Nucleo di Valutazione e Analisi per la Programmazione

Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per le Politiche di Coesione

Esiti degli investimenti della politica di coesione sul patrimonio culturale e i sistemi culturali e creativi nel Mezzogiorno

Caso di studio: Giffoni Valle Piana (Campania)

Rapporto di Valutazione

SI.VALUTA
Sistemi di supporto alla valutazione delle politiche di coesione

Ottobre 2023

UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

PON GOVERNANCE E CAPACITÀ ISTITUZIONALE 2014-2020

EUTALIA studiare sviluppo

Questo Rapporto riguarda lo studio di caso "Giffoni Valle Piana" individuato in Campania (Giffoni Valle Piana, SA) nell'ambito della ricerca valutativa sugli *Esiti degli investimenti della politica di coesione sul patrimonio culturale e i sistemi culturali e creativi nel Mezzogiorno*.

La ricerca è stata realizzata grazie al sostegno del progetto SI.VALUTA - *Sistemi di supporto alla Valutazione delle politiche di coesione*, finanziato dal PON GOVERNANCE 2014 – 2020 di cui il NUVAP-DPCoe è beneficiario.

Il disegno della valutazione è stato definito nel corso del 2021 a partire dalle analisi tematiche di natura pre-valutativa condotte negli anni precedenti a cura del NUVAP - DPCoe in collaborazione con il team OpenCoesione.

La valutazione, coordinata dal NUVAP - DPCoe (Anna Misiani – Oriana Cuccu) è stata condotta da gennaio 2022 a ottobre 2023 con il supporto di un team di valutatori esterni selezionati con avviso pubblico (Elena Alessandrini, Alessandro Leon, Luca Lo Basso, Marco Marinuzzi, Marco Rossitti). Le informazioni contenute nel Rapporto sono aggiornate a settembre 2023, data di conclusione dell'indagine di campo.

Le attività di ricerca hanno beneficiato del prezioso contributo sui metodi e i temi di indagine offerto dallo Steering Group della valutazione: si ringraziano Roberto Ferrari (Museo Galileo-Istituto di Storia della Scienza), Alessandra Gariboldi (Fondazione Fitzcarraldo) e Benedetta Stratta (Dipartimento Informazione ed Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri).

Si ringrazia la Regione Campania – in particolare la DG Politiche culturali e turismo e il Nucleo di Valutazione e Verifica, per la disponibilità ad interloquire e a confrontarsi con il team di valutazione e a condividere informazioni e indicazioni utili a condurre lo studio di caso.

Si ringraziano anche gli interlocutori nelle amministrazioni, istituzioni ed organizzazioni che a livello locale hanno partecipato alle interviste realizzate nel corso dello studio di caso per aver offerto testimonianze e punti di vista sui temi indagati, ed in particolare l'Ente Autonomo Giffoni Experience, e il Comune di Giffoni Valle Piana.

Un ulteriore ringraziamento va all'Istat per la collaborazione e la disponibilità a fornire dati disaggregati su settori e territori interessati dalla ricerca.

Si ringraziano infine i colleghi del NUVAP, in particolare Sara Gaudino per le occasioni di scambio e di confronto, e Anna Ceci per aver curato le interazioni con l'Istat.

