

**EVENTI E INIZIATIVE PER LA  
COMPOSIZIONE DEI PERCORSI TEMATICI "LE QUATTRO STAGIONI"  
DELIBERAZIONE DI GIUNTA REGIONALE N. 1749 DEL 20.11.2009**

**ESTATE 2010: LA RISCOPERTA DEL PATRIMONIO CULTURALE**

**MANIFESTAZIONE D'INTERESSE**

**SCHEMA PROGETTUALE**

**ALLEGATO "A"**

**IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO**

**1. Nome "Rotondi e la Valle Caudina... una terra da scoprire".**

**2. Ente Beneficiario**

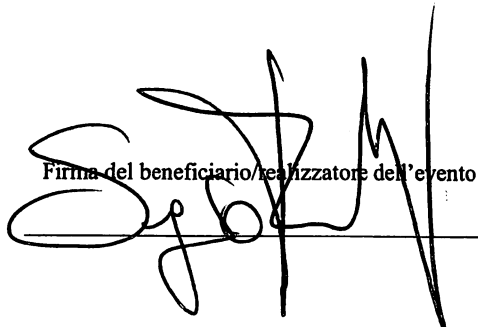
Ente Comune di Rotondi  
Indirizzo (Civico, CAP, Località) Via Luciano Vaccariello n 22 CAP 83017 Rotondi  
Telefono 0824-843264  
FAX 0824-843830

**3. Localizzazione dell'intervento I comuni di Rotondi, San Martino Valle Caudina, Cervinara**

**4. Costo dell'intervento**

TOTALE	100.000,00 €, di cui :
Finanziamento richiesto	
alla Regione	100.000,00 €
Altre Risorse pubbliche	0,00 €
Risorse private	0,00 €

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento

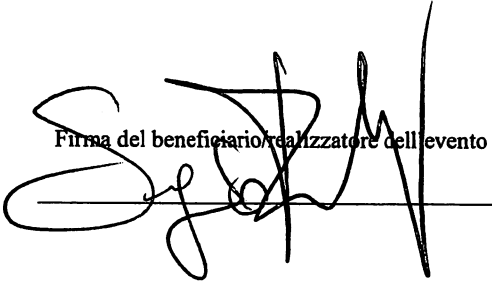


## DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO

### 1. Descrizione dell'intervento - finalità – obiettivi

Il progetto **“Rotondi e la Valle Caudina... una terra da scoprire”** vedrà coinvolti i comuni di Rotondi, Cervinara e San Martino Valle Caudina che ospiteranno una serie di manifestazioni artistiche e culturali con l'obiettivo di valorizzare le peculiarità del territorio coinvolto dall'iniziativa. L'evento permetterà, per la prima volta in questo territorio, di riscoprire il patrimonio artistico-culturale, dai palazzi, ai centri storici e alle chiese, attraverso visite guidate, che all'interno di specifici circuiti turistici trasformeranno i centri storici e i palazzi antichi di questi luoghi in veri e propri salotti, dove ascoltare musica, riscoprire le tradizioni e i costumi di queste terre dell'Irpinia. L'evento **“Rotondi e la Valle Caudina... una terra da scoprire”** si configura come una manifestazione-evento, con la finalità di valorizzare, in termini di conoscenza e di fruizione, il patrimonio storico artistico e demo-etno-antropologico dei comuni interessati dall'iniziativa. L'idea progettuale, propone momenti di rievocazione della storia e della cultura attraverso la narrazione teatralizzata. Attraverso le emozioni, la storia, le arti, la creatività, giovani attori e attrici, "racconteranno" attraverso brani dell'epoca, scritti inediti, la storia di queste terre ridando vita alla tradizione ed alla memoria. Ogni attore accompagnerà i visitatori in un percorso che associa alla storia dei luoghi letture, ricostruzioni d'epoca e rappresentazioni teatrali. Attraverso visite guidate e illustrate con manifestazioni teatralizzate con attori in costume d'epoca. I visitatori potranno conoscere gli edifici storici dei luoghi interessati, si darà, così, loro la possibilità di fare un vero e proprio tuffo nel passato. Le visite guidate saranno organizzate in modo tale da permettere a ogni tipologia di visitatore: ragazzi, adulti, esperti del settore, di godere in modo adeguato della visita. L'idea forza regge sul presupposto di fare riscoprire, grazie a questi luoghi suggestivi, la storia l'arte e l'enogastronomia che di esso fanno parte. Quest'azione permette anche la salvaguardia e la valorizzazione dei luoghi che oltre a fungere da contenitori di risorse culturali sono luoghi da vivere. **“Rotondi e la Valle Caudina... una terra da scoprire”** prevede, anche, la partecipazione delle scuole, dei gruppi giovanili e delle associazioni culturali.

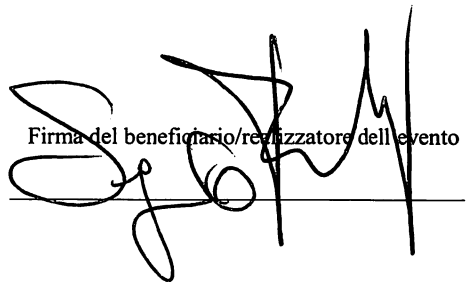
Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



## 2. Edizioni precedenti n. 02

### 3. Mercato nazionale/internazionale di riferimento

L'attuale panorama economico ha ormai evidenziato con forza come sia necessario che le amministrazioni regionali, provinciali e municipali manifestino un atteggiamento costruttivo e proattivo nel comprendere la rilevanza cruciale che la produzione e il consumo di cultura possono rappresentare ai fini della crescita del benessere delle comunità locali. Il progetto infatti nel recupero di tradizioni e spiritualità "autoctone" attraverso un percorso strutturato, rappresenta una valida risorsa per lo sviluppo concreto di luoghi, la cui peculiarità e la cui caratteristiche sono principalmente, i prodotti tipici, l'artigianato, la storia e la tradizione popolare, è necessario quindi "seguire" tali aspetti nella loro molteplicità di substrati (tradizionali e innovativi) che oggi costituiscono una vera e propria catena di creazione del valore culturale ed economico di un luogo. I paesi protagonisti del nostro progetto sono coinvolti in quanto prima di tutto "territori" portatori di ricchezza e tipicità, paesi limitrofi, legati tra di loro anche nelle tradizioni. Il territorio inteso come luogo di fruizione di una risorsa culturale che può e deve offrire un servizio che sia finalmente fonte di un accrescimento turistico di questi luoghi e che ci consenta quindi di poter parlare con giusta causa di mercato nazionale e internazionale di riferimento. È infatti ormai più che accreditato che il "mercato" dei servizi culturali vede una stretta interdipendenza fra lato dell'offerta e lato della domanda, con effetti che potremmo definire di *causazione reciproca*, in questo caso, la "causazione reciproca" si realizza proprio grazie al consumo da parte dell'utente della nostra offerta culturale-turistica, la quale non è lo *stock*, ma si esplica nei servizi e nelle funzioni offerti e supportati dal nostro *stock*, ciò determina un'apertura non più quindi, limitata ai paesi limitrofi, ma livello nazionale e anche internazionale. Non investire nella domanda porta necessariamente all'instaurazione di percorsi caratterizzati da stagnazione del mercato e da scarsa innovazione l'offerta non risulterebbe quindi il motore principale dello sviluppo, in conseguenza della natura dei beni e dei servizi offerti, il cui consumo necessita di elevate componenti di capitale umano e di informazione.



