Giorgio a Cremano rappresentato dal Sindaco il

il Comune di Monte di Procida rappresentato dal Sindaco

il Comune di Anacapri rappresentato dal Sindaco

**INIZIATIVA PER LA
COMPOSIZIONE DEL PROGRAMMA DAL TEMA
IL "RACCONTO" DELLA CAMPANIA
SESSIONE "1 Novembre – 30 Aprile 2011"
DELIBERAZIONE DI GIUNTA REGIONALE N. 111 DEL 21/03/2011
SCHEMA PROGETTUALE**

A - IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO

Titolo del Progetto: "Viaggio sull'isola del Postino" - IX edizione

Ente Locale Proponente: Comune di Procida

Sede Principale:

Indirizzo: Via Libertà 12 - 80079 Procida (NA)

Telefono: 081 8109258

FAX: 081 896 8803

E-Mail: turismo@comunedicprocida.it

Responsabile Unico del Procedimento: Antonio Barone

Telefono: 081 896 7516/8109258 - **Fax:** 081 896 8803

e-mail: turismoprocida@libero.it

Altri enti locali coinvolti:

Comune di Monte di Procida

Indirizzo: via Panoramica, 12

Telefono: 081 8684214

FAX: 081 8682579

segretario@pec.comune.montedicprocida.na.it

Comune di Barano d'Ischia

Indirizzo: Via Corrado Buono, 1 - 80070 Barano d'Ischia **Telefono:** 081 906718

FAX: 081 905709

sindaco@comunebarano.it

Comune di Lacco Ameno

Indirizzo: Piazza S Restituta 1 - 80076 Lacco Ameno

Telefono: 081 3330812 3

FAX: 081 900183

protocollo@pec.comunelaccoameno.it

Comune di Casamicciola Terme

Indirizzo: Via P. Margherita, 64 - 80074 Casamicciola

Telefono: 081 5072587

FAX: 081 5072557

staffsindaco@comunecasamicciola.it

Comune di San Giorgio a Cremano Piazza Vittorio Emanuele II, 10 - 80046 San Giorgio a Cremano

Tel 0815654400 - **fax** 081482190

sindaco@e-cremano.it

Comune di Anacapri

Via Caprile, 30 - 80007 Anacapri

Tel 0818387212 **fax** 0818387212

turismo@comunedianacapri.it

Comune di Ischia

Via Isolino 1 80077 - Ischia

Tel 0813333206 **fax** 0813333201

sindaco.ischia@libero.it

Comune di Serrara Fontana

Via Roma 79 80070, Serrara Fontana

Tel 0819048821 **fax** 0819048821

ros_caruso@libero.it

Comune di Forio

Via del Soccorso 1, 80075 Forio

Tel 0813332945 fax 0813332945
segreteria@comune.forio.na.it

Protocollo d'Intesa:

Vedasi protocolli allegati

Altri Enti coinvolti:

Per la forte risonanza nazionale ed internazionale e del notevole impatto mediatico del progetto "Viaggio sull'isola del Postino", capace di catalizzare l'attenzione di flussi turistici mirati con la creazione di pacchetti turistici ad hoc da parte dei tour operators, offrendo un'immagine positiva ed accattivante della Regione che contrasta i luoghi comuni che i media internazionali propongono al grande pubblico, hanno aderito al progetto, sostenendolo in varie forme, anche la:

- Federalbeghi di Ischia
- Associazione Albergatori Flegrei
- Com-Tur, Azienda Speciale della Camera di Commercio per la promozione e lo sviluppo del turismo e del commercio.

B - DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO

Denominazione del Progetto

"Viaggio sull'isola del Postino" - IX edizione

Finalità ed obiettivi

Procida è stata, nella storia, un set cinematografico naturale, per oltre trenta pellicole di rilievo, che hanno brillato per notorietà a livello nazionale ed internazionale.

Tra queste spicca, più di tutti, sicuramente *Il Postino*, fortunata pellicola di e con Massimo Troisi, interamente ambientata sull'isola della Baia di Napoli oltre che per una piccola parte sulla siciliana Salina (Isole Eolie) vincitrice del premio oscar per la miglior colonna sonora curata da Luis Enriquez Bacalov.

Se è vero che l'affetto dei Napoletani e dei campani in genere verso l'attore protagonista associa prevalentemente Procida a questo splendido film, a livello nazionale ed internazionale l'isola è ricordata anche per altri film qui girati, alcuni di essi con attori di fama mondiale sicuramente superiore. Tra questi vi è certamente il pluripremiato film di Anthony Minghella *Il Talento di Mr. Ripley*, che ha visto tra gli interpreti, attori del calibro di Matt Damon, Gwyneth Paltrow e Jude Law ed in cui Procida è stata la location della parte italiana della storia.

Anche alcuni prodotti italiani, come la famosa serie televisiva *Francesca e Nunziata* di Lina Wertmüller, che vide alcuni anni fa il ritorno sul piccolo schermo di Sophia Loren, affiancata da Giancarlo Giannini, Claudia Gerini, Roul Bova ed il napoletano Enzo Cannavale, o il recente film di nicchia *Fuoco su di me*, di Lamberto Lambertini con Omar Sharif, Massimiliano Varrese, Sonali Kulkarni, apprezzato da pubblico e critica in numerose rassegne e festival internazionali, hanno visto i loro set cinematografici ambientarsi a Procida.

Qualora si vada indietro nel tempo vi sono altri film di altissimo livello ambientati a Procida come: *Detenuto in attesa di giudizio* con Alberto Sordi ed Antonio Casagrande o *L'Isola di Arturo* di Damiano Damiani, *Delitto in pieno sole* con Alain Delon; *Graziella* con Tina Pica; o altri maggiormente "di cassetta" quali *Amor vuol dire gelosia* con Enrico Montesano e Barbara Bouchet; *I Farfalloni* con Franco Franchi e Ciccio Ingrassia; *La supertestimone* di Franco Giraldi con Monica Vitti, Ugo Tognazzi ed Orazio Orlando; *Carcerato* con Mario Merola, Aldo Giuffrè, Regina Bianchi e Sergio Castellitto; *Mariti in affitto* di Ilaria Borrelli con Mariagrazia Cucinotta.