SOMMARIO

PREMESSA ***4***

1. IL CONTESTO DEL CASO DI STUDIO ***6***

1.1 Territorio, demografia e struttura produttiva **6**

1.2 Turismo e cultura **8**

2. INVESTIMENTI DELLA POLITICA DI COESIONE PER LA CULTURA ***12***

2.1 Strategie, programmi e misure di intervento nell'areale del caso di studio **12**

2.2 Interventi di tutela del patrimonio e di valorizzazione dei luoghi della cultura **15**

2.3 Sostegno ad attività ed iniziative culturali **18**

2.4 Focus sugli investimenti nel comune di Giffoni Valle Piana **20**

3. TEMI, FONTI INFORMATIVE ED ESITI DELL'INDAGINE ***22***

3.1 Temi rilevanti per lo studio di caso **22**

3.1.1. Un'idea in cammino: da Giffoni Film Festival a Giffoni Opportunity *22*

3.1.2 Il "caso Giffoni": analisi, studi e valutazioni *23*

3.1.3 La filiera degli investimenti: implicazioni e questioni indagate *24*

3.2 Le fonti di informazione diretta **25**

3.3 Esiti dell'indagine sugli investimenti per il Giffoni Film Festival **26**

3.3.1 L'Ente Autonomo Giffoni Experience: missione, organizzazione, governance *26*

3.3.2 Il Giffoni Film Festival e gli eventi collaterali *32*

3.3.3 Le infrastrutture e i luoghi del Giffoni Film Festival *37*

3.3.4 Ricadute ed effetti del Giffoni Film Festival *42*

3.4 Esiti dell'indagine sugli investimenti di tutela e valorizzazione del borgo e del castello di Terravecchia **47**

3.4.1 Gli interventi per la rigenerazione del borgo *47*

3.4.2 Gli interventi per il recupero del castello *51*

4. EVIDENZE E APPRENDIMENTI VALUTATIVI ***55***

4.1 Cosa è cambiato a Giffoni Valle Piana **55**

4.2 Dalle domande agli apprendimenti valutativi **58**

4.2.1 In che termini e a quali condizioni gli interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale influiscono sui sistemi e le modalità di offerta, fruizione, uso dei beni? *58*

4.2.2 Quanto e in che termini gli interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale favoriscono la nascita e l'attrazione di attività economiche collegate e promuovono occasioni di sviluppo territoriale? *59*

4.2.3 A quali condizioni le misure per la competitività di imprese e altri soggetti operanti nel Settori Culturali e Creativi stimolano processi innovativi e collaborativi di promozione, fruizione e uso del patrimonio culturale? *61*

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI ***63***

PREMESSA

Il caso di studio "Giffoni Valle Piana" in Campania è stato selezionato secondo la metodologia comune agli gli otto studi di caso in cui si articola la ricerca valutativa[1].

A partire dal comune di Giffoni Valle Piana, dove cade un consistente investimento della politica di coesione in ambito culturale (92,5 euro nei cicli di programmazione 2007-2013 e 2014-2020), la valutazione analizza un areale composto da 21 comuni quasi tutti nella provincia di Salerno. La perimetrazione dell'areale è avvenuta attraverso la progressiva aggregazione dei 5 comuni con progetti dai valori finanziari superiori alla mediana regionale, localizzati entro una distanza di 30 km dal comune di Giffoni Valle Piana (nel quale si registra, in termini assoluti, il maggior investimento) e nei quali si sono rilevate tipologie di intervento potenzialmente interessanti ai fini della ricerca. Da questa prima aggregazione di comuni si è poi proceduto ad un affinamento dell'areale di studio, in considerazione delle caratteristiche socioeconomiche e tenendo in considerazione elementi relazionali e spaziali dei territori per giungere ad individuare un bacino "teorico" di potenziale gravitazione delle dinamiche di offerta e fruizione culturale.

L'analisi è partita dalla ricostruzione della progettualità finanziata dalla politica di coesione nell'areale, mettendo a fuoco le varie tipologie di intervento sostenute nell'ambito dei diversi contenitori programmatici e delle specifiche linee di azione. La successiva indagine di campo ha riguardato la progettualità sostenuta dalla politica di coesione nel comune di Giffoni Valle Piana, che ha interessato due distinti filoni di investimento: il recupero del borgo e il restauro del castello di Terravecchia, e il sostegno alla nota e oramai quarantennale manifestazione cinematografica Giffoni Film Festival, attraverso il sostegno alle attività e ai servizi funzionali alla sua realizzazione, nonché al potenziamento di alcune infrastrutture e spazi di aggregazione comunali per ospitare gli eventi e promuovere la produzione e fruizione culturale nel settore del cinema e della multimedialità.

