

**PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020**

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

**AZIONE 3: "EVENTI DI RILEVANZA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE"**

**PROPOSTI DA COMUNI NON CAPOLUOGO IN FORMA SINGOLA**

**DELIBERAZIONE DI GIUNTA REGIONALE N. 236/2019**

**PROGRAMMA "GIUGNO 2019 – GIUGNO 2020"**

**SCHEDA PROGETTUALE**

A	IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO	
1)	<b>Titolo del progetto</b>	E' MODA...arte, moda e musica
2)	<b>Comune proponente</b>	Comune di Qualiano
	<b>Codice Fiscale/Partita IVA</b>	80034790636
	<b>Sede principale</b>	Piazza del Popolo, 1 - 80019
	<b>Telefono</b>	081/8192210 3357708420
	<b>Fax</b>	081/8192210
<b>E-Mail e PEC</b>	admin@comune.qualiano.na.it ced.qualiano@asmepec.it	
3)	<b>Legale Rappresentante</b>	Raffaele De Leonardis
4)	<b>Responsabile Unico del Procedimento</b>	Pianese Pasquale Responsabile Ced
	<b>Telefono</b>	3357708420
	<b>Fax</b>	081/8192210
	<b>E-Mail e PEC</b>	admin@comune.qualiano.na.it ced.qualiano@asmepec.it



Il Legale Rappresentante

C	DESCRIZIONE DELL'EVENTO	
1)	<p><b>Oggetto, Finalità ed obiettivi dell'evento</b></p>	<p>Si ritiene che il turismo in Campania debba puntare a valorizzare le culture locali, così come si manifestano non solo nei luoghi ma soprattutto nella ricchezza locale, più specifica e meno globalizzata..</p> <p>L'idea progettuale, in continuità con quanto realizzato con "Cena di note ...", mira a mettere in primo piano tradizioni culinarie associate a luoghi e tradizioni locali.</p> <p>La visione verso cui tende l'idea progettuale sarà, perciò, scandita in tre momenti: riqualificazione, promozione e accoglienza turistica. Il presente progetto vuole sperimentare in questa direzione, costruendo eventi capaci di attirare flussi turistici</p> <p>Gli eventi saranno realizzati in tre giorni: 05, 06 e 07 giugno 2020</p> <p>Per il primo giorno si prevede un evento enogastronomico ispirato al piatto tipico dell'"Anatra" che per la precedente edizione era proposta sul letto di sale", un piatto che richiamava il valore scaramantico del sale e il suo uso in cucina come ottimo moderatore di calore.</p> <p>Questa volta il piatto proposto sarà un primo di Boscagliola alla Quaglia. La tradizione infatti sull'origine del nome di Qualiano vede infatti diverse versioni: qualcuno afferma che esso derivi da "Colo lanum" (letteralmente "lo venero Giano), probabilmente perché in età romana era il tempio del culto del dio Giano; altri fanno risalire il nome ad una gens romana, "Quelia", che magari amava il suo territorio più di quanto le attuali gentes possano immaginare; altri ancora affermano che Qualiano sia stato in realtà il paese della caccia delle quaglie.</p> <p>E così, lo chef stellato Pasquale Palamaro e il suo staff, in piazza D'Annunzio, realizzeranno piatti rielaborando la ricetta tradizionale e inventeranno pietanze ispirate proprio a questo volatile, in chiave moderna.</p> <p>I piatti saranno serviti al pubblico da persone in abiti tradizionali del posto.</p> <p>Il secondo giorno sarà dedicato all'evento moda. Sulla passerella sfileranno oltre ai grandi nomi delle migliori griffè partenopee distinte a livello nazionale e internazionale come Molaro, Nicola D'Errico, Veronica Guerra, e non solo...ma ci sarà la rappresentazione originale degli abiti disegnati e realizzati dalle alunne dell'Istituto scolastico Don Geremia Piscopo. Gli stessi abiti saranno tutti realizzati con la carta. Tema della sfilata Gli abiti del cinema. Sulla passerella sfileranno rappresentazioni dei più noti abiti che hanno fatto grande la storia del cinema italiano e hollywoodiano. Quindi ancora una volta, per valorizzare</p>



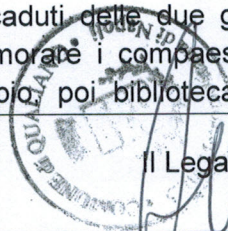
Il Legale Rappresentante

		<p>l'originalità di un popolo, e di come, grazie alla moda, ciò venga colto e utilizzato dalle nuove generazioni del futuro :la cultura con cui vieni a contatto a scuola è viva e prepara al futuro</p> <p>Per il terzo giorno, si propone il concerto di una delle grandi interpreti della canzone del novecento napoletano: Valentina Stella nella suggestiva cornice di Piazza D'Annunzio.</p> <p>Si intende, così, coniugare la dimensione locale con quella globale, per il tramite della musica, della moda e della cucina, utilizzando l'universalità dei loro linguaggi, e la loro intrinseca trasversalità, capace di far cooperare soggetti diversi. L'intervento proposto coinvolge, infatti, le associazioni del territorio e soggetti privati. I testimonial artistici coinvolti svolgeranno la funzione di attrattori per il grande pubblico.</p> <p>Schematicamente, gli obiettivi che il progetto intende perseguire sono:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. sostenere e favorire lo sviluppo turistico attraverso una qualificata attività di promozione turistica diretta ai segmenti del mercato;</li> <li>b. valorizzare e far conoscere il territorio ed il patrimonio culturale materiale ed immateriale;</li> <li>c. sostenere e favorire itinerari e circuiti turistico-culturali ed enogastronomici integrati sul territorio;</li> <li>d. incrementare le giornate di presenza di flussi turistici attraverso gli eventi;</li> <li>e. accrescere la domanda per servizi e beni collegati al comparto turistico;</li> <li>f. sostenere l'economia diretta ed indiretta generata dall'incremento delle presenze attratte dall'evento e dalla visibilità dello stesso;</li> <li>g. aumentare la competitività sistemica del territorio;</li> <li>h. promuovere l'immagine culturale del Comune di Qualiano, sui mercati nazionali ed internazionali, mediante campagne di comunicazione;</li> <li>i. creare e rafforzare il sistema di rete costituito dagli elementi fondanti il territorio, diffondendo all'esterno la qualità del territorio stesso;</li> <li>j. proporre un'offerta turistica nuova, fortemente identificata nel territorio, legata alla sua storia e alle sue tradizioni.</li> </ol>
2)	<b>Coerenza dell'evento con gli obiettivi e le</b>	<p>In coerenza con le finalità dell'Avviso, il progetto mira a rafforzare la conoscenza dell'attrattività del territorio di Qualiano, nell'ottica della valorizzazione turistica della Campania nel suo complesso.</p>