Oggi il mercato nazionale e quello internazionale è più che mai volto all'incentivazione dell'offerta turistica, mediante azioni sistematiche di fruizione culturale, riconoscendo in tali distretti aspetti determinanti per l'accrescimento effettivo di un territorio.

Il meccanismo qui proposto, ovvero un percorso mirato, guidato, unito tematicamente, dona finalmente lo strumento per conoscere e fruire le attrattive turistiche e culturali delle città di Rotondi, Cervinara, San Martino Valle Caudina mediante un'offerta e l'elargizione di un servizio chiaramente più dinamico, che consenta l'apertura, l'estensione di beni e luoghi che sono rimasti per troppo tempo sottovalutati o addirittura sconosciuti. La multiformità dell'offerta si accompagna, dunque, all'ampia diffusione sul territorio nazionale ed internazionale di riferimento, attraverso la contaminazione tra arte, cultura, storia ed ambiente, arte e tessuto produttivo, arte e consumo del tempo libero che offrono un valore aggiunto al luogo ospitante, contribuendo in modo nuovo e profondo alla valorizzazione del territorio e all'attribuzione di qualità dei prodotti; richiamando un turismo di tipo diverso ed invitando anche la popolazione stessa ad avvicinarsi a città che acquisiscono finalmente consapevolezza perché offrono domanda e servizi compiuti, fattivi ed innovativi.

#### 4. Luogo di svolgimento – Locations

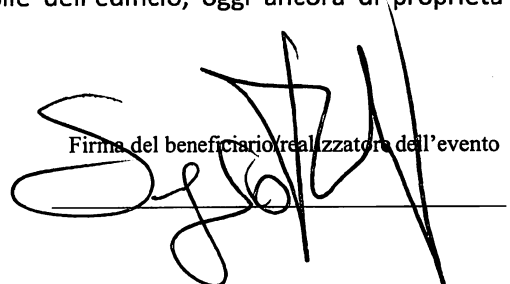
Rotondi, Cervinara, San Martino Valle Caudina

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

I siti oggetto dell'intervento saranno:

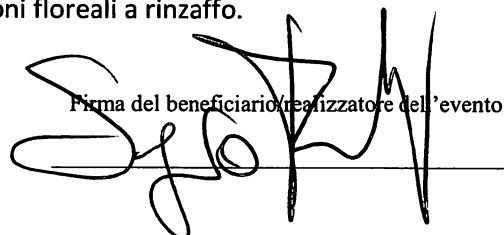
**Rotondi** Il centro storico di Rotondi che si sviluppa lungo la strada principale del paese, si possono ammirare, oltre alla torre dell'orologio, oggi addossata ad un edificio moderno, una serie di portali ed che danno adito ad androni e cortili interni di case palazziate ottocentesche. Appena fuori il nucleo urbano si trovano **Palazzo Gallo** e l'importante **Palazzo Maietta**, edificio quest'ultimo che risale nel suo primo impianto al XVII sec. Artistico ne è il portale lapideo con stemma scolpito sulla chiave di volta, mentre all'interno è una corte aperta con pavimentazione lastricata e un'antica fontana in pietra, mentre una rampa di scale conduce al piano nobile dell'edificio, oggi ancora di proprietà dell'omonima famiglia.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



**Il santuario della Madonna della stella:** Posto ai piedi del massiccio del Partenio , il complesso religioso si eleva su un'imponente contrafforte murario caratterizzante è l'alta torre campanaria rivestita da blocchi lapidei squadrati disposti regolarmente , mentre la cella campanaria è aperta da alti finestrone architravati con balconcino balastrato alla sommità. La facciata della chiesa, a capanna semplice, ha un portale architravato in pietra ed una finestra ad arco ribassato superiormente. All'interno, ad una sola navata, si trovano l'antica statua lignea policroma *della madonna della stella*. Il complesso architettonico viene edificato nella prima metà del XVI sec e nel 1720 ospitò il noto oratore sacro Padre Ciak, amico di G. Battista Vico.

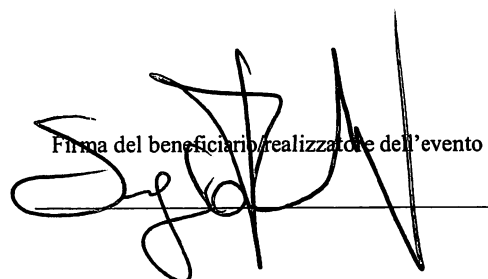
**A Cervinara: La Collegiata o Abbazia di S. Gennaro**, alla frazione Ferrari, è un pregevole edificio religioso di notevole valore architettonico ed artistico, le cui antiche origini la fanno competere per vetustà con la Chiesa di San Nicola di Bari, risalendo almeno all'XI secolo. Infatti, la prima citazione in un documento risale al 1047, in riferimento a terreni di sua pertinenza, anche se vi è chi ritiene che la Collegiata abbia origini ancora più remote, e retrodata l'originario impianto al IX secolo. La Chiesa, in stile romanico moderno, presenta un portale in pietra del 1581, corredato da una statuina di S. Gennaro ed un bel campanile, sulla destra della facciata. Numerosi sono stati nel tempo gli interventi di restauro e di modifica, come la sostanziale ricostruzione del XV secolo ed il significativo restauro del 1627, su iniziativa dell'Abate Cesare Ragucci. Nel 1781-2, l'edificio venne elevato a Chiesa Collegiale, nel 1791, ad Abbazia, nel 1991, a Santuario Diocesano, nel 1993, venne consacrato a Santuario della Madonna o Vergine Addolorata, ed infine, nel 2000, venne inserita nel circuito del Giubileo. All'interno, a tre navate, una centrale e due laterali, sono conservate diverse opere d'arte. Nella navata centrale, oltre alla statua di S. Gennaro (1718) realizzata con marmo di Carrara, sull'altare maggiore, importante è la Cantoria lignea del XV secolo. Nelle navate laterali, segnaliamo dipinti di valore, la Cappella privata dei Marchesi Caracciolo, le tombe degli Abati Cesare Ragucci e Giovanni Ghirardi, gli altari della Vergine Addolorata, di S. Rita e di S. Filippo Neri. Oggi, a seguito della già citata consacrazione alla Vergine, effettuata nel 1993, l'edificio religioso viene designato "Santuario della Vergine Maria Santissima Addolorata". **Palazzo Caracciolo- del Balzo:** l'edificio , che si trova nella frazione Ferrari, è stato costruito nella seconda metà del XVI sec. splendida ne è la facciata con portale lapideo e una teoria di finestre alternate a decorazioni floreali a rinzaffo.