Il caso di Giffoni Valle Piana presenta caratteristiche interessanti per la ricerca valutativa, considerato:

- il contesto territoriale in cui si registra il significativo flusso di investimenti da parte della politica di coesione in ambito culturale, Giffoni Valle Piana, un comune di piccole dimensioni nell'entroterra tra la costa salernitana e quella cilentana, caratterizzato da un'economia prettamente rurale;
- la rilevanza, la consistenza e la progressiva evoluzione del *Giffoni Film Festival*, iniziativa culturale più che cinquantennale sviluppata da un'idea originale intimamente legata a questa realtà territoriale, dal 2010 sostenuta dalle risorse della coesione a titolarità regionale, divenuta un articolato ecosistema culturale che rappresenta un'eccellenza nel panorama nazionale ed internazionale, con significative ricadute per lo sviluppo dell'area;
- i beni del patrimonio culturale nel territorio comunale - in particolare il borgo e castello di Terravecchia - oggetto di un programma dell'amministrazione comunale di recupero e di rigenerazione, in larga parte grazie alle politiche di coesione, per incrementare l'attrattività turistico-culturale del territorio con un approccio integrato e in una prospettiva di area vasta.

Il Rapporto si compone di quattro capitoli:

- nel capitolo 1 si descrivono le principali caratteristiche e dinamiche demografiche ed economiche nell'areale di riferimento, guardando in particolare a quelle relative a turismo (dotazioni di posti letto e movimenti turistici), cultura (luoghi della cultura e visitatori, domanda e offerta di spettacoli, biblioteche e relativi utenti) e settori culturali e creativi;

[1] Per approfondimenti sulla si rinvia al Report a ciò dedicato (https://www.valutazionecoesione.it/valutazioni/coesione-cultura.html).