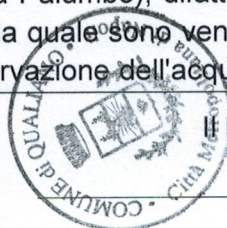
Il Legale Rappresentante

	<b>finalità dell'avviso</b>	<p>La pubblicizzazione dell'evento sarà mirata ad attrarre flussi turistici, specie provenienti dall'Italia e dall'estero.</p> <p>L'intervento è fortemente il linea anche con l'obiettivo 2.1, perché mette in atto forme di collaborazione tra il Comune, le Associazioni, enti privati, artisti, coinvolti già nella fase di ideazione progettuale, nell'orizzonte del miglioramento della qualità e della modernizzazione dell'offerta turistica. Si rilevano, pertanto, molteplici profili di coerenza con la strategia della Regione.</p> <p>Si intende far conoscere al grande pubblico beni culturali di indubbio pregio storico e artistico che non sono però abbastanza noti nei circuiti turistici nazionali e internazionali, valorizzando anche le "Risorse Minori".</p>
3)	<b>Mercato nazionale/internazionale di riferimento</b>	<p>Il prodotto turistico che si intende realizzare, seguendo le principali regole di marketing - vicinanza geografica, dimensione psicologica, componente motivazionale - guarda a tre tipologie di mercato:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• il mercato costituito dalle vicine aree metropolitane del Mezzogiorno d'Italia (Roma, Napoli e Bari), con i relativi flussi di attraversamento (presenza internazionale) e con la relativa stanzialità residenziale";</li> <li>• il mercato legato alla soddisfazione di bisogni speciali (legati al mondo della musica, della moda, del comparto enogastronomico, della attrattiva paesaggistica etc ,etc ), che non ha confini, spaziando dall'Italia all'estero ed anche oltreoceano</li> <li>• Il mercato connesso alle escursioni "di rimbalzo" che possono essere proposte dai tour operator attivi ad esempio sul territorio</li> </ul> <p>Il primo target è quello costituito da milioni di persone che vivono a non oltre 200 km di distanza.</p> <p>Il secondo target è quello del turismo motivazionale, legato a specifici interessi. In questa categoria che rientrano gli appassionati della musica, della Moda e della cucina, che sono attratti da posti in cui possono partecipare ad eventi relativi alle loro passioni.</p> <p>Il terzo target è quello dell'escursionismo "di rimbalzo", sostanzialmente connesso ai gruppi che pernottano a Napoli ed in altre aree limitrofe.</p>
4)	<b>Luogo di svolgimento:</b>	
4.1)	<b>Locations</b>	<p>Gli eventi mirano a valorizzare tutto il centro storico, anche per fargli assumere una funzione di centro vitale per il commercio e il turismo. La location maggiormente interessata dal progetto sarà Piazza D'Annunzio e Via Rosselli. L' attuale Piazza D'Annunzio, in particolare, cuore pulsante di una comunità e del centro storico di Qualiano, all'inizio si chiamava Piazza Mercato, proprio per l'andirivieni di venditori ambulanti che erano soliti radunarsi sotto il centenario albero di tiglio. Poi diventò Italo Balbo fino ad avere l'attuale denominazione. Nella piazza si erge la seicentesca Chiesa di S. Stefano Protomartire e davanti al sagrato sorge il monumento ai caduti delle due guerre mondiali voluto dalla popolazione per commemorare i compaesani caduti nei due conflitti. Anche il vecchio municipio, poi biblioteca, rimane pressoché intatto</p>