Procida mantiene quasi intatti scorci di paesaggio, piazze, vicoli, limoneti e case che rimandano alle immagini viste sul grande e sul piccolo schermo. Questi angoli e punti caratteristici dell'isola, ricca di attrattori naturali oltre che culturali, la rende un "set" ideale per un progetto di fruizione turistica legato al cinema ed alle location cinematografiche. Tra i luoghi di Procida che maggiormente hanno fatto da scenario ai succitati film vi sono il borgo di pescatori di Corricella (al

centro di una proposta di svariati intellettuali quale sito UNESCO), Terra Murata, un vero e proprio eco-museo (museo diffuso o a cielo aperto), e degli straordinari limoneti.

Il cosiddetto *movie tourism* costituisce un segmento turistico in grande crescita nel mondo e anche in Italia.

E' definita *movie tourism* una forma di turismo di chi si reca in visita alle location cinematografiche e televisive, ossia ai luoghi utilizzati per le riprese di un film o di una serie televisiva. Possiamo certamente affermare che esso costituisce una tendenza che si è affermata negli ultimi anni, con la creazione di agenzie turistiche e tour operators specializzati nel proporre tour guidati alle mete in cui sono state girate scene famose rimaste indelebili nella memoria degli spettatori.

Visitare luoghi che hanno fatto da scenografia naturale a Sofia Loren, anziché a Massimo Troisi o ad Alberto Sordi, può costituire un motivo aggiunto di attrattività turistica per l'isola più piccola e meno conosciuta dell'arcipelago partenopeo.

È a questo spirito che si ispira il progetto: la creazione di una serie di itinerari ed eventi turistici dove ripercorrere le gesta degli attori nei film che essi hanno interpretato e nel loro modo di avere vissuto l'isola.

Nel proporre una tale azione il Comune di Procida intende:

- costruire e proporre una nuova identità turistica dell'isola di Procida e dei comuni partner, diversa da quella balneare e di massa di luglio e agosto, destagionalizzando e puntando ad attrarre in loco un target di turisti differente durante tutto l'arco dell'anno con la creazione di offerte integrate per promuovere la conoscenza e la valorizzazione di risorse e vocazioni inutilizzate o scarsamente conosciute e per favorire l'integrazione delle componenti dell'offerta culturale e turistica;

- aggregare alcuni dei Comuni più vicini all'isola per contiguità territoriale e vocazione turistica (comuni dell'isola di Capri, dell'isola d'Ischia e del litorale flegreo) o per contiguità tematica in relazione al *movie tourism* (Comune di San Giorgio a Cremano). Il loro sostegno, infatti, garantisce l'integrazione del loro sistema di servizi in funzione degli eventi previsti per la manifestazione, migliorando ed ampliando l'offerta turistica in modo da attirare l'interesse di una più ampia fascia di consumatori con la maggiore varietà di paesaggi, luoghi e **storie da raccontare**. Questo può significare una permanenza prolungata a Procida, al di là dell'escursione giornaliera, che porti il turista a pernottare a Procida quale centro di attività, stabilendo un movimento escursionistico da e verso l'isola d'Ischia, l'isola di Capri e i Campi Flegrei, con gli effetti benefici dell'evento non ristretti alla sola realtà procidana. È prevista, in una logica sistemica di integrazione e scambio di servizi, anche la creazione di un pacchetto turistico integrato che preveda il pernottamento dei turisti anche nei Comuni partner, collegati con servizi di trasporto dedicati in modo da consentire ai turisti di vivere l'evento, a prescindere dal luogo dove alloggeranno;

- attirare nuovi flussi turistici, soprattutto dall'estero, creando un'offerta integrata di servizi sia sull'isola di Procida e su un circuito che si intende creare tra la stessa Procida, l'isola d'Ischia, l'isola di Capri e Monte di Procida estendendosi anche a San Giorgio a Cremano, città natale di Massimo Troisi e sede dell'omonimo premio, in un periodo in cui la stagionalità della domanda è bassa: da dicembre ad aprile;

- contribuire a veicolare, in Italia ed all'estero, un'immagine della cultura e del turismo campano come di un servizio in evoluzione, sempre più fruibile ed orientato ad un arricchimento culturale ed umano di chi ne gode;

- incentivare (in virtù degli accordi con i Comuni, la Com-tur e le associazioni di categoria) forme di cooperazione pubblico-privato al fine di modernizzare e migliorare la qualità dell'offerta turistica complessiva.

Mercato nazionale/internazionale di riferimento

Il progetto è prettamente "dedicato" a chi vuole vivere un'inedita esperienza turistica sull'isola di Procida e nei Comuni partner, andando sulle tracce di divi e location cinematografiche e di eventi

collaterali integrati attenti al richiamo delle tradizioni, degli usi, dei costumi, dei beni culturali ed ambientali.

Il cinema, per la sua molteplicità di linguaggi, per la sua facilità di raggiungere lo spettatore, si rivolge ad un pubblico eterogeneo per età, cultura, capacità di spesa, sia italiano che straniero. Ogni film, ogni personaggio ha un suo pubblico. Pertanto il cinema permette facilmente azioni di marketing mirato. Negli anni, film come *Il Talento di Mr Ripley*, con Matt Damon e Gwineth Paltrow, *Il Postino* con Massimo Troisi, Francesca e Nunziata, con Sofia Loren, Roul Bova, Claudia Gerini, Giancarlo Giannini, hanno fatto sbarcare sull'isola frotte di turisti (tra i 20 ed i 65 anni), con una propensione alla spesa medio-alta, provenienti dall'Italia, Francia, USA, Gran Bretagna, Germania, Giappone. In pratica da quei paesi dove questi film hanno avuto maggior penetrazione tra il pubblico e dove è già vivo e sviluppato il "viaggio cinematografico".

Oggi i movie tour in Italia sono diversi: da Matera, nei luoghi di *The Passion*, al mulino di Chiusdino (Siena), set degli spot pubblicitari del *Mulino Bianco*, fino Porto Empedocle (Agrigento), location del celebre *Commissario Montalbano*, il personaggio letterario e poi televisivo creato da Andrea Camilleri. A spiccare su tutti, però, è sicuramente il caso del Castello di Agliè, che, grazie a ricostruzioni di epoca e ad itinerari basati sulla fiction televisiva di enorme successo "*Elisa di Rivombrosa*", lì girata, ha conosciuto uno straordinario boom di visitatori negli ultimi anni. Senza dimenticare l'ultima arrivata: Castellabate (SA) con *Benvenuti al sud*.

Sono stati gli USA e la Gran Bretagna i primi paesi, a partire dal 2001, a diffondere pacchetti turistici basati sul movie tourism ed il settore è oggi in rapida crescita. Se luoghi, scenari e paesaggi rimangono la componente di base, nella predisposizione dei percorsi è sempre difficile individuare con precisione gli elementi che più possono attrarre i cineturisti: i personaggi, la linea narrativa, le scenografie o i costumi sono snodi fondamentali, a partire dai quali costruire itinerari che possono essere di volta in volta profondamente diversi.