Dal cortile interno, con pozzo centrale, si passa al piano nobile, dove si conservano ambienti affrescati, una cappella privata ed una sala del biliardo. **La Chiesa di Santa Maria:** situata nella frazione valle, la chiesa è stata costruita nel corso del XVIII sec su un edificio preesistente. In facciata sono tre portali d'ingresso tra paraste laterali. L'interno a croce latina, ha tre navate ricche di decorazioni in stucco e di opere d'arte, tra cui due dipinti parietali raffiguranti *una madonna tra santi* e un *san Michele arcangelo*, un coro ligneo del XVIII sec una tela del 1702 con l'assunta tra gli apostoli, statue policrome di santi e l'alter in marmi policromi del 1702 decorato in stile barocco.

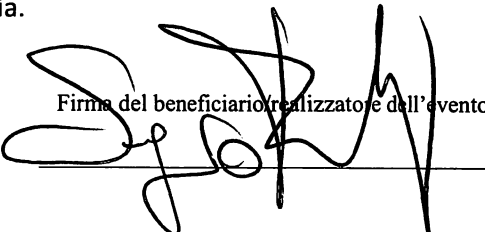
**San martino Valle Caudina:** La mancanza di documenti da cui risulti la data di edificazione della **Collegiata di S. Giovanni Battista**, o Chiesa del Borgo, non ne consente l'esatta datazione. Tuttavia, le sue origini sono sicuramente medioevali e più o meno contemporanee al Castello, visto che la Collegiata sorge nel cuore del borgo nei pressi della struttura difensiva. Perciò, verosimilmente, come accaduto in tantissimi altri luoghi, venne edificata a breve distanza di tempo dal fortilizio difensivo. Notizie certe, tuttavia, risalgono solo all'epoca del Vicereame spagnolo. Una delle quattro originarie campane del Campanile della Chiesa portava incisa la data del 1521, un'altra, venne inaugurata nel 1565, dal Duca di San Martino, Vittorio Loffredo. Tuttavia, le citate campane non esistono più, visto che il metallo venne utilizzato per ottenere nel 1921 due nuove campane, per fusione delle precedenti. L'attuale configurazione dell'edificio religioso, nei tratti dominanti, risale al periodo XVII-XVIII secolo, al tempo del Cardinale Orsini, Arcivescovo di Benevento, poi Papa Benedetto XIII. Vincenzo Maria Orsini, infatti, visitò la Valle Caudina ripetutamente e si fermò nella Chiesa Parrocchiale di S. Giovanni Battista sabato 11 ottobre 1687, quando celebrò la messa, visitando successivamente le altre Chiese del paese, a quel tempo numerose, molte delle quali scomparse, ma di cui rimane traccia nei toponimi del centro storico. L'importanza della Chiesa parrocchiale di S. Giovanni Battista era andata gradualmente crescendo nel tempo. Infatti, da una limitata giurisdizione, riguardante solo una piccola parte del borgo antico, a seguito della Bolla del 22 novembre 1736 dell'Arcivescovo di Benevento, Cardinale Serafino Cenci, la Chiesa fu elevata a "Collegiata", tramite soppressione dell'Arcipretura nella Chiesa di S. Martino Vescovo ed il trasferimento dei beni presso la Collegiata di S. Giovanni Battista.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



La reazione dei Sammartinesi e delle pubbliche autorità ed i contrasti tra prelati, indussero nel 1766, il nuovo Cardinale Giovanni Battista Colombini, a tornare allo stato precedente, con la Chiesa di San Martino Parrocchia ed Arcipretura, mantenendo, però, in vita il Collegio dei Canonici. La Collegiata presenta un'unica navata, corredata da una serie di Cappelle laterali. All'interno, da cui si accede al Campanile a pianta quadrata, oltre al fonte battesimale, si segnala il Confessionale risalente al XVIII secolo e ben conservato. Due interessanti lapidi si trovano all'interno della Collegiata. La prima si trova murata nella destra dell'abside e si riferisce alla Consacrazione della Chiesa del 12 agosto 1694. L'iscrizione in latino ricorda la concessione ai fedeli dell'indulgenza di cento giorni. Assai più interessante è però la seconda lapide che si ricollega al culto medioevale sammartinese di San Palerio Vescovo e del suo Diacono San Equizio, che si trova sotto all'altare maggiore. Tale lapide sigilla il loculo contenente le reliquie dei Santi, che vi furono tumulate il 5 marzo 1713, alla presenza di Vincenzo Maria Orsini, Cardinale Arcivescovo di Benevento, dopo essere state ritrovate casualmente il 16 giugno 1712 da alcuni muratori mentre lavoravano alla costruzioni delle fondamenta di un nuovo edificio. Visto dal corso di San Martino il **Castello Pignatelli - Della Leonessa** si erge frontalmente come una quinta teatrale, quasi sommerso nel verde della vegetazione da cui è come avvolto: tozzo e massiccio, con la torre e i bastioni, eppure ingentilito da una lunga cinta merlata che lo avvolge come in un abbraccio. Edificato in epoca longobarda, nella prima metà del IX secolo, ha vissuto splendori e miserie: dai fasti medievali al quasi abbandono dei secoli scorsi; dalle demolizioni dei primi anni del novecento, che lo hanno spogliato di un piano e di un'intera ala, fino alla rinascita dei giorni nostri. Per raggiungerlo occorre superare una prima porta che immette in una stradina lastricata collegata ad una seconda porta che si apre su un delizioso cortile. Il castello dispone di una cappella gentilizia consacrata nel 1706 dal cardinal Orsini. Il castello contiene, inoltre, un secondo cortile, più grande e importante: lo si può raggiungere percorrendo una scala a gradoni che attraversa un androne. Un tempo da qui passavano anche i cavalli, con le armi, i cavalieri, le vettovaglie e tutto quanto necessario alla vita nel castello: questo spiega l'ampiezza e la comodità della rampa. Dal cortile principale, attraverso una grande scala esterna, si raggiunge il piano nobile con gli ambienti residenziali. Nel castello, ai tempi d'oro, la famiglia ducale viveva affiancata da una corte di quasi cinquanta persone tra servitori, armigeri e dame di compagnia.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento

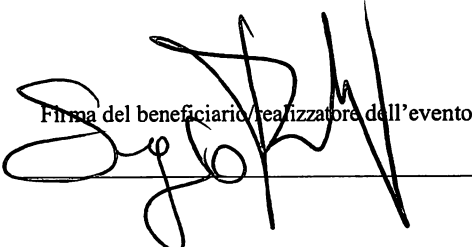


Le stanze sono arredate con mobili d'epoca, alle pareti si possono ammirare dipinti antichi. Il più bel salone del castello è quello dedicato ai fasti della famiglia Della Leonessa. Interamente affrescato, sulle pareti e sulla volta, è come un libro di storia aperto: gli affreschi, i cui quadri principali sono illustrati da didascalie esplicative, risalgono al diciassettesimo- diciottesimo secolo e risultano ben conservati. Vediamo Guglielmo della Leonessa che riceve da Carlo I D'Angiò nel 1278 la contea di Montesarchio; suo figlio Giovanni nominato maresciallo del Regno dal Re Carlo II nel 1292; Carlo della Leonessa, figlio di Giovanni, confermato dal re nella contea di Airola nel 1309; e ancora Carlotto della Leonessa nominato dal Re Carlo III generale del Regno di Napoli nel 1381. La decorazione è completata da stemmi araldici, armi, scudi, stendardi, fogliame e fregi architettonici. Su tutti domina lo stemma del casato Della Leonessa: uno scudo sorretto da due leoni rampanti nel cui interno cinque gigli su scacchi bordeaux si alternano con riquadri bianchi che formano al centro una croce. Numerosi anche gli stemmi bipartiti che celebrano i matrimoni tra i Della Leonessa e altri nobili casati. Il poderoso mastio del castello si sviluppa su tre livelli, più uno sotterraneo un tempo adibito a prigione, protetta da un possente muro esterno spesso cinque metri. Uscendo in giardino il nostro sguardo verso la valle è condizionato dall'ampia cinta muraria merlata che chiude al suo interno la sommità del colle ove sorge il castello. Si racconta che un tempo la giovane e bella duchessa che vi abitava trascorresse nell'infelicità le sue giornate a causa dell'ospitalità della terra, arida e brulla, dove non attecchiva una pianta né un fiore. Fu così che le donne del paese per consolarla trasportarono per giorni grandi gerle di terra fino a riempire la pietraia che divenne così un meraviglioso giardino dove ancor oggi si trovano piante ornamentali, fioriere ed alberi da frutta. Merita di essere, infine, menzionata la lapide conservata nel portico sulla quale sono segnati i dazi che la famiglia percepiva per il mantenimento e la sorveglianza della vicina Via Appia, nei secoli facile preda di scorribande brigantesche. Attualmente il Palazzo, restaurato, è valorizzato dalla sua nuova destinazione d'uso: i suoi saloni arredati con mobili d'epoca vengono adibiti per ricevimenti e convegni.

##### **5. Date di svolgimento degli eventi**

Dal 01 Luglio al 30 Agosto 2010 i fine settimana.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long vertical stroke, positioned above a horizontal line.



## **6. Palinsesto e programma dettagliato**

In tutti i fine settimana interessati dalla manifestazione sarà reso possibile agli utenti fare visite guidate con personale specializzato che resterà sui luoghi a disposizione del pubblico. Nelle serate dei sabati e delle domeniche saranno organizzate serate di degustazione ed esposizione di prodotti tipici reinterpretati in una chiave storica e barocca. Cioè le tipicità locali saranno sottoposti ad uno studio che ne svelerà la loro trasformazione nel tempo, fino a risalire al loro utilizzo nei secoli del sei e settecento. In particolare si presenteranno i risultati di una ricerca sull'evoluzione delle tecniche artigianali locali fino a ripercorrere i loro prodotti eseguiti nell'epoche storiche passate. Questo sarà presentato attraverso una mostra virtuale che riprodurrà i più pregevoli pezzi di artigianato artistico eseguiti nell'epoca barocca e conservati nei vari siti della provincia. La manifestazione propone anche momenti di rievocazione della storia e della cultura attraverso la narrazione teatralizzata. Questi incontri teatrali accompagneranno le serate di degustazione ed esposizione dei prodotti. Attraverso le emozioni, la storia, le arti, la creatività, giovani attori e attrici, "racconteranno" attraverso brani dell'epoca, scritti inediti, la vita del passato così contraddittorio ridando vita alla tradizione ed alla memoria. Ogni attore accompagnerà i visitatori in un percorso che associa alla storia dei luoghi letture, ricostruzioni d'epoca e rappresentazioni teatrali. Attraverso visite guidate e illustrate con manifestazioni teatralizzate con attori in costume d'epoca, i visitatori potranno conoscere gli edifici storici dei luoghi interessati , si darà, così, loro la possibilità di fare un vero e proprio tuffo nel passato. Le visite guidate saranno organizzate in modo tale da permettere a ogni tipologia di visitatore: ragazzi, adulti, esperti del settore, di godere in modo adeguato della visita.

## **7. Cast artistico**

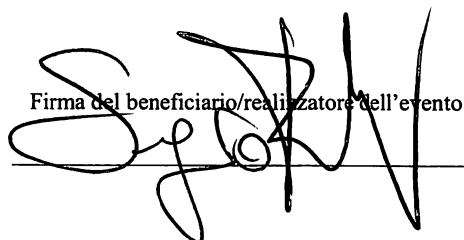
Il Cast sarà scelto e selezionato tramite apposito curriculum vitae.

## **8. Direzione Artistica/Curatore scientifico**

Direzione Artistica: M° Bertolino Antonio

Curatore scientifico: Dott. Carmine Lepore dell'ATB Consulting

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



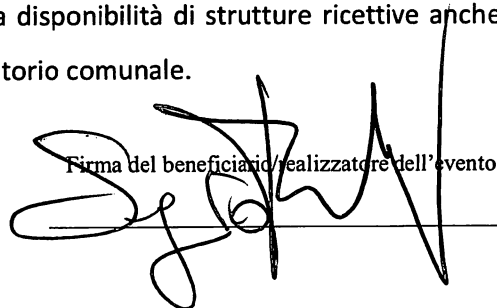
### **9. Coerenza del progetto con l'idea forza della "Stagione Estate 2010 riscoperta del patrimonio"**

Il progetto **"Rotondi e la Valle Caudina... una terra da scoprire"** accoglie e sviluppa nel suo piano d'interventi i punti ed i principi espressi ed auspicati nel bando per la stagione Estate 2010, ovvero il coinvolgimento di siti d'interesse storico artistico, caratterizzanti i paesi richiedenti: Rotondi, Cervinara e San Martino Valle Caudina, aggregati dal tema unificante della riscoperta dei luoghi di interesse artistico, qui espresso attraverso serate tematiche, mostre, narrazioni teatrali sulla vita, gli usi e costumi e la degustazione di prodotti tipici, altro elemento fondante e rappresentativo dei territori proponenti. Attraverso la realizzazione di questi eventi, delle cene storiche a tema, i paesi in oggetto otterranno un ritorno d'immagine e turistico, scopo principale del bando emanato dalla Regione Campania e soprattutto, l'occasione di realizzare interventi organici, coscienti e duraturi nel tempo, grazie all'introduzione della conoscenza dell'arte da un punto di vista ludico come tema unificante. Quindi oltre a rispondere perfettamente alle richieste su esposte il percorso qui presentato mira proprio attraverso le degustazioni tematiche, le mostre e le narrazioni teatrali ad esaltare la tipicità di questi territori attraverso il tema unificante, con le sue peculiarità e caratteristiche. I Paesi di Rotondi, Cervinara e San Martino Valle Caudina saranno impegnati nella riscoperta di un periodo storico, affascinante, mediante gli elementi fondanti del proprio territorio ovvero i siti storici e i prodotti tipici protagonisti indiscussi di questi luoghi. La nostra proposta è nata da una comprensione profonda dell'idea forza delle "quattro stagioni", strutturandosi essa stessa come viaggio tematico nella storia, nelle tipicità di un luogo e di una popolazione.