Il Legale Rappresentante

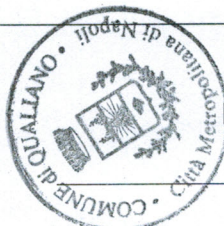
		<p>nella sua monumentale bellezza. Oggi la Piazza mantiene la sua eterna caratteristica di luogo di incontro, discussione, giochi e relax che l'ha sempre contraddistinta negli anni ed è uno snodo importante per la cittadina in quanto collega il centro storico con le principali arterie quali via Campana o S. Maria a cubito</p>
4.2)	<p><b>Tipicità locali e tradizioni valorizzate</b></p>	<p>Le notizie storiche sull'origine di Qualiano vengono avvalorate e confrontate da svariati ritrovamenti archeologici che lasciano supporre, senza ombra di dubbio, il ruolo e la funzione del borgo romano di Collana, soprattutto se viene proiettato in quel fenomeno che investì tutti i centri della Campania e meridionali dominati da colonie greche prima e poi romane. Storicamente si conosce la tragica fine dell'egemonia greca della città di Cuma, avvenuta nell'anno 334 a.C. ad opera dei Romani, che da Capua giungevano a Cuma per proseguire via mare. Di conseguenza questa nuova realtà politica d'espansione della nascente civiltà romana interessò anche Qualiano, data la sua posizione geografica: punto nodale per raggiungere Cuma da Capua a Roma. Di questo antico tracciato viario è testimone l'antica strada Consolare Campana che raggiungeva Capua, Aversa e Pozzuoli.</p> <p>Recenti ritrovamenti archeologici fanno inoltre supporre che fosse un centro prediletto dal patriziato romano per il clima salubre e la florida vegetazione (lo storico Tito Livio descrisse e decantò le ricchezze naturali dell'intero agro giuglianese). Resti di statue in marmo acefale, murature in opus reticulatum e latericium, pavimentazioni in mosaico colorato della fine del I secolo a.C.-inizio I secolo d.C.; enormi vasi di creta per la conservazione di derrate alimentari (grano, orzo, ecc.), una cisterna per la raccolta dell'acqua a forma rettangolare con copertura a volta.</p> <p>Una necropoli del IV secolo a.C. venne alla luce durante i lavori per la costruzione del primo intervento di case popolari (in via Cavour). Erano ventidue tombe, di cui la maggior parte a casse in blocchi di tufo giallo, sei erano alle Cappuccine ed un sarcofago monolitico in tufo e vi si trovarono svariati elementi di arredo funerario: dal lacrimatoio al cratere, vasi a vernice nera: Askos, Skyphos, ecc. Tutto ciò si poteva ammirare al Museo Archeologico Nazionale di Napoli, nella sala LX «La Necropoli di Qualiano», smantellata poiché il museo ha proceduto al riallestimento delle singole collezioni e a una dislocazione più organica di esse all'interno dell'edificio.</p> <p>Le testimonianze finora elencate sono venute alla luce interessando una zona urbana unitaria: la località San Pietro ad Aram, avendo come capisaldi l'Alveo dei Camaldoli, tratto della Consolare Campana e la località Pioppitelli (via Palumbo); difatti quest'area era caratterizzata da una strada lunga nella quale sono venute alla luce tombe, ville patrizie, cisterne per la conservazione dell'acqua ed una villa rustica di notevole</p>



Il Legale Rappresentante

*[Handwritten signature]*

		<p>interesse storico-archeologico per il materiale rinvenuto che va dal IV secolo a.C. al III secolo d.C.: ceramica a vernice nera «campana», unguentari, monete bronzee dell'imperatore Decio Traiano, lame di ferro di attrezzi agricoli, frammenti di vetro, ecc.</p> <p>Dalla lettura di questa realtà archeologica si può supporre che Qualiano fosse un centro di stazionamento per le legioni di soldati romani che scendevano da Roma per proseguire verso Cuma: una «Statio romana».</p> <p>Dagli scavi effettuati non sono venuti alla luce né mura di difesa, né altra struttura con lo stesso scopo.</p> <p>Già nel IV secolo a.C. Qualiano registra la presenza del popolo sannita, mentre la formazione di un centro o villaggio agricolo (fagus) si deve risalire al III secolo a.C. con la presenza del popolo osco-sannita, che raggiunse la massima importanza e crescita urbana nel IV o V secolo d.C. durante il periodo di decadenza romana.</p> <p>La valorizzazione di tali terre verrà accompagnata dal risalto di quelle che sono le tradizioni sociali e quindi anche enogastronomiche</p>
5)	<b>Funzionalità dell'intervento con particolare riferimento a:</b>	
5.1)	<b>promozione e valorizzazione del territorio e dei suoi elementi di attrattiva</b>	L'iniziativa è funzionale al rilancio del Comune di Qualiano come meta turistica sia come turismo di rimbalzo, attirando visitatori che pernottano a Napoli o in altre aree della Campania, sia come turismo motivazionale, attraverso la formulazione di un'offerta turistica culturale poggiata sul pregio storico- artistico del Centro Storico.
5.2)	<b>integrazione delle risorse esistenti</b>	Il progetto va ad integrare una serie di risorse e iniziative che il Comune di Qualiano mette in campo da qualche anno, come concorsi, concerti, feste della terza età. Nello specifico dell'intervento, le attività proposte saranno complementari a quelle organizzate dal Comune e dalle Associazioni del territorio.
5.3)	<b>aspetti di valorizzazione delle strutture e dei servizi turistici</b>	La capacità ricettiva della conurbazione dei Comuni a nord di Napoli, di cui Qualiano fa parte, ammonta a circa 1270 posti letto tra hotel, agriturismi e B&B. A questi possono essere sommati i servizi ricettivi del vicino Comune di Pozzuoli che fanno rilevare una disponibilità di circa 1550 posti letto e attività extra alberghiere di 2674 posti letto.
6)	<b>Cooperazione e modalità di messa in rete degli eventi su base tematica e/o territoriale:</b>	