In campo internazionale, oggi, l'esempio di eccellenza di rilancio turistico del territorio tramite forme di *turismo cinematografico (movie tourism)* è sicuramente la Nuova Zelanda, i cui splendidi paesaggi hanno fatto da location alla saga "*Il Signore degli Anelli*".

Coerenza con il tema portante della programmazione: il "racconto" della Campania

Il Comune di Procida condivide la necessità avvertita dagli Assessorati al Turismo e ai Beni Culturali della Regione Campania di costruire un programma regionale unitario di eventi, in quanto riconosce che una tale metodologia di lavoro consente il raggiungimento di differenti categorie e target di destinatari, grazie alla realizzazione di eventi diversi sul territorio regionale coerenti alle diverse espressioni di sviluppo delle collettività locali, mantenendo un tema unico che ne facilita la comunicazione collettiva.

Il presente progetto ha l'intento di "raccontare" l'Isola di Procida ed i Comuni partner, attraverso un tema originale connesso strettamente al territorio: il cinema.

Il cinema e l'audiovisivo in genere sono un linguaggio internazionale, accessibile a tutti, capace di *raccontare*, in modo semplice e diretto, una storia, un territorio, un personaggio.

La localizzazione di percorsi, proiezioni ed eventi in più luoghi dell'isola di Procida, in particolare, ricca di siti naturali e culturali di pregio anche se spesso poco conosciuti, si adegua ad una moderna attività di promozione e valorizzazione dei beni culturali che deve guardare non solo alle eccellenze storiche, architettoniche ed archeologiche già ampiamente inserite nei grandi circuiti turistico-culturali, ma anche alle risorse culturali del "patrimonio minore" diffuse sul territorio regionale, ai fini del rilancio di un turismo di qualità.

Il progetto presentato dal Comune di Procida, dunque, aderisce assolutamente al "contenuto" dell'Avviso Pubblico, in linea con gli Obiettivi operativi del PO FESR Campania 2007-2013, Asse 1 Ob Op. 1.12 "Promuovere la conoscenza della Campania" e si pone in perfetta sintonia con gli indirizzi in materia di promozione e diffusione dell'immagine culturale della Campania in particolare con il

programma d'interventi promozionali di risonanza nazionale ed internazionale improntato al "racconto" della Regione Campania.

Luogo di svolgimento:

Isola di Procida, ma anche isola d'Ischia, isola di Capri, Campi Flegrei e San Giorgio a Cremano

Descrizione della location principale

Procida

L'isola di Procida è la più piccola delle isole del Golfo di Napoli, 3,7 kmq, cui vanno aggiunti gli 0,4 kmq dell'isolotto di Vivara. La presenza di una popolazione di 10.561 abitanti, determina una densità abitativa comunale molto elevata (2.595 abitanti per kmq) sebbene l'affollamento sia ancora superiore in considerazione del fatto che Vivara è praticamente disabitata.

¹ Dato ISTAT aggiornato al 31.12.08

Procida ha una storia millenaria (fu abitata sin dal 600 a.c.) in cui si intrecciano tradizioni secolari, usi e costumi, storie, personaggi, tipicità enogastronomiche. È un libro aperto, da leggere e raccontare per la pluralità di emozioni uniche che sa creare.

L'isola si trova attualmente in un periodo di forti trasformazioni nella sua struttura economica. La marineria, sebbene in forte calo, rimane ancora uno dei maggiori settori di occupazione, con persone di tutte le fasce di età impiegate come ufficiali nelle navi mercantili delle maggiori compagnie marittime di tutto il mondo, continuatori di una tradizione secolare. Tuttavia negli ultimi anni, la sempre maggiore automazione presente in ambito meccanico, un maggiore utilizzo di lavoratori di paesi emergenti nell'ambito del trasporto marittimo, la scarsa vocazione delle nuove generazioni al sacrificio di stare mesi e mesi per mare con rischi e pericoli sempre in agguato (si veda il caso dei marittimi sequestrati dai pirati somali!), ha fatto sì che questa fonte di reddito cominciasse ad assumere sempre minor rilievo. Quote marginali della popolazione attiva si dedicano alla pesca commerciale, con una esigua flotta peschereccia, mentre quote ancora inferiori sono dedite alla cantieristica o all'agricoltura.

La crisi occupazionale non è stata tamponata, come sperato dal turismo infatti, se si guarda al numero di posti letto alberghieri esistenti per ogni 10.000 abitanti il dato di Procida si ferma a 282, ben al di sotto della media nazionale (pari a 309).

Procida ha, quindi, ampi margini di sviluppo rispetto alle proprie potenzialità turistiche ma necessita di una razionale politica di sostegno per attuare quelle iniziative di marketing territoriale in grado di attrarre gli adeguati target cui l'isola deve riferirsi.

È in tal senso che deve riferirsi la realizzazione del presente progetto.

È a Procida che ha sede il fulcro del progetto: visite guidate alle location dei film girati sull'isola animate dalla presenza degli attori protagonisti coadiuvati da giovani attori procidani, cineconcerti, proiezioni e cene a tema (su film ed attori che hanno caratterizzato l'isola).

Altre location

Isola di Capri, Isola d'Ischia, Campi Flegrei, San Giorgio a Cremano.

In alcune giornate l'evento sarà poi trasferito ai comuni partner, mantenendo le stesse tematiche, contestualizzate ai luoghi in cui la manifestazione si trasferisce. L'effetto ottenuto da una tale azione è duplice:

arricchire l'iniziativa;

aumentare la capacità promozionale (coloro che avranno modo di vivere l'evento procidano, vorranno riviverlo con le opportune variazioni a Capri a Ischia, a Monte di Procida e così via, o viceversa)

Collegamento con il bene o sito culturale e naturale valorizzato con l'evento.

L'evento si svolgerà nei beni e siti culturali ed ambientali che sono stati set, location naturale di numerose produzioni cine-televisive. Tra questi, saranno valorizzati in maniera integrata, anche i beni e siti cd. "minori".

Gli itinerari e le varie iniziative collegate si svolgeranno, non solo nei siti naturali e culturali che hanno fatto da "set" a film e prodotti televisivi, ma anche nelle numerose chiese di pregio dell'Isola di Procida. Tra questi: la Corricella (al centro di una proposta di svariati intellettuali quale sito UNESCO), Terra Murata e l'Abbazia di San Michele Arcangelo, di cui segue una breve descrizione.