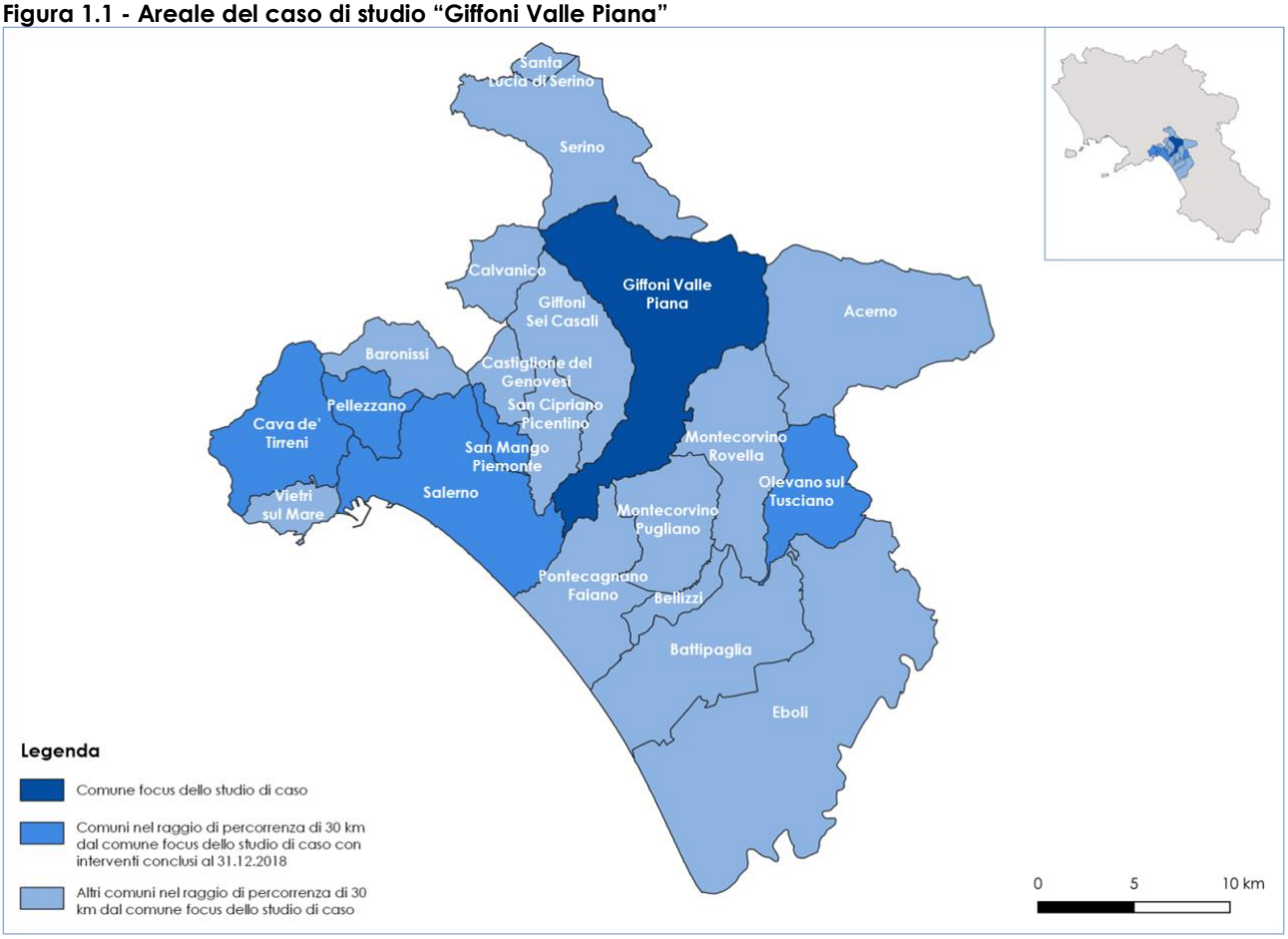
- nel capitolo 2, si illustrano gli investimenti della politica di coesione in ambito culturale nell'areale e poi in dettaglio di quelli che hanno interessato Giffoni Valle Piana, dando conto delle strategie, dei risultati attesi e degli strumenti di programmazione che li hanno attivati e operando delle classificazioni funzionali agli approfondimenti oggetto della ricerca;
- nel capitolo 3, si declinano i temi e i quesiti di valutazione che hanno guidato l'indagine complessiva e si evidenziano per i progetti esaminati in profondità le fonti informative utilizzate, riportando il dettaglio delle interviste condotte nel territorio; il cuore del capitolo riferisce gli esiti dell'indagine di campo sugli interventi di recupero e restauro di Terravecchia da un lato, e sulla infrastrutturazione e sul sostegno alle attività del Giffoni Film Festival dall'altro, con un approfondimento sulla governance gestionale dell'"ecosistema Giffoni";
- infine, nel capitolo 4, si riassumono gli apprendimenti valutativi dando evidenza ai cambiamenti osservati nel sito e nell'immediato territorio, correlabili alla politica di coesione e si forniscono alcune risposte alle tre macro-domande di valutazione che hanno guidato gli otto studi di caso che compongono la ricerca valutativa.

1. IL CONTESTO DEL CASO DI STUDIO

1.1 Territorio, demografia e struttura produttiva

Il caso di studio riguarda un areale gravitante su Giffoni Valle Piana, che include i comuni localizzati nel raggio di percorrenza di 30 km, per un totale di 21 comuni, di cui 19 nella **provincia di Salerno** e 2 in **provincia di Avellino** (Figura 1.1)[2].