Il Legale Rappresentante

6.1)	<b>Forme di cooperazione e aggregazione tra soggetti pubblici e privati su base tematica e/o territoriale</b>	Il Comune ha attivato stabilmente forme di cooperazione con le Associazioni culturali del territorio, valorizzandone gli interessi e le competenze. Le Associazioni saranno coinvolte prima di tutto su base territoriale, perché si ritiene che per lanciare turisticamente Qualiano bisogna puntare sulle persone che ci vivono o che la conoscono bene, così da trasmettere la sua ricchezza culturale.
6.2)	<b>Elementi di rafforzamento dell'offerta e dei servizi dedicati ai fruitori dell'iniziativa</b>	Nelle settimane precedenti e per l'intera durata del programma, funzioneranno sportelli info point relativi all'intervento presso i principali centri di informazione turistica, nonché all'interno delle principali strutture ricettive alberghiere ed extralberghiera. Sarà predisposto un itinerario per la visita del centro storico. Inoltre, anche mediante convenzioni con strutture ricettive, ditte di trasporto e agenzie di viaggio locali, verranno offerti ai visitatori i seguenti servizi: - Progettazione e realizzazione di viaggi e visite guidate su tutto il territorio provinciale; - Guide ed accompagnatori turistici; - Pacchetti turistici; - Servizi di prenotazione e assistenza turistica; - Servizi di informazioni turistiche ai viaggiatori; - Menu degustazioni
6.3)	<b>Economie di scopo generate nella gestione dei servizi e per la maggiore visibilità e fruibilità da parte dei visitatori e dei turisti</b>	Si prevede di generare entrate grazie al coinvolgimento delle strutture di accoglienza e dei negozi locali. Si punta sul fatto che l'evento intercetterà flussi turistici già movimentati.
7)	<b>Palinsesto e programma dettagliato</b>	Il programma prevede tre giornate:  <u>PRIMA GIORNATA: 05 giugno</u>  ore 19,00 serata gourmet con preparazione di piatti ispirati alla tradizione della quaglia.  lo chef stellato Pasquale Palamaro e il suo staff, in piazza D'Annunzio, realizzeranno piatti rielaborando la ricetta tradizionale e inventeranno pietanze ispirate proprio a questo volatile, in chiave moderna.  I piatti saranno serviti al pubblico da persone in abiti tradizionali del posto.  <u>SECONDA GIORNATA: 06 giugno</u>  Ore 21,00: "È moda"- sfilata  Sulla passerella sfileranno oltre ai grandi nomi delle migliori griffè partenopee distinte a livello nazionale e internazionale come Veronica Guerra, Molaro, Nicola D'Errico, e non solo...ma ci sarà la



Il Legale Rappresentante

		<p>rappresentazione originale degli abiti disegnati e realizzati dalle alunne dell'Istituto scolastico Don Geremia Piscopo.</p> <p><u>TERZA GIORNATA: 07 giugno</u></p> <p>Ore 21,00: Concerto: Valentina Stella che riproporrà un repertorio proprio della tradizione novecentesca partenopea</p> <p>Nell'eventualità in cui si verificasse l'assenza degli artisti invitati per cause non imputabili alla responsabilità degli organizzatori si provvederà alla sostituzione degli stessi con artisti di pari valore artistico ed economico</p>
8)	<b>Cast artistico</b>	



Il Legale Rappresentante



### **Per la prima giornata: lo chef stellato Pasquale Palamaro**

Dopo un lungo affiancamento allo Chef Luigi Castagna, Pasquale Palamaro, classe 1978 e nativo di Ischia, diventa Chef di Indaco, ristorante gourmet inaugurato nel 2009. Quattro anni dopo, nel 2013, arriva la stella Michelin. Pasquale Palamaro si esprime con un linguaggio moderno e innovativo, frutto di una sua continua ricerca e del desiderio di aggiornarsi, studiare, sperimentare. La sua cucina ripropone i sapori tradizionali, mediterranei e partenopei, rivisitati in chiave moderna; piatti leggeri ma ricchi di sapore, a base di pesce fresco e dei migliori prodotti provenienti dal territorio, il tutto all'insegna dell'equilibrio tra il piacere e l'attenzione alla salute. "Summer Dinners", l'esclusiva rassegna enogastronomica del Regina Isabella di Ischia, lo vede da ormai una decina d'anni affiancare con entusiasmo grandi maestri e protagonisti della cucina d'autore.

### **Per la seconda giornata: EVENTO E' MODA -defilè di moda**

L'evento Moda, vedrà la partecipazione di prestigiosissime griffes, il cui prodotto è conosciuto nel mondo intero. Sul palco della soiree' Musica & Moda si alterneranno le creazioni di grandi stilisti come:

#### **VERONICA GUERRA**

Nota stilista soprattutto di abiti da sposa: "Il mio amore per la moda è nato quando ero piccolissima. La mia mamma cuciva ed io sono cresciuta tra tessuti e filati colorati. Avevo 3 anni quando ho preso ago e filo in mano per la prima volta. Durante gli anni di studio ho creato i costumi per diversi allestimenti teatrali. Finita la scuola ho deciso di approfondire le mie conoscenze nel campo della moda e mi sono iscritta ad un corso di design e modellismo, e, ancor prima di finire questo corso, ho iniziato a lavorare in un atelier di abiti da sposa. Ad un certo punto ho deciso di continuare questa strada da sola ed in modo autonomo, e così ho aperto il mio primo atelier al Vomero. Dopo aver chiuso quell'atelier, ho continuato a progettare abiti da sposa e a breve aprirò un nuovo atelier nella zona flegrea..."

#### **GIANNI MOLARO**

Gianni Molaro, chioma bianca e sguardo fiero in passerella, è uno dei più effervescenti e visionari artisti dell'alta moda made in Italy. Le spose lo adorano, e basta anche solo un veloce sguardo sul suo profilo Instagram per capire di che pasta è fatta la sua produzione sartoriale. Stilista come pochi, genio come nessuno, ha saputo catalizzare l'attenzione dei media e del fashion system senza temere confronti. Ospite amatissimo a Detto Fatto, è diventato un'istituzione anche per il grande pubblico... Chi è Gianni Molaro? Lo stilista Gianni Molaro è nato nel 1966 a San Giuseppe Vesuviano, a pochi passi dalla culla della cultura partenopea, Napoli. Ritenuto tra gli esponenti di punta dell'avanguardia nel settore moda, nel 2013 è stato definito "Il profeta della art couture" dalla rivista Rendez Vous!

erché tutti lo chiamano "lo stilista dei record"? Facile: ha firmato un'impresa sartoriale da guinness, con la realizzazione del velo da sposa più lungo del mondo (326,70 metri!). Ma non solo: ha confezionato l'abito da sposa più largo del mondo (con un diametro di



Il Legale Rappresentante

oltre 13 metri) e quello più costoso (tempestate con 7mila diamanti, in vecchie lire aveva un valore commerciale mozzafiato di 10 miliardi!).