### **10. Piano di comunicazione dell'evento – descrizione**

La realizzazione della manifestazione **"Rotondi e la Valle Caudina... una terra da scoprire"** vuol rispondere all'esigenza di promuovere l'immagine del territorio, delle sue molteplici risorse, l'utente deve perciò poter usufruire del servizio perché ne è stato opportunamente ed esaustivamente informato grazie al sostegno di campagne di comunicazione che vedono la sinergia di diversi strumenti quali: stampa, tv, internet, pubblicazioni, itinerari tematici, predisponendo inoltre una campagna di comunicazione delle risorse territoriali e della disponibilità di strutture ricettive anche attraverso convenzioni con alberghi/strutture esterni al territorio comunale.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento

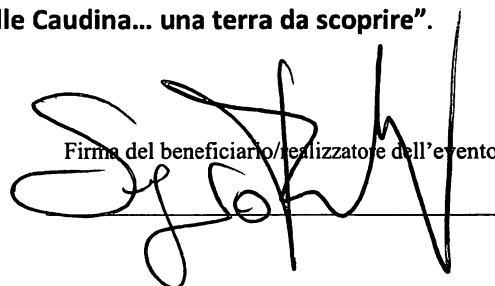


Un intervento per essere corretto e per non disattendere le aspettative in termini di risultati e riscontri deve essere sostenuto da un adeguato piano comunicativo, d'informazione e promozione, ecco perché il progetto **"Rotondi e la Valle Caudina... una terra da scoprire"**, sostiene con forza questo aspetto. Lo scopo è effettivamente quello di offrire non solo cammini conoscitivi tra tradizione e cultura, ma anche e in particolar modo di sviluppare le aree di riferimento dal punto di vista turistico, implementando e stabilizzando i flussi turistici già provenienti dalle diverse province campane. Sarà fornito un supporto tecnico alla promozione dei singoli percorsi raggruppandoli in una programmazione generale attraverso la costituzione di un ufficio informativo deputato a questo aspetto. Verrà prodotto il relativo materiale promozionale. Per la logistica saranno acquistate attrezzature per la standistica e la comunicazione degli aspetti principali dei percorsi, al fine d'informare esaurientemente il cittadino ed il turista che vuole soggiornare in questi luoghi.

L'attività informativa ed organizzativa prevederà:

- l'informazione tramite i media e i giornali, che verrà attuata con lo scopo precipuo di pubblicizzare gli interventi non solo esclusivamente alle zone limitrofe al capoluogo;
- convegno apertura iniziativa;
- la realizzazione di brochures e testi informativi su tale iniziativa distribuiti presso i punti di informazione;
- realizzazione di manifesti pubblicitari, totem e stands;
- realizzazione spazio sito internet relativo all'iniziativa;
- realizzazione convenzioni con strutture ricettive;
- realizzazione ufficio informativo-stampa responsabile di tutte le attività, che accoglie i visitatori e realizza pacchetti personalizzati a coloro che lo richiedano; realizzazione gruppo di esperti con le figure professionali richieste;
- realizzazione di un logo dell'iniziativa;
- realizzazione servizio fotografico sugli eventi realizzati;
- realizzazione video delle attività svolte;
- realizzazione guida conclusiva del percorso **"Rotondi e la Valle Caudina... una terra da scoprire"**.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



## 11. Piano di marketing - Attività di veicolazione dell'offerta con il coinvolgimento degli operatori turistici

Per sviluppare un piano di *Marketing* che implementi ed attivi gli elementi di "attività di veicolazione dell'offerta con il coinvolgimento degli operatori turistici", si deve pensare ad un *piano di comunicazione* e farlo interagire con un *piano di marketing territoriale*.

Il piano di comunicazione si propone di organizzare strategicamente le attività di promozione ed informazione inserendole in un contesto omogeneo in modo da rispettare criteri di:

- Organicità delle azioni.
- Integrazione delle azioni.
- Sinergia tra le azioni.
- Efficacia.
- Economia di scala.
- Trasparenza.
- Massima visibilità.

Il piano è organizzato in 4 ambiti principali:

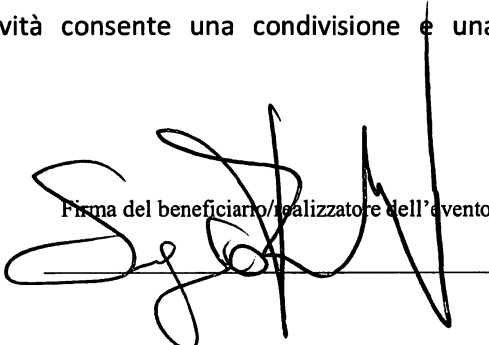
- Linee strategiche generali.
- Linee strategiche operative.
- Strumenti operativi.
- Monitoraggio.

Il piano è un documento di indirizzo da considerarsi strumento dinamico. Per quanto si siano vagliate e programmate azioni concrete ed esaustive dell'attività, potrà essere aggiornato ed integrato in corso d'opera per rispondere rapidamente ed efficacemente bisogni ed esigenze emergenti.

Le azioni individuate possono essere contestualizzate in alcuni assi principali, che permettono di organizzare alcune macroattività a loro volta scomponibili in singole azioni:

- Comunicare il piano – il piano di comunicazione va reso pubblico e trasferito direttamente a tutti i soggetti coinvolti. La comunicazione di strategie e attività consente una condivisione e una partecipazione diretta degli attori.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



- Monitorare periodicamente – durante tutto il periodo di programmazione, è opportuno agire su due livelli di monitoraggio: uno interno, corrispondente ad una costante valutazione sull’avvio, sulla evoluzione, sulla conclusione e sull’efficacia delle azioni, ed uno esterno, rivolto alla verifica *step by step* delle azioni rispetto alle aspettative, ai bisogni ed alle necessità di comunicazione emergenti.
- Favorire la trasparenza – rendere note e potenzialmente accessibili a tutti gli aventi diritto, contribuendo a consolidare l’immagine delle attività progettuali.  
Costituirà azione prioritaria la costituzione di una griglia di informazioni articolata per tematiche e per referenti territoriali, in modo da facilitare l’accesso al primo livello di informazioni.
- Amplificare l’informazione – ogni intervento di informazione e di promozione dovrà rappresentare un tassello per favorire la fruizione di notizie e opportunità, ottimizzando le risorse e sfruttando ogni connessione tra le azioni.
- Variegare la diffusione – le varie ed eterogenee azioni di divulgazione delle informazioni e delle opportunità consentiranno il ricorso a canali dedicati di *diffusion*, con l’utilizzo di strumenti il più possibile “personalizzati” e “settorializzati”.
- Raccordare i pubblici di riferimento – è opportuno utilizzare al meglio il piano per sviluppare il ruolo di coordinamento del soggetto attuatore, favorendo il dialogo multi-livello tra i soggetti coinvolti, attivandosi costruttivamente per far relazionare al meglio i target.

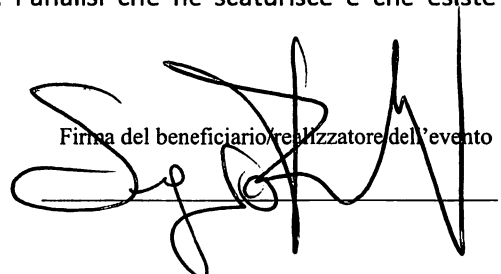
Il piano di marketing territoriale mette in evidenza che si svilupperà una sinergia compatibile e *programmatica* con operatori privati: elemento essenziale è realizzare un indotto economico con un’offerta apprezzabile per il turista.