Figura 1.1 - Areale del caso di studio "Giffoni Valle Piana"



Fonte: elaborazione dati OpenCoesione (Focus "Cultura" al 31 agosto 2021) e Istat (Matrici di contiguità, distanza e pendolarismo)

Si tratta di un contesto territoriale dalle caratteristiche morfologiche variabili, che unisce comuni dal carattere prevalentemente montuoso, lambiti dall'Appennino campano (come Giffoni Valle Piana, comune focus dello studio), a comuni costieri.

L'areale ha una superficie di 776 km^2 (circa il 16% dell'estensione della provincia di Salerno) e una popolazione di 409.711 abitanti (2022), per oltre la metà concentrata nei comuni di Salerno (circa 130.000 abitanti), Battipaglia e Cava De' Tirreni (circa 50.000 abitanti ciascuno) e per la restante parte distribuita tra Eboli e Pontecagnano Faiano (sopra i 25.000 abitanti). Tra i restanti comuni, tutti

[2] Nella provincia di Salerno: Acerno, Baronissi, Battipaglia, Bellizzi, Calvanico, Castiglione del Genovesi, Cava De' Tirreni, Eboli, Giffoni Sei Casali, Giffoni Valle Piana, Montecorvino Pugliano, Montecorvino Rovella, Olevano sul Tusciano, Pellezzano, Pontecagnano Faiano, Salerno, San Cipriano Picentino, San Mango Piemonte, Vietri sul Mare; nella provincia di Avellino: Santa Lucia di Serino e Serino.

al di sotto dei 15.000 abitanti, tra cui Giffoni Valle Piana (11.602 unità), vi sono 6 piccoli comuni (al di sotto dei 5.000 abitanti)[3].

L'areale si caratterizza dal punto di vista socioeconomico per[4]:

- **una dinamica demografica in lieve contrazione** nel periodo 2007-2022 (1,76% contro il dato medio regionale di 2,46%) **nella metà dei comuni dell'areale,** sia montuosi sia costieri (i valori più marcati si registrano ad Acerno e a Vietri sul Mare), **sensibilmente più accentuata con riferimento alle fasce giovanili** (con una riduzione del 19,5% contro la media regionale del 18,5%). La restante parte dei comuni risulta invece caratterizzata da una dinamica di crescita demografica (in media del 3,5%, con valori particolarmente accentuati a Montecorvino Pugliano), o da una **condizione stabile come nel caso di Giffoni Valle Piana**. In tutti i comuni dell'areale si registra una **crescita del tasso di invecchiamento** (nel 2022 pari al 172,17) **più significativa di quella media regionale** (143,59);
- **una struttura produttiva che conta nel 2020 poco meno di 33.000 unità locali e circa 99.000 addetti** (circa l'8,5% del totale regionale), localizzati prevalentemente nei comuni costieri di Salerno, Battipaglia, Cava De' Tirreni ed Eboli, **con una crescita** complessiva tra il 2012 e il 2020 **pari al 3,7% per le unità e 13,8% per gli addetti**[5], e una dimensione media dell'impresa allineata a quella regionale (2,83 contro 2,93 addetti)[6];
- una **composizione degli occupati per macrosettore allineata alla media regionale**[7]**, in cui prevale la componente relativa ai servizi** (al 2020 l'85,4% delle unità locali e il 72,6% degli addetti totali), sostanzialmente localizzati tra Salerno (80% degli addetti ai servizi) e Battipaglia (oltre 10.000 addetti, pari al 14% dell'areale). Tale composizione caratterizza anche il comune di Giffoni Valle Piana, dove l'80% delle unità locali delle imprese attive nel comune e il 70% degli addetti totali operano nel settore dei servizi;
- **un peso del settore industriale e delle costruzioni rilevante** rispetto alla media dell'areale e al dato medio provinciale di riferimento nei comuni di Calvanico, Montecorvino Rovella e Olevano sul Tusciano (con un'incidenza sopra il 25% contro un dato medio del 17,3% per la provincia di Salerno) e nel comune di Santa Lucia di Serino (con un'incidenza delle unità locali delle macro-sezioni industria e costruzioni al 2020 pari al 37,50% contro un dato medio per la provincia di Avellino del 20,70%);
- una rappresentazione **del settore agricolo molto differenziata**[8] tra i comuni costieri come Salerno (0,83%, al 2020) e Vietri sul Mare (0,96%) e quelli più interni della fascia preappenninica, dove l'incidenza delle unità locali di imprese agricole supera il 15% del totale delle imprese attive, come ad Acerno, Calvanico, Giffoni Sei Casali, **Giffoni Valle Piana**, raggiungendo il 50% nel caso di Castiglione del Genovesi, valori ben **al di sopra della media regionale** (il 5,5% delle unità locali di imprese agricole sul totale delle imprese attive nell'areale, contro il 5,8% della media regionale);
- un'incidenza del **comparto economico culturale e creativo sul totale delle imprese** superiore alla media regionale (come meglio dettagliato più avanti al Par. 1.2).