### **NICOLA D'ERRICO**

La sua azienda nasce da una tradizione artigianale rigorosamente italiana, dalla materia prima all'ultima fase di lavorazione e controllo.

Produce collezioni che sono il risultato di una continua ricerca, sia nella fase di ideazione che nella fase di produzione, avendo investito continuamente in elevate tecnologie ma continuando ad eseguire passaggi di lavorazione a mano, per offrire un ottimo livello qualitativo sul mercato, garantendo un manufatto totalmente italiano.

L'amore per la sartoria, il valore dei percorsi e delle esperienze, passione ed impegno sono gli ingredienti degli abiti da cerimonia che l'azienda propone.

Le collezioni sono presenti nei migliori negozi e atelier specializzati in abiti da sposa e cerimonia.

### **Per la terza giornata :VALENTINA STELLA**

Valentina Stella, nome d'arte di Immacolata Iorio (Napoli, 8 dicembre 1964), è una cantante italiana. Viene riconosciuta soprattutto per le sue interpretazioni di successo delle canzoni "Mente Cuore", "Passione eterna" e "Indifferentemente". Nel capodanno 2014-2015 ha cantato in piazza del Plebiscito al concerto di Gigi D'Alessio

Nel 1982, con lo pseudonimo Vera Stella (diventato Valentina Stella dal 1985), comincia la sua attività artistica in vari teatri della sua città. Scoperta da Pier Francesco Pingitore, diventa poi ospite fissa negli spettacoli televisivi Biberon, Crème caramel, Saluti e baci, ecc.

È stata una delle interpreti principali di Novecento napoletano, con Marisa Laurito, con tournée in tutto il mondo, di Lacrime napoletane, di Festa di Montevergine di Viviani e, infine, di nuovo con Marisa Laurito, di Napoli secolo d'oro.

Ha inciso molti brani di chiara impostazione classica della canzone napoletana. Ha avuto alcune apparizioni cinematografiche fra cui Viaggio con Anita (1979), con Giancarlo Giannini e Goldie Hawn, e C'era una volta un re, con Paola Borboni.

Scrisse di lei lo scrittore Domenico Rea su Repubblica: «La bruna voce di Valentina Stella che ricorda in una maniera impressionante quella di Gilda Mignonette (che io sentii) e che è la vera scoperta di questo Novecento, è capace di immergersi nel mondo plebeo con un senso di vittoria. La sua è una voce, in dialetto si direbbe abbrucata, cupa, malinconica e capace di violenza e redenzione. Essa porta tutto il peso delle angherie che subì per secoli la gente dei bassi.»

Nel 1993 ha collaborato con Il Giardino dei Semplici, cantando in due



Il Legale Rappresentante

brani del loro disco Otto Quarantotto & Ventisette.

Ha partecipato al film Benvenuti al Sud (2010) cantando la canzone Passione eterna[1]. Dal 24 novembre 2010 è impegnata nella commedia teatrale di Carlo Buccirosso: Il miracolo di don Ciccillo nella quale recita nei panni di Valeria Vitiello, moglie di Alberto Pisapia (Carlo Buccirosso).

Il 27 maggio 2011 prende parte, insieme ad altri colleghi, al concerto tenutosi nella Piazza del Plebiscito di Napoli, a favore dell'elezione del candidato del PDL Gianni Lettieri a sindaco della città.

Nel 2013 partecipa alla colonna sonora del film Il principe abusivo con il brano Indifferentemente.

Nel 2013 partecipa al nuovo inno del Napoli

Nel 2011/2012 continua il sodalizio teatrale con Carlo Buccirosso nella fortuna commedia musicale "Napoletani a Broadway" riscuotendo grandi consensi in tutta Italia. Nel 2013 Alessandro Siani chiede a Valentina di incidere la canzone "Indifferentemente" per inserirla nel suo film "Il Principe abusivo"

9) **Direttore Artistico/Curatore scientifico**

Achille Varchetta

Il Direttore Artistico è un giovane Professionista con comprovata esperienza nel settore dell'organizzazione di eventi e nel settore dello spettacolo, sarà incaricato di curare, coordinare, organizzare ed indirizzare, in accordo con il RUP, l'attuazione del programma della manifestazione, contattando i protagonisti e indicando caratteristiche, tematiche e modalità di svolgimento dei diversi appuntamenti in programma. Occupandosi dell'organizzazione degli eventi

10) **Cronoprogramma dell'idea progettuale**

ATTIVITA'	MESI												
	lug	agos	sett	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giugn	lugl
Emissione Graduatoria	x												
Approvazione Progetto Esecutivo	x												
Affidamento Attività Servizi									x				
Organizzazione Eventi										x	x	x	
Piano di Comunicazione										x	x	x	



Il Legale Rappresentante



Per i potenziali visitatori extraregionali ed internazionali, per ragioni di costo e di efficacia, la comunicazione si svilupperà attraverso i new media: la capillare e sistematica presenza sui principale motori di ricerca (SEM e SEO), sui principali siti di prenotazioni on line, sui social media, garantirà la diffusione dei pacchetti turistici.

È inoltre prevista una specifica comunicazione per le agenzie di viaggio che saranno informate sul programma dell'evento e a loro volta potranno creare delle offerte turistiche da proporre alla propria utenza.

#### STRATEGIA CREATIVA

Le caratteristiche della copy strategy, che guida la campagna di comunicazione, possono essere sintetizzate in pochi forti criteri fondanti:

- La definizione di un concept innovativo e pertinente rispetto al briefing
- La realizzazione di una struttura creativa semplice, efficace, flessibile, declinabile sui diversi media e target
- L'utilizzo del linguaggio universale del web

Due principali direttrici strategiche:

#### EMOZIONE

- Puntare sulla spettacolarizzazione dell'offerta, attribuendo forti connotazioni distintive dal punto di vista delle componenti immateriali
- Proporre il pacchetto come esperienza di viaggio sensoriale coinvolgente, ricca di sensazioni forti, per veri turisti
- Sottolineare come la profonda componente culturale delle eredità immateriali costituisca il valore aggiunto e qualificante di ogni prodotto tematico ed il valore unificante del Brand.