Infatti secondo le stime effettuate, l’industria turistica a fronte di una situazione già fin d’ora in crescita, sarà un settore strategico per l’economia nel prossimo futuro.

Un quadro certamente positivo ed in continua ascesa sul quale non bisogna far previsioni programmatiche basandosi su sensazioni temporanee o ragionando in ambiti ristretti, partendo da tale assioma che si è sviluppato un piano di marketing strutturato e strutturale basato sulla reciprocità di informazioni e sullo scambio di attività e contenuti.

Si è così puntato molto su elementi di un turismo rurale, l’analisi che ne scaturisce è che esiste un’offerta di tale genere che ha queste caratteristiche:

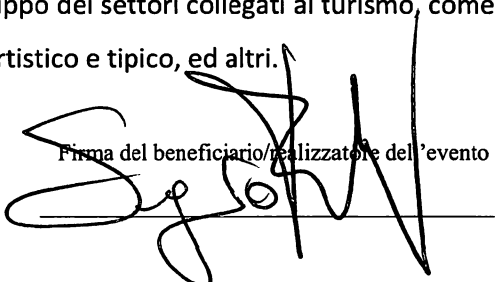
Firma del beneficiario/realizzatore dell’evento



- un crescente interesse verso il patrimonio naturale e la cultura rurale di un pubblico urbano, che è oggettivamente “privato” della conoscenza e del godimento di questi valori. Alcuni sistemi agricoli estremamente specializzati, ad esempio, suscitano un richiamo turistico particolare. Questa forma di turismo prevede visite alle aziende agricole (adibite in parte a centri di produzione e in parte a laboratori e strumenti didattici delle antiche tecniche di produzione e sapori); spiegazioni sui tipi di coltura, la loro origine, le tecnologie utilizzate, i mercati;
- il turismo rurale permette di soddisfare la domanda di spazi propizi alla pratica di una vasta gamma di attività collegate alla natura, e soprattutto, favorisce il recupero di una dimensione di vita sicuramente meno stressante, attraverso anche lo svolgimento di attività a contatto con la natura, ludiche, sportive e ricreative, culturali;
- l’attenzione verso i prodotti tipici locali, con degustazioni e visite guidate dei luoghi di produzione, nonché la partecipazione al ciclo produttivo, collegata ad eventi e manifestazioni culturali delle aree interessate. Già da tempo diverse aziende agricole offrono la possibilità di fruire di questi servizi;
- la presenza, nei territori rurali di ricchi e variegati “giacimenti” enogastronomici, che hanno avuto numerosi riconoscimenti da parte dell’Unione Europea, attraverso l’attribuzione dei marchi, ai prodotti facenti parte dei territori dei Gal partecipanti al progetto. Per contro, tali prodotti di alta qualità legati ai territori rurali non sono ancora conosciuti dalla gran parte degli italiani e degli europei che non sanno la differenza tra i diversi sistemi di certificazione dell’Unione Europea;
- un crescente interesse verso le botteghe artigiane, che conservano il patrimonio delle antiche tecniche di produzione, tramandatesi da padre in figlio;
- gli attori locali sono ora consci del potenziale suscitato dall’effetto moltiplicatore del turismo in termini di creazione di redditi complementari, sviluppo delle sinergie tra settori produttivi, presidio del territorio e richiesta di infrastrutture e servizi di sostegno al mondo rurale, nell’interesse della popolazione e dei turisti.

Alcuni studi, condotti soprattutto in Norvegia ed in Francia ma anche nella più vicina Toscana, dimostrano che la spesa turistica non si limita alle sole spese di alloggio, ma si accompagna ad altri tipi di acquisti, che sono essenziali per il mantenimento e lo sviluppo dei settori collegati al turismo, come ad esempio l’agricoltura, la ristorazione tipica, l’artigianato artistico e tipico, ed altri.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



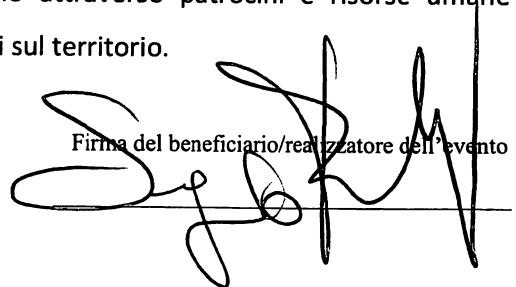
Si constata, infine, l'impegno degli Enti Pubblici e dei diversi operatori socioeconomici nel garantire la promozione del turismo rurale. Impegno che risponde, alla necessità di individuare soluzioni che permettano di fronteggiare la crisi economica, gli effetti inattesi e negativi delle riforme delle strutture agricole, e la carenza delle infrastrutture di base in numerose zone rurali. In questa ottica, il **turismo rurale permette soprattutto di garantire la tutela del territorio, delle piccole attività economiche locali, dei siti e dei modi di vita, a beneficio sia degli abitanti che delle future generazioni.** A queste considerazioni vanno aggiunte quelle che riguardano: **La struttura di mercato di questo tipo di turismo**, costituita soprattutto da modalità "fai-da-te", "individuali", "indipendenti", sia per la volontà dei turisti rurali di avere un contatto il più diretto e il meno possibile mediato, con i territori meta, che per la mancaza di un'offerta coordinata e organizzata da parte di tour operator specifici e di territori simili per vocazioni territoriali e finalità di sviluppo. A tutto ciò si aggiungono valutazioni di ordine strategico, in un momento in cui si affacciano nuovi mercati sulla scena mondiale, sempre più globalizzata; di conseguenza deve essere chiaro a tutti gli operatori **l'importanza di modelli di cooperazione interterritoriale, transnazionale, nonché consortile nell'ambito dei singoli territori**, per fare massa critica in grado di rispondere alle sollecitazioni provenienti dal mercato. Di conseguenza si deve pensare alla **organizzazione ed alla promozione di un' offerta comune.** Ecco perché si è pensato di fare interagire gli attori operanti su di un territorio con soggetti terzi. Il progetto prevede una concertazione tra:

- Enti Locali (comuni e comunità montane, associazioni culturali).
- Strutture ricettive (bad and break fast, alberghi, agriturismi).
- Privati (artigiani e produttori di tipicità locali).
- Tour operator.

Gli Enti avranno il compito di coordinare le attività i privati e le strutture ricettive di offrire i loro prodotti e i loro servizi adeguandosi allo stesso *standard* prestabilito, al fine di fare parte di un pacchetto unico, il quale poi sarà venduto al livello Regionale e non solo dai tour operator presenti nei 5 capoluoghi della Regione Campania.

**Attrattori trasversali** coinvolti nell'iniziativa a vario titolo attraverso patrocini e risorse umane saranno: Pro loco Rotondi e le associazioni culturali presenti sul territorio.