La Corricella:

La Corricella è il porticciolo più caratteristico di Procida, e non solo. È un unicum nel suo genere e per questo è stato proposto da svariati intellettuali e storici quale sito UNESCO. Caratteristica e suggestiva, la Corricella sembra un piccolo presepe che si specchia nel mare. Porticciolo seicentesco - anche se il nucleo abitativo è ben più antico - è caratterizzato da un'architettura del tutto particolare: le case sono un agglomerato edilizio non rinvenibile in nessun altro luogo del mondo, così come affermato anche da numerosi architetti riconosciuti a livello internazionale.

E' possibile, infatti, notare le posizioni e le caratteristiche delle case, ognuna dipinta con un colore diverso in modo che i pescatori possano riconoscere da mare la propria. Le une accanto alle altre, ma anche le une sulle altre; la presenza di archi, balconi caratteristici (vefi), scale, finestre, gradinate, fanno di questo sito un attrattore culturale con grandissime potenzialità di sviluppo turistico. La Corricella offre la possibilità di camminare tra le varie casette, non sentire rumori assordanti (è inaccessibile ad auto e moto), guardare i pescatori che filano le reti, sentire il profumo del mare, lontani da smog e stress. Un luogo magico dove è possibile rigenerarsi in modo naturale ed emozionante.

Terra Murata:

Il centro storico di Procida, è rappresentato da Terra Murata, antica cittadella medievale arroccata su un ripido costone tufaceo all'altezza di circa 90 metri sul mare. Terra Murata è raggiungibile solo attraverso un'irta salita, percorrendo la quale, è possibile ammirare il suggestivo borgo marinaro di Marina Corricella. Per accedere alla cittadella medievale di Terra Murata - cosiddetta per le fortificazioni medioevali - vi sono degli antichi portali, rappresentanti gli antichi punti d'ingresso: la porta di Ferro e, salendo e oltrepassando piazza delle Armi, la Porta di Mezz'omo. Strade, viottoli caratteristici, abitazioni denotano la vita che un tempo ivi si svolgeva: Terra Murata, infatti, fu il primo nucleo abitativo dell'isola. In questo straordinario sito si ergono il Palazzo D'Avalos (trasformato in seguito in Bagno Penale), il Convento Domenicano di Santa Margherita (in ristrutturazione), il Conservatorio delle Orfane (trasformato in un centro di iniziative culturali). A Terra Murata ha avuto i suoi natali, tra gli altri, la straordinaria e poliedrica artista Concetta Barra.

Abbazia di San Michele:

L'Abbazia di San Michele Arcangelo sorge sul promontorio di Terra Murata, a picco sul mare a circa 91 metri d'altezza. L'imponente struttura testimonia il ruolo che aveva in passato quale centro religioso e culturale dell'isola. Nata come monastero benedettino, fu poi dedicata al culto di San Michele Arcangelo. Nella seconda metà del XV secolo, l'Abbazia fu secolarizzata, cioè affidata a cardinali che, nel corso dei secoli, la arricchirono ed ampliarono ripetutamente. La struttura si articola su due livelli: chiesa (piano superiore) e complesso abbaziale (piano inferiore).

La chiesa è a pianta basilicale, con 3 navate e 17 altari. Nella navata centrale vi è un soffitto a cassettoni del 17° secolo realizzato in legno ed oro, al centro del quale domina il dipinto di San Michele che sconfigge Satana. Nell'abside vi è un coro ligneo del XVII secolo e quattro dipinti realizzati dal pittore napoletano Nicola Russo tra cui primeggia la tela raffigurante l'apparizione di S. Michele che protegge l'isola di Procida dai saraceni. Tra i dipinti degni di nota vi è la Dormitio Virginis, un olio su tavola della fine del XVI secolo. Preziosi, ma di autori ignoti sono il Giudizio di S. Lucia dinanzi il tiranno di Siracusa, la Trinità, il Martirio di S. Caterina d'Alessandria, oli su tavola anch'essi del XVI secolo. La navata sinistra, si apre su tre cappelle ottocentesche di valore: Madonna del Carmine dove impera una statua lignea del XVII secolo, dorata in oro zecchino, S. Michele che ospita la statua in argento del patrono dell'isola ed, infine, Madonna di Lourdes con una

riproduzione fedele, in cartapesta, della grotta dell'apparizione. Alla destra e sinistra della struttura absidale, si trovano le due più grandi cappelle: Sacramento e Pentecoste, nella quale è possibile ritrovare un'ancora ritrovata nelle acque di Procida attribuita ai saraceni messi in fuga dall'apparizione divina di S. Michele. Preziosi sono i marmi, il pavimento e gli organi (quello centrale è il terzo più grande in Campania).

Il Complesso Abbaziale comprende:

Il Museo (con opere d'arte sacra, antichi libri, statue ed un presepe composto prevalentemente da pastori di scuola napoletana del XVIII secolo)

La Cappella della Madonna del Rosario

La Cappella di San Michele (sede, un tempo dei confratelli Turchini)

L'Ossario (un tempo cimitero dell'isola e sede di una splendida segreta)

Funzionalità dell'intervento con riferimento ai seguenti aspetti:

Ricettività

Le attività previste dal presente progetto nascono per avere una ricaduta positiva sulla ricettività alberghiera ed extra-alberghiera dell'Isola di Procida che, sebbene ancora limitata per posti letto (circa un migliaio), ha avuto un profondo sviluppo negli ultimi anni in termini sia numerici sia qualitativi.

Non va dimenticata, inoltre, l'ambizione del progetto, di estendersi al di là dei confini procidani, come i partenariati dimostrano e che, quindi, esso possa positivamente incidere sulla ricettività dei comuni dell'isola d'Ischia, dei Campi Flegrei e dell'isola di Capri in un periodo in cui la domanda è particolarmente bassa.

In tal senso, vanno rilevati le partnership con la Federalbeghi di Ischia e l'Associazione Albergatori Flegrei.

Comune	p.l. alberghieri	p.l. extra-alberghieri	Tot. Posti letto
Procida	387	586	973
Ischia	7419	282	7701
Barano d'Ischia	1020	134	1154
Forio	7629	420	8049
Serrara Fontana	1288	291	1579
Casamicciola Terme	3542	162	3704
Lacco Ameno	1679	170	1849
Anacapri	881	274	1155
S. Giorgio a Cremano	15	80	95
Generale	23.860	2.399	26.259

Il progetto ha quindi una ricaduta sugli esercizi alberghieri ed extralberghieri dei comuni del partner iato ma chiaramente l'azione va ad estendersi anche ai comuni limitrofi.