[3] Qui e nel seguito i dati demografici sono di fonte ISTAT. Si forniscono, salvo ove specificato, i valori medi del periodo 2007-2022.

[4] Le tabelle statistiche di dettaglio in formato .xls sono rese disponibili unitamente al presente Rapporto.

[5] Elaborazione su dati Asia – Imprese.

[6] ISTAT (ASIA), medie calcolate sul periodo 2012-2020.

[7] Elaborazione su dati Istat, Occupazione.

[8] Elaborazione su dati Istat, Asia – Agricoltura.

1.2 Turismo e cultura

I flussi di **turismo** interessano sostanzialmente i comuni costieri dell'areale, con un'offerta integrata capace di coniugare la vocazione marittima con quella culturale, storica, artistica e paesaggistica[9]: il 75% circa dell'offerta turistica (complessivamente 13.314 posti letto al 2021) si concentra a Salerno (31%), Battipaglia (28%) e Eboli (15%)[10], dove si registrano altresì i volumi più significativi di arrivi e presenze (a causa dei dati oscurati per via del segreto statistico non si dispone del dato relativo all'incidenza sull'areale). I valori al 2021 appaiono ancora fortemente condizionati dalla crisi pandemica e molto distanti dalle performance dell'ultimo anno pre Covid (a Salerno, ad esempio, si registrano 59.612 arrivi e 131.729 presenze contro 186.073 arrivi e 431.348 presenze del 2019)[11].

Dal 2007 al 2021 in tutti i comuni dell'areale **cresce la capacità ricettiva ben oltre la media regionale** (incremento dei posti letto del 32% contro il dato medio regionale del 19%), con valori particolarmente rilevanti nei comuni di Pellezzano (193%) e **Giffoni Valle Piana** (143%, con riferimento alle strutture extralberghiere). Fino al 2019 ultimo anno prima della crisi pandemica, sono cresciute le presenze, anche se in termini più moderati, ed in particolare quelle straniere (58% delle presenze totali a Vietri sul Mare, 49% di quelle di Cava De' Tirreni e il 45% di quelle di Salerno)[12].

I valori sull'incidenza del **comparto economico culturale e creativo[13] sul totale delle imprese nell'areale** (nel 2020 il 6% in termini di unità locali e il 4,2% in termini di addetti) **sono sostanzialmente allineati alla media regionale** (rispettivamente 5,2% per unità locali e 4,5% per addetti). Tali realtà imprenditoriali sono localizzate principalmente nei comuni di Salerno (circa il 43% delle UL e il 45% di addetti sul totale dell'areale), Cava De' Tirreni (circa il 15% di UL e addetti) e Battipaglia (oltre il 10% di UL e addetti). Tra il 2012 e il 2020 si assiste ad un modesto aumento del numero di imprese (3,73%), accompagnato da un più significativo incremento del numero degli addetti (circa il 13,61%), con effetti sulla crescita della dimensione media delle imprese. Tale andamento non è tuttavia omogeneo: a Salerno si registra una lieve contrazione delle unità locali (3,12%) accompagnata da una crescita del numero di addetti (15,11%), in altri comuni si assiste invece alla crescita sia di unità locali che di addetti, come a **Giffoni Valle Piana** (43% per le unità locali e 28% per gli addetti), Acerno (150% per le unità locali e 82% per gli addetti) e Giffoni Sei Casali (56% per le unità locali e 78% per gli addetti); a Vietri sul Mare si osserva una modesta contrazione del numero di unità locali e degli addetti (circa 8,2%).