#### DESTINAZIONE

- Posizionare il territorio come destinazione polivalente, completa e variegata: sa offrire al turista un'esperienza articolata, un insieme tematico di prodotti turistici che privilegia il mix sintetizzato dalle tre "L": learning, la cultura, landscape, il paesaggio, leisure, il divertimento

Nello specifico, il piano di comunicazione prevedrà azioni che di seguito si dettagliano:

##### a. Analisi di posizionamento.


Per posizionare il brand dell'evento, si adoterà un modello metodologico comunicativo che prevede la strutturazione dell'attività in quattro step distinti:

1. Analisi identità (valutazione delle percezioni interne – valutazione delle identità preesistenti - analisi del posizionamento attuale)
2. Strategia identità (individuazione delle aspirazioni – individuazione dei valori / attributi – individuazione delle caratteristiche del brand – individuazione del posizionamento futuro)
3. Struttura identità (elementi dell'identità – linguaggio – applicazione di base)
4. Sistema identità (analisi – progetti – standardizzazione – applicazione degli standard ai diversi elementi – verifica delle



Il Legale Rappresentante

		<p>applicazioni) b. Progettazione grafica</p> <p>Un ufficio stampa gestirà il rapporto con quotidiani, periodici, ed in generale media ed organizzerà, a suo tempo, a ridosso dell'evento, una conferenza stampa di presentazione e lancio dell'iniziativa.</p> <p>La proposta progettuale prevede una promozione integrata multicanale ricorrendo a un mix di strumenti e materiali di comunicazione (anche in lingua inglese).</p> <p>La strategia si avvarrà dei seguenti strumenti:</p> <p>1. campagna pubblicitaria "tradizionale", effettuata attraverso i mezzi "classici" (stampa, pubblicazioni affissioni):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- stampa e distribuzione di materiale editoriale (brochure, mappe, manifesti, etc, etc) presso info-point e strutture ricettive e logistiche;</li> <li>- campagna a mezzo affissione e a mezzo stampa.</li> </ul> <p>2. campagna pubblicitaria basata sui media digitali, adottando la logica multimediale e multicanale:</p> <p>.</p> <p>Azioni di web marketing, blog marketing e social network marketing, utili ad ottimizzare il posizionamento strategico dell'iniziativa e la sua scalabilità nei principali motori di ricerca. L'attività consiste in tutte le azioni che vanno messe in campo, in concomitanza con le azioni "on page" oggetto del SEO, al fine di influenzare direttamente sul posizionamento del sito internet nelle SERP (Search Engine Report Pages), elementi altrettanto fondamentali da cui è ormai impossibile prescindere. Fare Search Engine Marketing (SEM).</p> <p>La spesa prevista delle azioni di comunicazione, come da piano finanziario, ammonta a EURO 14.200,00 iva inclusa</p> <p>-</p>
<b>B</b>	<b>ANALISI DELLA DOMANDA</b>	


 Il Legale Rappresentante

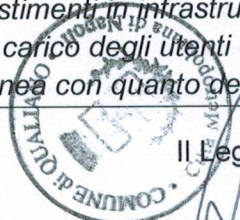
1)	<b>Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi di visitatori/turisti</b>	<p>I turisti, sia nazionali sia internazionali, sono sempre più alla ricerca di viaggi su misura che incroci i loro interessi e culturali.</p> <p>L'attrattiva turistica oggi è rappresentata da un'identità culturale fortemente legate al territorio, non più inteso soltanto come un insieme di caratteristiche fisiche di un'area geografica specifica, ma come luogo in cui i fattori ambientali si integrano con quelli sociali e culturali.</p> <p>Il presente progetto mira a contribuire alla crescita competitiva della Campania facendo leva sul patrimonio storico-culturale e sul prodotto tipico, oltre che, naturalmente, sulle strutture ricettive e sui servizi generali</p> <p>L'evento proposto, con il suo programma di iniziative enogastronomiche, figure artistiche di richiamo, fascino internazionale della moda, mira attirare un consistente numero di turisti.</p>
2)	<b>Tipologia dei destinatari</b>	<p>I destinatari cui prioritariamente si rivolge il Programma presentano le seguenti caratteristiche target:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buon grado di cultura generale</li> <li>- Interessi prevalenti di tipo storico – culturale e/o naturalistico</li> <li>- Livello socio-economico buono e costante</li> <li>- Abitudine di vacanza consolidata</li> <li>- Stile di viaggio dinamico ed esplorativo</li> <li>- Appassionati di eventi e tradizioni popolari</li> <li>- Amanti della musica</li> <li>- Amanti della cucina tradizionale e gourmet</li> <li>- Amanti delle nuove tendenze e della Moda</li> <li>- Amanti dell'enogastronomia e del tempo libero</li> <li>- Fruitori di vacanze attive e sport all'aperto</li> </ul> <p>In particolare, il programma si rivolge ad una nuova tipologia di turista consumatore che si affida alle tecnologie offerte dalla Rete ed alla rete di informazioni da queste veicolate, sempre meno turista e sempre più viaggiatore ovvero turisti tradizionali / turisti innovativi / turisti esperienziali / turisti creativi. A questi target di tipo primario si affiancano alcuni ulteriori segmenti collaterali e funzionali al target principale: Viaggiatori e Turisti di prossimità: viaggiatori "fai da te", turisti in transito o di media permanenza in Campania, e naturalmente la popolazione residente</p>
3)	<b>Priorità dell'intervento per il territorio</b>	<p><i>Con questa iniziativa, si tende a favorire l'implemento dei flussi turistici e la divulgazione e promozione del territorio e delle sue eccellenze.</i></p> <p><i>L'intreccio di Musica, Moda e Cucina rappresentano un ideale volano</i></p>