Attenzione all'ambiente

Comune	% raccolta differenziata
Ischia	51%
Barano d'Ischia	40%
Forio	26,34%
Serrara Fontana	20%
Casamicciola Terme	30%
Procida	24%
Lacco Ameno	45%
Monte di Procida	49%
Anacapri	
S. Giorgio a Cremano	47% (aprile 2011)

I risultati della differenziata sono mediamente buoni nell'area di riferimento del partenariato.

Si evidenzia, ad ogni modo, che negli ultimi 5 mesi la percentuale di raccolta differenziata sull'isola di Procida è in costante crescita, in seguito all'ordinanza sindacale n. 139 che ha stabilito nuove

metodologie per facilitare i cittadini nella gestione quotidiana dei rifiuti. Il provvedimento e le sue modalità attuative sono state oggetto di una capillare campagna informativa con volantini, newsletter, post sui blog ed i social network maggiormente diffusi, call center informativo gestito direttamente dalla segreteria del sindaco.

Provvedimenti maggiormente restrittivi con capillari controlli e pesanti sanzioni, uniti ad una campagna di sensibilizzazione, sono stati adottati anche dai Comuni di Serrara e Forio.

Per quanto riguarda un'azione diretta di sensibilizzazione che possa derivare dal progetto e che coinvolga, turisti e residenti, sulle tematiche del rispetto e la tutela dell'ambiente, si sfrutteranno le potenzialità dell'audiovisivo e le capacità comunicative degli artisti coinvolti mediante spot pubblicitari, prima e dopo le proiezioni dei film, per incentivare alla raccolta differenziata e all'utilizzo virtuoso delle risorse.

L'azione della comunicazione sebbene sia rivolta essenzialmente ai turisti è normale che colga una parte dell'utenza locale o napoletana.

Infine i percorsi da realizzare saranno disseminati di bidoncini, particolarmente curati nell'aspetto, per la raccolta differenziata dei rifiuti.

Servizi dedicati ai turisti

Il presente progetto consente la creazione di strutture "dedicate" per turisti al momento assenti sull'isola di Procida: i turisti che si recheranno sui luoghi interessati saranno accolti da un info-point, con operatrici plurilingue, a loro disposizione sull'iniziativa in corso e per ogni tipo di informazione turistica. Sarà il punto dal quale si snoderanno tutte le attività e acquisirà la funzione di veicolare i flussi turistici sui vari itinerari creati. Info-points simili saranno predisposti anche nei Comuni partners e in luoghi ad alta affluenza come il porto di Napoli, per un totale di 11 info-points. Su prenotazione, l'accoglienza dei gruppi potrà avvenire sin dall'arrivo alla Stazione Centrale di Napoli o all'aeroporto di Capodichino.

Gli itinerari saranno guidati e la presenza dei totem informativi supporterà le guide stesse durante il percorso stabilito. Si consideri, inoltre, la presenza di giovani attori nonché la creazione di specifiche scenografie realizzate al fine di rendere quanto più attrattiva la particolare esperienza di vacanza del turista.

Per facilitare la mobilità dei turisti tra i luoghi di svolgimento degli eventi, e tra questi e le strutture alberghiere saranno incentivati i trasporti marittimi e terrestri, prevedendo, tra l'altro, tariffe agevolate. Per i disabili sarà attivato un servizio di navetta gratuito.

I turisti saranno supportati costantemente nel loro viaggio anche attraverso un call center con numero verde dedicato presso la segreteria dell'evento, attivo 12 ore al giorno. Infine, i luoghi dell'evento durante lo svolgimento delle iniziative saranno presenziati costantemente da operatori dell'organizzazione per supportare i turisti in ogni loro richiesta o esigenza. Nei luoghi sprovvisti di bar, ristoranti e/o salumerie saranno attivati anche delle postazioni per la distribuzione gratuita di acqua.

L'accordo con le associazioni degli albergatori sono un punto di partenza per la creazione di una card di servizi (movietouricard) in cui grazie al suo possesso si potranno ottenere una serie di agevolazioni.

Descrizione dell'evento - Palinsesto e programma dettagliato

Itinerari cineturistici

Gli itinerari cineturistici saranno rivolti ai visitatori di Procida (ma anche dei comuni partner) nei weekend e nelle festività del periodo dicembre-marzo, e tutti i giorni nel mese di aprile. Gli itinerari faranno tappa sui set cinetelevisivi più importanti realizzati, con il supporto di associazioni locali e di guide che in qualche modo faranno rivivere le scene dei film qui ambientati nonché *racconteranno* i beni ed i siti culturali ed ambientali che caratterizzano le varie location.

Grazie al partenariato con i comuni dell'isola d'Ischia, l'isola di Capri e Monte di Procida, verranno offerte delle escursioni nei citati comuni la cui tematica principale resterà legata al cinema ma contestualizzata al luogo di visita (ad esempio ad Ischia sarebbe logico il richiamo alla commedia

capolavoro di Billy Wilder *Cosa è successo tra tua madre e mio padre* con protagonista Jack Lemmon ambientata proprio sull'isola verde).

Alcune iniziative di anticipazione dell'evento potranno invece tenersi a San Giorgio a Cremano comune natale dove il mai troppo compianto Massimo Troisi mosse anche i suoi primi passi da cabarettista. L'uomo, l'artista, che con il suo *Postino* ha lanciato i primi proseliti del movie tourism in Italia.

Sarà, in pratica, realizzato, un itinerario turistico completo, che combina, durante il giorno, la visita agli attrattori culturali e naturali dell'isola "protagonisti" di tanti prodotti filmati per il grande e il piccolo schermo (con la possibile rappresentazione dal vivo di scene di quei film) ed, in serata, la possibilità di assistere alle proiezioni delle pellicole girate sull'isola o ad ascoltare concerti basati sulle colonne sonore dei film succitati (cineconcerti) e/o di anche altri film. Ci saranno, inoltre, cene e degustazioni culinarie con i ristoranti che intendono convenzionarsi alla manifestazione sposando la creatività e l'unicità dell'idea progettuale. A tali ristoranti sarà fornita una carta dei menù che associa ai piatti tipici nomi di film o attori (il menù del cinema). L'itinerario sarà integrato con visite, escursioni e piccoli eventi nei "luoghi del cinema" dei Comuni partner promuovendo la conoscenza anche di beni e siti culturali minori.