Rispetto all'offerta culturale, la rilevazione Istat sui **musei e istituti similari statali e non statali**[14] registrava nella fase pre-pandemica (2019) 16 istituti localizzati in alcuni dei comuni della provincia di Salerno (il 28% del totale provinciale), rappresentati per lo più da complessi monumentali (es. la *Grotta di San Michele Arcangelo* a Olevano Sul Tusciano, il *Complesso museale dell'Eremo dello Spirito Santo* a Pellezzano, il *Complesso Monumentale San Pietro a Corte*, il *Castello* a Salerno), e da musei, gallerie e/o raccolte sui seguenti tematismi:

- arte medioevale, moderna e contemporanea (6 istituti, tra cui il *Museo dell'abbazia della SS. Trinità* a Cava De' Tirreni, la *Pinacoteca Provinciale* di Salerno, il *F.R.A.C. – Fondo Regionale d'Arte Contemporanea* a Baronissi e il *Museo Provinciale della Ceramica* a Vietri Sul Mare);
- archeologia (4 istituti tra musei e aree/parchi archeologici, tra cui il *Museo archeologico nazionale* di Pontecagnano, l'*Area archeologica etrusco sannitica di Fratte* e il *Museo archeologico provinciale* a Salerno).

[9] ISTAT, Classificazione dei comuni in base alla densità turistica (dati 2019).

[10] ISTAT, Capacità degli esercizi ricettivi per tipo di alloggio.

[11] ISTAT, Movimento (arrivi e presenze) negli esercizi ricettivi per tipologia. Tale riflessione è condotta con riferimento ai comuni, per i quali i dati relativi ad arrivi e presenze non sono coperti dal segreto statistico.

[12] ISTAT, Movimento (arrivi e presenze) negli esercizi ricettivi per tipologia.

[13] Per il dettaglio delle attività economiche considerate ai fini della composizione del comparto culturale e creativo, cfr. Istat, *Indicatori sui settori culturali e creativi* (https://www.istat.it/it/archivio/279067).

[14] Qui e nel seguito: ISTAT, indagine sui musei e le istituzioni similari.

La metà degli istituti rilevati nell'areale si localizza a Salerno: questi 8 istituti, di cui 5 pubblici (4 a titolarità di provincia o regione e 1 a titolarità del MiC), nel 2019, anno pre Covid, hanno attratto 68.482 visitatori, pari al 70% circa dei flussi dell'intero areale e al 9% del totale provinciale. Quelli che risultano più attrattivi sono il *Complesso Monumentale San Pietro a Corte* con 28.613 visitatori e l'*Area Archeologico Etrusco Sannita di Fratte* con 21.102 visitatori, valori in leggera diminuzione rispetto al 2018, culmine del trend di forte crescita dal 2011 (167%), che caratterizza anche altri comuni (es. Pontecagnano e Vietri sul Mare); si discostano invece gli istituti di Eboli dove si registra una marcata e costante contrazione delle visite. Si evidenzia infine il *Museo dell'Abbazia della SS. Trinità* a Cava De' Tirreni per la sostanziale tenuta dei flussi che, nonostante la pandemia, al 2021 (13.400 visite) sono molto prossimi a quelli del 2018 (14.000 visite).