D	<b>FATTIBILITÀ FINANZIARIA</b>
---	--------------------------------



Legale/Rappresentante

<b>Piano Finanziario dell'intervento</b>																										
<b>1)</b>	<i>(da strutturare in "Uscite" ed "Entrate", da articolarsi, a loro volta, nelle singole voci di spesa e nelle voci di entrata. (il quadro economico deve essere a pareggio))</i>																									
<b>1.1)</b>	<b>Uscite tot.</b>	<b>Indicare entità complessiva in € 71.000,00</b>																								
<b>A</b>	<b>Voci di spesa</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>voci</th> <th>descrizione</th> <th>importo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>1. Evento musicale: artista, allestimento e attrezzature (Service audio e luci, piano per la sicurezza, Palco, gruppo elettrogeno, certificazioni, assicurazione, back Line, sedie, transe)ne)</td> <td>Euro 15.454,54 iva esclusa</td> </tr> <tr> <td></td> <td>2. sfilata di moda: cast, allestimento e attrezzature (Service audio e luci, piano per la sicurezza, Palco, gruppo elettrogeno, certificazioni, assicurazione, back Line, sedie, transe)ne)</td> <td>Euro 18.599,11 iva esclusa</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3. Evento enogastronomico: chef, staff, allestimento</td> <td>Euro 10.290,91 iva esclusa</td> </tr> <tr> <td></td> <td>4. Comunicazione (Ufficio stampa, progettazione, ideazione e realizzazione progetto grafico, social, pianificazione pubblicitaria, stampa materiale)</td> <td>Euro 11.639,34 iva esclusa</td> </tr> <tr> <td></td> <td>5. direttore artistico</td> <td>Euro 4.647,62 iva esclusa</td> </tr> <tr> <td>M. IVA e SIAE</td> <td>1. IVA</td> <td>Euro 8.368,48</td> </tr> <tr> <td></td> <td>2. SIAE</td> <td>Euro 2.000,00</td> </tr> </tbody> </table>	voci	descrizione	importo		1. Evento musicale: artista, allestimento e attrezzature (Service audio e luci, piano per la sicurezza, Palco, gruppo elettrogeno, certificazioni, assicurazione, back Line, sedie, transe)ne)	Euro 15.454,54 iva esclusa		2. sfilata di moda: cast, allestimento e attrezzature (Service audio e luci, piano per la sicurezza, Palco, gruppo elettrogeno, certificazioni, assicurazione, back Line, sedie, transe)ne)	Euro 18.599,11 iva esclusa		3. Evento enogastronomico: chef, staff, allestimento	Euro 10.290,91 iva esclusa		4. Comunicazione (Ufficio stampa, progettazione, ideazione e realizzazione progetto grafico, social, pianificazione pubblicitaria, stampa materiale)	Euro 11.639,34 iva esclusa		5. direttore artistico	Euro 4.647,62 iva esclusa	M. IVA e SIAE	1. IVA	Euro 8.368,48		2. SIAE	Euro 2.000,00
		voci	descrizione	importo																						
			1. Evento musicale: artista, allestimento e attrezzature (Service audio e luci, piano per la sicurezza, Palco, gruppo elettrogeno, certificazioni, assicurazione, back Line, sedie, transe)ne)	Euro 15.454,54 iva esclusa																						
			2. sfilata di moda: cast, allestimento e attrezzature (Service audio e luci, piano per la sicurezza, Palco, gruppo elettrogeno, certificazioni, assicurazione, back Line, sedie, transe)ne)	Euro 18.599,11 iva esclusa																						
			3. Evento enogastronomico: chef, staff, allestimento	Euro 10.290,91 iva esclusa																						
			4. Comunicazione (Ufficio stampa, progettazione, ideazione e realizzazione progetto grafico, social, pianificazione pubblicitaria, stampa materiale)	Euro 11.639,34 iva esclusa																						
			5. direttore artistico	Euro 4.647,62 iva esclusa																						
M. IVA e SIAE	1. IVA	Euro 8.368,48																								
	2. SIAE	Euro 2.000,00																								
	C: costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni seminari, workshop, fiere, eventi ecc																									
<b>1.2)</b>	<b>Entrate tot.</b>	<b>Indicare entità complessiva in € 71.000,00 iva inclusa</b>																								
<b>A</b>	<b>Finanziamento richiesto alla Regione</b>	<b>Indicare entità in € 70.000,00</b>																								
<b>B</b>	<b>Eventuale diretta partecipazione finanziaria del Comune proponente</b>	<b>€1.000,00</b>																								
<b>C</b>	<b>Eventuali contributi e/o finanziamenti da parte di Enti Pubblici</b>	<b><del>Voce eventuale - Indicare entità in €</del></b>																								
<b>D</b>	<b>Ogni altra eventuale entrata (bigliettazione, sponsorizzazioni, merchandising, ecc...)</b>	<b><del>Voce eventuale - Indicare entità in €</del></b>																								
<b>2)</b>	<b>Analisi finanziaria dell'evento</b>	<b>Il progetto non genererà entrate in favore dell'Ente beneficiario. Non sono previsti investimenti in infrastrutture il cui utilizzo sia soggetto a tariffe direttamente a carico degli utenti o qualsiasi fornitura di servizio contro pagamento. In linea con quanto dettagliato nel Piano Finanziario,</b>																								