Si farà inoltre una "presentazione" dell'evento a Procida con i protagonisti di alcuni dei film presentati e con personaggi legati al mondo del cinema.

Per tutto il periodo della manifestazione saranno allestiti spazi dedicati a mostre sui backstage dei film girati a Procida e nell'area di riferimento.

Cast artistico

Saranno invitati i principali attori dei film girati a Procida e nel territorio di riferimento della partnership. Tra questi gli attori Sofia Loren, Matt Damon, Gwineth Paltrow, Jude Law Claudia Gerini, Giancarlo Giannini, Roul Bova, nonché il regista del film *il Postino* Michael Redford, la sceneggiatrice Anna Pavignano ed il compositore Oscar Luis Bacalov (già ospite della prima edizione).

Per le visite guidate e recitate (i movie tour) si farà riferimento ad associazioni teatrali che da anni propongono questa tipologia di intrattenimento.

Direttore Artistico/Curatore scientifico

Leonardo Metalli (di cui si allega curriculum)

Cronoprogramma dell'evento

Il Comune di Procida attuerà tutte le attività relative all'organizzazione e alla realizzazione del progetto.

Preliminari amministrativi e definizione di un team di coordinamento del progetto, composto da RUP, Direttore Artistico, Project Manager, responsabile della comunicazione e segreteria organizzativa. I preliminari amministrativi avranno luogo a ottobre 2011, mese entro il quale sarà definito anche il team di progetto.

Definizione del progetto esecutivo con allegato programma definitivo. Sarà realizzato entro novembre 2011.

Gestione del piano di comunicazione/promozione. Il Comune di Procida, con il gruppo di coordinamento del progetto valuterà le disponibilità finanziarie per la gestione operativa delle attività di promozione, in merito a: costi di produzione, distribuzione e/o affissione dei materiali e azioni del piano media. Il portale www.incampania.com sarà il primo destinatario di contenuti audio-video e qualsiasi altro sito della Regione Campania sarà, parimenti, partner del Comune. Il piano di comunicazione sarà sottoposto a verifica (rispetto a quello indicato attualmente in progetto) e redatto in novembre 2011. Esso sarà realizzato nel periodo dicembre 2011 - aprile 2012.

Allestimento impianti. I sopralluoghi tecnici saranno la prima attività, propedeutica alle attività di installazione degli impianti e delle attrezzature necessarie, che si svolgeranno a ridosso dell'inizio dell'evento stesso. Gli allestimenti necessari al corretto svolgimento dell'evento saranno realizzati nei tempi e nelle modalità stabiliti e rispetteranno tutte le normative in materia di sicurezza dei

locali di pubblico spettacolo e di sicurezza per il pubblico. Gli allestimenti avranno luogo dicembre 2011.

Controllo e monitoraggio. Si realizzeranno durante l'evento, al fine di verificare e garantire il corretto svolgimento.

Rendicontazione. Prevede la raccolta della documentazione al fine di garantire l'adeguato controllo amministrativo, economico e finanziario e riguarda l'intera durata del progetto. La chiusura dell'attività di rendicontazione (intesa come raccolta della documentazione) si prevede in maggio 2012. Per la rendicontazione dei pagamenti dovrà tenersi conto anche dei tempi di erogazione dei contributi.

Piano di comunicazione dell'evento

Strategia ed obiettivi del piano di comunicazione

Il progetto già gode di una positiva immagine delle precedenti edizioni che ne facilita il successo per le edizioni successive. Il cinema ha rappresentato una vetrina mondiale ed eccezionale per Procida.

La strategia del piano di comunicazione ha per obiettivo diretto:

l'ampliamento della domanda turistica, cogliendo ancora maggiormente le opportunità di un mercato in crescita come quello del movie tourism;

ottenere tale ampliamento di domanda, destagionalizzandola e non incidendo sulla capacità di carico dei sistemi urbani e turistici dei territori di riferimento: il movie tourism si muove, infatti, in periodi, di bassa stagione che consente un maggiore apprezzamento della qualità dei luoghi non incidendo su fattori talvolta critici (linee di trasporto congestionate, scarsità d'acqua, overbooking alberghiero, problemi di raccolta rifiuti, etc.)

Può ritenersi un obiettivo di lungo periodo della comunicazione quello di **implementare e strutturare la particolare e naturale vocazione legata al cinema del Comune di Procida e dell'area dei comuni partner creando permanenti circuiti tematici**, unici nel loro genere, capaci di *raccontare* Procida ed i territori limitrofi nelle loro varie sfaccettature, attraverso i vari film che hanno preso vita nei luoghi dell'evento.

Fondamentale per radicare definitivamente questo fenomeno dell'indotto turistico creato dalla visione di un film, determinando un'adeguata partecipazione ed un successo di pubblico, è l'azione di marketing territoriale che si mette in campo. Le azioni di marketing vedranno un protagonismo della P.A., che curerà una adeguata animazione territoriale, ben prima del periodo di svolgimento dell'evento. Si lavorerà attraverso tavoli di concertazione, che coinvolgeranno l'intero sistema degli operatori economici e con assemblee cittadine, per il coinvolgimento dell'intera popolazione. Procida, cioè, sarà "mobilitata" per garantire un'accoglienza, al di là degli operatori turistici.

Gli albergatori e le agenzie di incoming provvederanno ad inviare newsletter informative alla clientela fidelizzata. Fondamentale, in tal senso, è anche la partecipazione della Federalberghi di Ischia e l'associazione degli alberghi flegrei che veicolerà l'informazione attraverso la propria, capillare, rete ramificata su tutto il territorio nazionale.

Descrizione dei destinatari

I destinatari dell'azione di comunicazione sono i cosiddetti movietourist che data l'indefinita diffusione geografica ma il comune interesse nella tematica turistica necessita di particolari strumenti di approccio mediatico.

Strumenti e media

Gli strumenti di comunicazione utilizzati si integreranno con la campagna di comunicazione predisposta dagli Assessorati al Turismo e Beni Culturali per la diffusione nazionale ed internazionale dell'intera stagione.