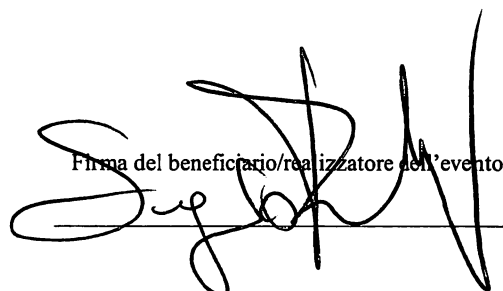
Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



**12. Cronogramma dell'evento** (Inserire il cronogramma relativo a tutte le fasi di realizzazione e rendicontazione dell'evento)

"Rotondi e la Valle Caudina... una terra da scoprire"	Realizzazione	rendicontazione
15-21 Giugno	Realizzazione gruppo esperti, convenzioni strutture ricettive ufficio informativo- guide turistiche –convegno di presentazione	
21-28 Giugno	Realizzazione spazio sito internet, Realizzazione materiale informativo e divulgazione media-giornali- partenza servizio di guide turistiche	
1 Luglio -31 Agosto	Realizzazione attività	
Tutti i fine settimana delle attività		Realizzazione video delle attività, galleria fotografica e guida conclusiva percorsi effettuati, convegno finale
1-15 Settembre		Rendicontazione finale. Bilancio attività

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento





## ANALISI DELLA DOMANDA

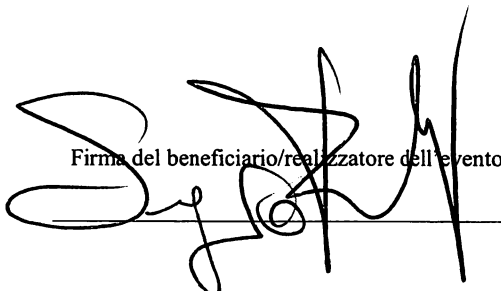
### 13. Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi turistici

L'intervento qui proposto contribuisce alla creazione e implementazione di quello che si configurerebbe come un vero e proprio marchio di identità e qualità che protegga e diffonda la cultura di questi luoghi, abbandonando il ruolo passivo e transitorio di azioni culturali per turisti frettolosi, e sviluppando invece una vocazione culturale territoriale che può dare benefici sostanziali alla domanda dei turisti esterni, e che in prima battuta incide in modo efficace e infungibile sul benessere della comunità. La nostra offerta consiste nell'elargizione di servizi che svolgono funzioni turistico- culturali sulla base di un capitale territoriale, che educa, diverte e studia le testimonianze materiali dell'uomo e del suo ambiente, ma allo stesso tempo fornisce la giusta conoscenza di luoghi troppe volte celati, offrendo così un nuovo *input* in termini di promozione e fruizione turistica.

### 14. Tipologia dei destinatari

Il tipo di destinatari cui si mira abbraccia sicuramente un ventaglio molto ampio di potenziali consumatori. Il cammino infatti presentandosi come una lettura interdisciplinare del territorio abbraccia un pubblico "interdisciplinare", articolato cioè tra devoti, amanti delle tradizioni folkloriche, nonché studiosi ed estimatori d'arte. Inoltre la declinazione barocca dello stesso territorio diviene elemento di curiosità in un pubblico restio a spostamenti in questi momenti dell'anno. Chiaramente la rassegna, dovrà puntare molto su un numero di persone provenienti dalla regione dalle province e dalla stessa provincia Irpina. Ovviamente queste ultime fasce di pubblico per quanto importanti sono quelle più facilmente calamitabili, dato che si muovono piuttosto spontaneamente. Non bisogna però sottovalutare un elemento importante; esiste da anni un flusso ormai consolidato di turismo legato all'enogastronomia e alla vacanza verde; a questo flusso si vuole offrire un elemento di attrazione in più che abbia come scopo l'allungarsi della permanenza nelle strutture agrituristiche e nell'offrire a quest'ultime la possibilità di aumentare la loro offerta.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento

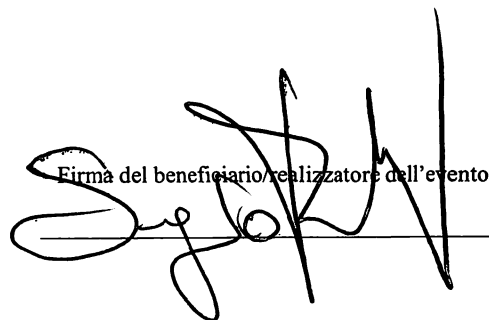


In questo modo si genererebbe un circuito virtuoso tra Istituzioni e risorse private con ricadute economiche significative, è quella che vuole uno sforzo comunicativo e pubblicitario maggiore, in quanto è necessario riuscire ad utilizzare mezzi che riescano ad attirare e sollecitare l'attenzione di un pubblico più esigente e attento ad un prodotto turistico alternativo e di qualità.

### **15. Priorità dell'intervento per il territorio**

Questo intervento ha come finalità l'esplicitare, e il far emergere, il valore potenziale sia in termini di apprezzamento dei consumatori, sia con riferimento alle capacità di generare benefici variegati sulla comunità e sul territori. Nell'offrire la possibilità di fruire, di luoghi, spazi e beni attraverso l'utilizzo di servizi specifici, come il servizio di guida, culturale, accompagnamento, servizio informativo, ecc (in linea con le teorie economiche sull'*addiction culturale e turistica*) riusciamo ad attuare finalmente, un' autentica strategia di attrazione, la cui mancanza deve ormai essere colmata, attraverso interventi mirati, per una più fattiva crescita economica, allo stesso tempo l'arco temporale piuttosto lungo, permette di scongiurare quello che rappresenta uno dei più grandi pericoli, ovvero l'occasionalità dell'intervento, il quale invece nella sua sistematicità permette di "educare" l'utente ad un nuovo approccio del territorio. Inoltre il "consumo", ovvero la conoscenza culturale e turistica dei luoghi e dei beni fornisce all'utente la possibilità e d'identificarsi in ciò che osserva. Gli obiettivi attesi oltre che in termini di identità e valenza formativa sono anche in termini economici, turistici e promozionali, è evidente che la strutturazione di questi percorsi offre una chiave di lettura interdisciplinare idonea a stimolare e rafforzare un processo di accumulazione della conoscenza che accresce il valore cognitivo, ma anche economico e finanziario, di ciascun nuovo prodotto consumato, grazie alla presenza nella memoria del consumatore di ciò di cui ha beneficiato, è infatti la capacità di lasciare al consumatore una traccia, non più meramente descrittiva, che determina un ritorno in questi luoghi.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



## FATTIBILITÀ FINANZIARIA

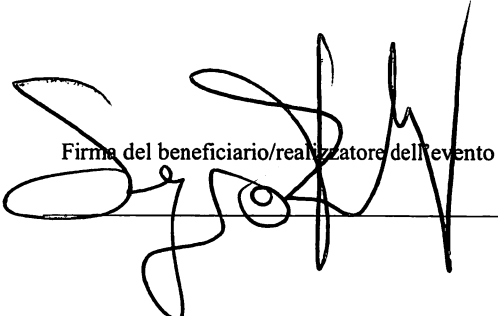
**16. Quadro economico dell'intervento** (Inserire quadro economico riepilogativo, comprensivo delle voci di entrata e di uscita, comprese le spese per la comunicazione)

USCITE	ENTRATE
<i>Piano di comunicazione</i> 50.000,00 €	Finanziamento Regione Campania 100.000,00 €
<i>Risorse umane</i> 30.000,00 €	Finanziamento enti coinvolti 00.000,00 €
<i>Spese logistica</i> 15.000,00 €	Sponsor 00.000,00 €
<i>Mansioni gestionali</i> 5.000,00 €	//
<b>TOTALE 100.000,00 €</b>	<b>TOTALE 100.000,00 €</b>

**17. Coerenza con l'Obiettivo Operativo 1.9/1.12** (Indicare l'Obiettivo Operativo - 1.9 ovvero 1.12 - con il quale si ritiene che la proposta progettuale sia coerente ai fini dell'eventuale finanziamento, in uno con le relative motivazioni) Operativo 1.12 –azione b1 programmazione eventi.