Il Legale Rappresentante



*l'intero finanziamento servirà a coprire i costi dell'intervento.*

E	RISULTATI ATTESI	
1)	<b>Stima dei flussi turistici movimentabili</b>	Sulla base della valutazione delle precedenti edizioni e delle capacità ricettive e la relativa offerta di servizi presenti sul territorio, alla luce delle analisi dei dati raccolti rispetto alla movimentazione di flussi turistici in Campania nel periodo dell'intervento, si può ipotizzare un implemento significativo delle presenze in città, nei giorni dell'intervento fino ad un incremento di 5000 presenze. Grazie alla visibilità e alla risonanza dell'evento, inoltre, si prevede un aumento di presenze nei mesi successivi del 20%, rispetto ai dati di riferimento raccolti da indagini effettuate in precedenza.
2)	<b>Stima della durata della permanenza dei flussi turistici movimentabili</b>	Sulla base della tipologia di iniziative ed azioni, è ragionevole stimare una presenza molto significativa di varia provenienza geografica, per il periodo di svolgimento della manifestazione evento ed anche per il periodo successivo, quale conseguenza dell'eco che la manifestazione evento avrà prodotto in termini di diffusione della conoscenza e della promozione di Qualiano. Una parte dei visitatori potrà scegliere di sostare qualche notte in loco. Si prevede la permanenza di flussi turistici in loco o in aree limitrofe. L'ambizioso obiettivo del presente intervento progettuale è quello di avviare un processo di rafforzamento dell'offerta locale, indebolita anche dalla scarsa presenza di eventi culturali di elevato profilo.
3)	<b>Metodologie di rilevazione del grado di soddisfazione dei turisti</b>	Saranno eseguite indagini di customer satisfaction condotta attraverso la tecnica TARPI (tecnica assistant research programs institute), che, relativamente al settore dei servizi, ha fatto emergere che: <ul style="list-style-type: none"><li>- Un utente insoddisfatto comunica a 11 persone i suoi problemi</li><li>- Un utente soddisfatto informa 4 persone della sua favorevole esperienza</li><li>- Facilitando un utente ad esprimere la sua insoddisfazione relativamente ad un problema incontrato, anche senza intervenire alla sua soluzione, si eleva del 10% la probabilità che l'utente torni ancora.</li></ul> La metodologia adottata per la misurazione del grado di soddisfazione dei fruitori del programma è quella di A. Parasuraman, che prevede la misura dello scostamento tra qualità percepita e qualità attesa, per cui la customer satisfaction può essere espressa come una funzione delle aspettative precedenti all'utilizzo del servizio e della performance percepita dopo averne usufruito. Per la rilevazione dello scostamento tra servizio atteso e percepito, si procederà alla elaborazione e somministrazione all'utenza di semplici questionari di rilevazione cui rispondere dando un voto da 1 a 10.



Legale Rappresentante

		<p>Da un punto di vista operativo, l'attività si sostanzia in tre fasi fondamentali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificazione e segmentazione dell'utenza. Nello specifico il grado di soddisfazione per un servizio erogato può essere misurato solo su coloro che via hanno avuto accesso e che, pertanto, possono esprimere un giudizio di percezione (oltre a quello di attesa)</li> <li>- Definizione del campione rappresentativo</li> <li>- Analisi dei risultati, cioè raccolta dei questionari ed analisi dei dati per ciascuna tipologia di utenza del campione di riferimento attraverso la determinazione del voto medio espresso in relazione a ciascuna domanda</li> </ul> <p>Saranno realizzati e distribuiti appositi questionari per ciascun evento, che saranno consegnati ai visitatori al momento dell'ingresso e che dovranno essere restituiti al momento dell'uscita.</p> <p>Al fine della rilevazione del grado di soddisfazione complessiva dei visitatori e turisti, in tali questionari saranno elaborate domande relative all'evento ed anche alla qualità dell'accoglienza e della permanenza sul territorio del Comune.</p> <p>L'esame e l'analisi dei dati risultanti dai questionari sarà utile al fine di intercettare e nuovi targets e individuare misure correttive sul piano dei servizi dell'accoglienza, in un continuo sforzo di miglioramento e di crescita.</p>
--	--	---

F	IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI	
1)	<p><b>Quantificazione e stima degli impatti attesi</b></p>	<p>La proposta progettuale presentata, nella sua dimensione di attività economica – produttiva, genera opportunità di lavoro legate realizzazione della manifestazione, con impiego di risorse umane qualificate per competenze specifiche e di maestranze da impiegare nella fase di preparazione, allestimento e produzione dell'evento.</p> <p>Dal punto di vista occupazionale, in particolare, il format della manifestazione, così come concepito, prevede l'impiego di risorse umane quali docenti, artigiani, artisti, tecnici, maestranze ed operatori culturali, figure professionali coinvolte nel pieno rispetto delle pari opportunità. Da un punto di vista economico, risultano evidenti benefici per la ricaduta per le aree dell'indotto, quali la ristorazione, la ricettività, il commercio, l'artigianato, i servizi di trasporto. etc. che naturalmente beneficiano della movimentazione portata dall'iniziativa, attivando un circuito virtuoso di economie nelle aree interessate dall'evento.</p> <p>Data la rilevanza dell'offerta artistica che si intende proporre, il progetto si presenta come oggetto di interesse per i media che ne seguono e ne documentano lo svolgimento.</p> <p>Il web costituirà il canale comunicativo preferenziale per la veicolazione tempestiva e multimediale delle attività programmate e realizzate, sia in fase di pubblicizzazione ex ante e in itinere, che di disseminazione ex</p>

Il Legale Rappresentante

post.

Preliminarmente all'avvio del progetto, sulla base degli obiettivi declinati, saranno definiti parametri che rappresentano gli indicatori di prestazione (KPI Key Performance indicators). Al fine di verificare, in progress, l'andamento del progetto, sarà svolta una costante attività di valutazione e monitoraggio per controllare la coerenza delle varie fasi progettuali rispetto ai risultati attesi e quantificare i risultati raggiunti per mezzo dei suddetti indicatori ed il loro margine di scostamento.



Il Legale Rappresentante