WEB

Il web costituisce, oramai, per il mercato turistico un forte strumento di diffusione delle informazioni, in grado di "orientare" la scelta delle destinazioni. Il movie tourism cresce esponenzialmente e non riguarda solo più un target giovanile, come accadeva fino a qualche anno

fa. Sempre più persone puntano a “costruirsi” la vacanza all’insegna del cinema, breve o lunga che sia, da soli: si naviga sul web per decidere dove andare e, dunque, si va alla ricerca di dati riguardanti luoghi, culture e strutture ricettive del territorio che si immagina di visitare. Saranno utilizzati:

un sito dedicato;

i siti istituzionali: quello del Comune di Procida e tutti i siti che si “aprono” cliccando la parola Procida; i siti web dei comuni partner; il sito turistico della Regione Campania www.incampania.com;

Dato il target di nicchia, anche se in costante crescita, e i molteplici mezzi necessari ad intercettare il pubblico potenziale delle manifestazioni previste dal progetto, si prevede la destinazione di una quota consistente del budget ad azioni mirate di marketing e comunicazione. Azioni di web communication, con particolare riferimento all’attivazione di una innovativa campagna di marketing “virale”, con ricorso alle modalità promozionali tipiche del web 2.0, ovvero con la produzione di filmati promozionali da diffondere su You Tube e il ricorso a Facebook, Twitter, Flickr

Stampa

Saranno acquistati spazi pubblicitari sui principali quotidiani e periodici, in particolare dedicati al cinema

Un ufficio stampa dedicato curerà l’organizzazione di una conferenza stampa iniziale di presentazione dell’intero progetto, nonché la redazione di comunicati stampa, testi per le cartelle stampa e schede informative sull’evento.

Materiale promozionale

Sarà realizzato, in lingua italiana e in inglese, materiale informativo e divulgativo cartaceo: manifesti, cartoline, depliant, locandine, poster, brochure riassuntive degli itinerari, flyers ed inviti.

Il materiale informativo realizzato dal Comune di Procida sarà distribuito nelle Borse e Fiere Turistiche coerenti con il target del movie tourism che prevedono la partecipazione della Regione Campania o della Provincia di Napoli, affinché l’evento possa essere comunicato anche al di là dei confini regionali e nazionali.

C- ANALISI DELLA DOMANDA

Capacità dell’evento di attrarre significativi flussi turistici

Il progetto mira, coerentemente con la strategia degli assessorati al Turismo e ai Beni Culturali della Regione Campania, ad attrarre significativi flussi turistici con un’offerta di eventi, manifestazioni ed itinerari tipica del cosiddetto turismo culturale.

Secondo gli ultimi studi sul settore turistico, l’offerta culturale continua ad essere, in maniera sempre più crescente, uno dei principali motivi per cui i turisti scelgono le destinazioni dei loro viaggi. In particolare, riferendosi alle scelte dei turisti stranieri sulla meta Italia, un recente dossier dell’Enit conferma questa tendenza, i percorsi cineturistici, uniti alla riscoperta delle tradizioni isolate, rientrano in pieno nel nuovo segmento di turismo culturale a cui la Regione Campania mira, sia per la capacità di attrarre considerevoli flussi turistici, sia per l’elevato ritorno positivo sul territorio e sulle economie locali.

Tale progetto si inserisce inoltre nel contesto della programmazione turistica regionale rispondendo al tema del “racconto” che caratterizzerà gli eventi regionali per la prossima annualità.

Tipologia dei destinatari

Il target-obiettivo dell’insieme di manifestazioni comprese nel progetto è costituito principalmente da turisti italiani e stranieri interessati a spendere il proprio periodo di vacanza sull’isola di Procida,

sebbene non è infrequente che Procida possa essere una tappa di una più lunga permanenza sulle altre isole del golfo o sulla terraferma (Napoli, Sorrento, l'area flegrea)

In particolare, la variegata offerta, tra cinema e riscoperta delle tradizioni locali, si adatta ad un pubblico fatto di turisti colti e con alta capacità di spesa, interessati ad un'esperienza turistica unica attraverso i sapori e la cultura dell'isola di Procida.

Questo tipo di target si rivela il più adatto ad un'operazione di "turismo culturale" e di rilancio dei flussi turistici in uno dei luoghi più affascinanti, anche se meno conosciuti, della Baia di Napoli.

La scoperta di itinerari nascosti, la sperimentazione delle tradizioni locali, il relax in luoghi lontani dal turismo di massa sono tutte componenti che costituiscono il tipo di vacanza e di esperienza turistica sempre più ricercato da turisti e gruppi di turisti di alto profilo.

Dato la ricca proposta culturale ed "esperienziale", il progetto mira ovviamente ad attrarre, in secondo luogo, anche un pubblico di napoletani e campani interessati a trascorrere una o più giornate alla scoperta delle tradizioni di un territorio, vicino ma spesso poco conosciuto, come Procida.

Le campagne di marketing e comunicazione saranno ovviamente mirate a coinvolgere operatori e pubblico tipico del turismo cinematografico, che potranno vivere anche a Procida esperienze sperimentate in altre location italiane e straniere, e i numerosi fan di Massimo Troisi e Sophia Loren, divi del cinema "set in Procida".

Priorità dell'intervento per il territorio.

Il progetto mira a riqualificare il territorio procidano come destinazione autenticamente turistica, dando però all'isola una connotazione di luogo turistico "particolare", che la collaborazione con i comuni partner ravviva, puntando alla creazione di un'offerta integrata che abbia come fulcro Procida.

Procida è sempre stata considerata, anche per le sue piccole dimensioni, in maniera sicuramente minore rispetto alle altre isole del Golfo di Napoli sia dalle istituzioni che dagli operatori turistici, sia dai turisti che dai cittadini napoletani e campani.

Ischia e Capri hanno saputo trovare nel corso del secolo scorso un grande appeal turistico, mai sopito anche nella profonda crisi degli ultimi anni, almeno a livello di immaginario (mentre i dati su arrivi e presenze turistiche mostrano cali abbastanza netti). In particolare il termalismo e la cosiddetta "vita glamour" hanno sempre distinto

Ischia e Capri come mete turistiche da un lato aperte a visite di massa, dall'altro a vacanze di altro profilo da parte di turisti con alta capacità di spesa. Questa compresenza di target turistici così differenti, nel "portafoglio" oltre che nei gusti e nelle preferenze di consumo, ha consentito alle due isole di ravvivare la propria economia locale, non solo nel comparto prettamente alberghiero (dove pure si notano un buon numero di strutture, anche di livello medio-alto e altissimo), ma anche nel settore puramente commerciale.

Ritenendo Procida, per le sue dimensioni e per la sua capacità ricettiva, poco adatta ad un turismo di massa, il presente progetto punta non a caso a dare una precisa identità turistica all'isola con un'offerta, che, combinando tradizioni e saperi secondo le nuove tendenze del turismo culturale, esperienziale e di "nicchia", sia capace di attrarre visitatori italiani e stranieri con forte capacità di spesa e in grado di apprezzare l'offerta dell'isola anche per successivi ritorni.