Si riconosce che l'elaborazione di un programma di eventi promozionali di risonanza nazionale ed internazionale e di notevole impatto mediatico, in grado di convogliare nel *periodo di svolgimento* delle manifestazioni, flussi turistici mirati, costituisce uno strumento fondamentale per realizzare efficaci azioni di marketing finalizzate al riposizionamento del prodotto Campania sul mercato nazionale ed estero; programmare con anticipo i grandi eventi, significa da un lato, consentire ai tour operator la creazione di pacchetti turistici modellati anche in funzione degli eventi, e dall' altro dare la possibilità al territorio stesso di organizzare il suo sistema di accoglienza, il suo indotto, la sua economia , le sue imprese.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



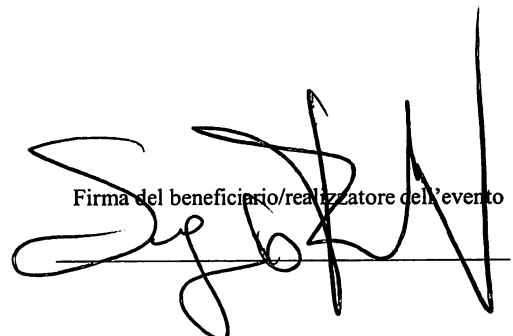
**18. Altre risorse finanziarie** (Entità e tipologia finanziamento; risorse pubbliche e private)

Non sono previste altre fonti di finanziamento.

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

In riferimento a quanto previsto dalla normativa di riferimento Reg. CE 1083/2006 e in particolar modo in riferimento all'art. 55, si precisa che l'intervento proposta non risulta identificabile quale progetto generatore di entrate tariffate considerato che l'ente proponente, in qualità di eventuale beneficiario finale, ha puramente scopo di promozione ed attuazione dell'intervento che realizzerà attraverso un *network* da organizzarsi di operatori turistici ai quali andranno i proventi della vendita dei pacchetti al fine di favorire l'*incoming* dei turisti nella Regione.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento



## RISULTATI ATTESI

**20. Risultati attesi**, con particolare attenzione a:

- flussi turistici movimentabili (stima);
- durata della permanenza degli stessi (stima);
- grado di soddisfazione dei turisti.

Questi gli obiettivi cui si mira con questo progetto

### **Breve periodo**

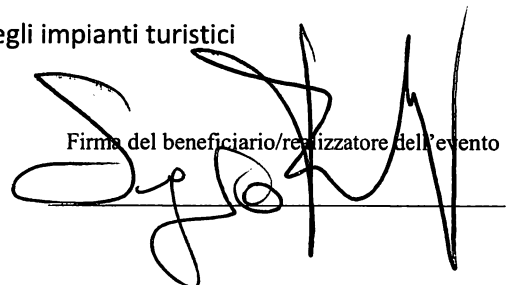
- Soddisfacimento del bisogno di cultura, svago, turismo
- Potenziamento dell'indotto economico
- Formazione della Cultura dell'Accoglienza presso la popolazione

Realizzazione di un sistema qualitativamente avanzato nella promozione del turismo sul territorio

Facilitazione da parte dei fruitori, ma anche degli stessi operatori nella richiesta ed offerta di turismo sociale

### **Lungo periodo**

- Valorizzazione del patrimonio ambientale
- Innalzamento della Qualità dei servizi (ricettivi, Guida, Ospitalità...)
- Incremento delle Opportunità di Lavoro
- Incremento economico
- Miglioramento dell'immagine dei territori irpini con conseguenti migliori possibilità di accesso ad altre fonti di finanziamento
- Promozione del territorio (Prodotti Tipici, Ambiente, Cultura...)
- Coinvolgimento di un numero sempre maggiore di attori
- Valorizzazione del patrimonio culturale per la riqualificazione dei servizi urbani del territorio e della ricettività turistica
- Miglioramento e potenziamento delle infrastrutture e degli impianti turistici



- Rafforzamento e sviluppo di sistemi turistici integrati con gli interventi di recupero dei beni storici e ambientali
- Riqualificazione urbana di aree interne al tessuto edificato dei centri urbani.

In questo quadro il Progetto sviluppa un profilo di forte integrazione tra risorse materiali e risorse immateriali presenti nell'area, ipotizzando un sistema integrato di accoglienza in grado di potenziare le attività di ospitalità, ristorazione, animazione e fruibilità diversificate, con l'intento di attivare processi di sviluppo nel rispetto delle identità locali e degli equilibri ambientali, stimolando interventi di recupero e riuso dei centri storici.

## IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI

**21. Quantificazione e stima degli impatti attesi:** (Descrivere, se vi sono, impatti anche indiretti sull'occupazione, sulle pari opportunità e/o sulla Società dell'Informazione)

Il valore della cultura e la fruizione in termini turistici, risalta, in questo contesto fragile ma fertile, come il punto focale dello sviluppo sostenibile. La condizione è il rispetto e la valorizzazione delle identità (individuali e collettive) a livello locale, accresce la dotazione di capacità presente nel territorio e la qualità della vita in modo compatibile con le caratteristiche specifiche di ciascuna comunità. Il percorso nell'Irpinia terra d'arte si configura tale se si presenta come un cammino univoco, un percorso atto a valorizzare e promuovere entità troppo spesso sottovalutate; incentivarle vuol dire rispondere concretamente alla domanda turistica perpetuata da questi luoghi e soprattutto agire in sinergia, per essere più versatili e concreti. Abbiamo sottolineato come questo sia racchiuso proprio nell'incipit della richiesta di manifestazione d'interesse, il coinvolgimento del territorio deve quindi tener presente le sue specificità, valorizzando l'identità di ogni singolo luogo, il quale però viene finalmente inglobato in un progetto più ampio a cui appartiene intrinsecamente. Il nostro progetto prevede un coinvolgimento attivo anche degli operatori privati e dell'imprenditoria legata alla movimentazione dei flussi turistici. Come evidenziato ci saranno convenzioni con attività ricettive e turistiche, in più la stessa rete di agriturismi e strutture legate alla diffusione della cultura dell'enogastronomia sarà strumento di attrazione dei flussi che già naturalmente si spostano verso l'Irpinia attratti proprio della cultura e dalla forza di attrazione delle tradizioni enogastronomiche.

Firma del beneficiario/realizzatore dell'evento