A testimonianza dell'interesse del territorio va tenuto in conto della partnership con gli albergatori flegrei e ischitani e la COMTUR.

D - FATTIBILITÀ FINANZIARIA

Piano finanziario dell'intervento

QUADRO ECONOMICO GENERALE:

Descrizione USCITE

Totale iva
inclusa

ATTIVITÀ DI PROGETTAZIONE, COORDINAMENTO, DIREZIONE ARTISTICA

Progettazione e Coordinamento generale

€ 18.000

Attività di RUP, Rendicontazione e segreteria

€ 40.000

Direzione artistica	€ 8.000
TOTALE a)	€ 66.000
PERFORMANCE ARTISTICHE E SUPPORTI	
Concerti e Videoproiezioni	€ 24.000
Allestimenti tecnici, service audio-luci	€ 15.000
Itinerari cineturistici (guide, attori, segnaletica, raccolta differenziata)	€ 50.000
Pulizia, Vigilanza ed altre spese manutenzione	€ 7.000
Sale per proiezioni e mostre	€ 65.000
TOTALE c)	€ 161.000
MARKETING E COMUNICAZIONE	
Piano di marketing ed azioni d'animazione territoriale e sul web	€ 14.000
Spazi pubblicitari come precedentemente identificati	€ 18.000
Addetto stampa e pubbliche relazioni	€ 4.000
Manifesti, locandine, brochure, cartelle stampa, infopoint, inviti	€ 14.000
Affissioni comunali	€ 10.000
Valutazione customer satisfaction	€ 6.000
TOTALE c)	€ 66.000
TOTALE PROGETTO	€ 293.000
Totale a carico della Regione Campania (59% del TOTALE PROGETTO)	€ 174.000
Entrate tot.	€ 293.000
finanziamento richiesto alla Regione	€ 174.000
diretta partecipazione finanziaria dell'Ente	€ 90.000
Altri eventuali contributi e/o finanziamenti pubblici/privati	€ 20.000
Eventuali altre entrate	€ 9.000

Il Comune di Procida si impegna ad accollarsi le spese di importo pari alle entrate delle predette tipologie qualora queste ultime, per qualsivoglia ragione, vengano meno successivamente all'ammissione a finanziamento del progetto.

Analisi finanziaria dell'evento, con particolare riferimento a quanto disposto dall'art. 55 del Reg. CE 1083/2006

Il presente progetto non può intendersi, secondo quanto disposto dall'art. 55 del Reg. CE 1083/2006, generatore di entrate, in quanto sebbene esso possa prevedere flussi di cassa positivi, non prevede la realizzazione di "infrastrutture" e, quindi, non si è soggetti al suddetto regolamento.

Coerenza con l'Obiettivo Operativo 1.12 del PO FESR 2007/2013

Il progetto presentato dal Comune di Procida, aderisce al "contenuto" dell'Avviso Pubblico, in linea con gli Obiettivi operativi del PO FESR Campania 2007-2013, Asse 1 Ob Op. 1.12 "Promuovere la conoscenza della Campania" e si pone in perfetta sintonia con gli indirizzi in materia di promozione e diffusione dell'immagine culturale della Campania in particolare con il programma d'interventi promozionali di risonanza nazionale ed internazionale improntato al "racconto" della Regione Campania.

E - RISULTATI ATTESI

Stima dei visitatori e dei flussi turistici movimentabili

Sulla scorta delle precedenti edizioni, sono preventivabili di media nel periodo della manifestazione 40 arrivi settimanali motivate dal movie tourism che generano circa 100 presenze a settimana (non si tiene conto della presenza di locali alla manifestazione) che per 23 settimane di manifestazione comportano la presenza di circa 2300 presenze sul territorio procidano

Stima della durata della permanenza dei flussi turistici movimentabili

La manifestazione consente la trasformazione di uno short break un in long weekend stimolando chi generalmente viene per pernottare una sola notte ad allungare i tempi di permanenza a 2/3 notti.

Metodologie di rilevazione del grado di soddisfazione dei visitatori e dei turisti.

Al momento della registrazione dei turisti che si prenotano per i tour, sono raccolti indirizzi e-mail dei partecipanti che riceveranno ex post i questionari di misurazione della customer satisfaction che potranno, così, compilare tranquillamente e rinviare alla società, professionalmente riconosciuta, che si occuperà di questo aspetto e della rielaborazione dei dati raccolti.

Quantificazione e stima degli impatti attesi

Il vero elemento di successo dell'iniziativa si lega al coinvolgimento del territorio.

Immaginare il successo dell'iniziativa significa garantire che le 2300 presenze su Procida per il suddetto periodo è un risultato sia economicamente ottimo sia sostenibile in termini di capacità di carico del sistema turistico.

Considerando pari a 150 euro la spesa giornaliera del movie turista si genererebbe una spesa turistica sull'isola di 345.000 euro, al di là degli effetti indotti, che non vanno sottovalutati. Non va dimenticato, infatti, l'effetto moltiplicatore della spesa che per i fenomeni legati al turismo culturale sono molto più elevati per il territorio. Infatti diverso è l'effetto moltiplicatorio di chi ha un comportamento d'acquisto che valorizza il territorio, attivando una filiera produttiva locale (ad esempio mangiando cucina tipica, acquistando artigianato locale, etc). In tal caso gli effetti moltiplicatori della spesa tendono ad essere molto elevati e sono pari almeno allo stesso valore della spesa diretta

Un tale presupposto rende l'iniziativa non sporadica e replicabile nel tempo grazie alla compartecipazione dei soggetti privati anche in forma associata più interessati al suo proseguimento (albergatori, ristoratori, etc).

RELAZIONE ISTRUTTORIA

vedi prospetto

Il *12.07.11*

IL FUNZIONARIO

PARERE DI REGOLARITÀ TECNICA

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

vedi prospetto

Il *12.07.11*

IL RESPONSABILE DI AREA

VISTO: IL DIRIGENTE

PARERE DI REGOLARITÀ CONTABILE

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

Il

IL RESPONSABILE DI AREA
Dott. Antonio BERNASCONI

IL DIRIGENTE
SETTORE ECONOMICO FINANZIARIO
Dott. Antonio BERNASCONI

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

IL RESPONSABILE DI AREA

VISTO: IL DIRIGENTE

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