Un'analisi georeferenziata dei flussi di fruizione museale alla scala territoriale locale condotta da Istat[15], mostra come le visite a molti dei musei e degli istituti similari statali e non statali presenti nell'areale del caso di studio (comuni di Baronissi, Cava De' Tirreni, Pellezzano, Pontecagnano Faiano, Salerno, Vietri sul Mare), siano riconducibili al "percorso museale a partire dall'Area Archeologica di Pompei" (in neretto alla Figura 1.2).

I dati relativi **all'offerta e alla domanda di spettacolo** nel periodo pre-Covid (2017-2019)[16], indicano una realtà importante nel panorama regionale (in media circa il 12% degli spettacoli e il 13% degli ingressi regionali), con una polarizzazione nei centri di Salerno e Pontecagnano Faiano (in media circa l'81% degli spettacoli e l'84% degli ingressi).

Tale circostanza trova riscontro anche nell'analisi dell'offerta e della domanda di spettacolo in rapporto alla popolazione, con valori superiori al contesto regionale (nel triennio 2017-2019 in media 76 spettacoli e 4.071 ingressi per 1.000 abitanti, contro la media regionale di 51 spettacoli e 2.370 ingressi), sempre grazie alle performance registrate nei comuni di Salerno e Pontecagnano Faiano (con una media annua rispettivamente di 135 e 302 spettacoli e di 7.987 e 13.931 ingressi per 1.000 abitanti[17]); a seguire si posizionano **Giffoni Valle Piana** (con una media annua di 46 spettacoli e 2.236 ingressi per 1.000 abitanti), Cava De' Tirreni, Eboli e Battipaglia. Nella fase pandemica (2020-2021) si osserva l'evidente calo dei valori nei comuni dell'areale, con le parziali eccezioni di **Giffoni Valle Piana** dove l'offerta di spettacolo mostra una maggiore tenuta che negli altri comuni (tra il 2019 e il 2021 il numero di spettacoli cala del 30% e gli ingressi diminuiscono del 70%), Pellezzano, dove si registrano valori positivi sia in termini di offerta che di domanda, e Baronissi, dove l'offerta si contrae sensibilmente, mentre le variazioni della domanda sono meno significative.

Nel 2019 l'Istat ha rilevato nell'areale **27 biblioteche,** prevalentemente pubbliche (di cui 11 a Salerno), in gran parte a titolarità comunale (48%), provinciale o regionale (18,5%), o centrale (MiC o altra amministrazione centrale per il 5%)[18] che assicurano almeno un presidio bibliotecario nel 62% dei comuni dell'areale (tra cui Giffoni Valle Piana). Sul fronte dei servizi all'utenza resi da questi istituti, nel 2019 sono stati effettuati circa 3.600 prestiti, corrispondenti a una media per istituto pari a 133 prestiti, valore al di sotto della media regionale sia in termini assoluti (161), sia in rapporto alla popolazione residente (8,6 prestiti ogni 1000 abitanti contro il corrispondente dato regionale di 11,0); fanno eccezione i dati relativi a Salerno ed Eboli al di sopra della media regionale (rispettivamente 18,3 e 16,7). Nel complesso i prestiti bibliotecari non sembrano aver eccessivamente risentito delle restrizioni imposte dalla pandemia da Covid[19] nel confronto regionale (tra il 2019 e il 2021 la variazione media negativa per l'areale è del 22% contro il corrispondente dato regionale del 56%).

[15] La metodologia di definizione di questi percorsi di avvale di una procedura GIS a partire dai Museo e istituzioni similari rilevati da Istat, scelti in quanto strutture con il maggior numero di visitatori in ogni Unità Territoriale Sovracomunale (province, città metropolitane, liberi consorzi di comuni, ecc.) collegati a tutti gli altri musei che distano fino a 30 minuti di percorrenza in automobile, cfr. Istat, I percorsi museali in Italia nel 2018 (https://www.istat.it/it/archivio/245902).

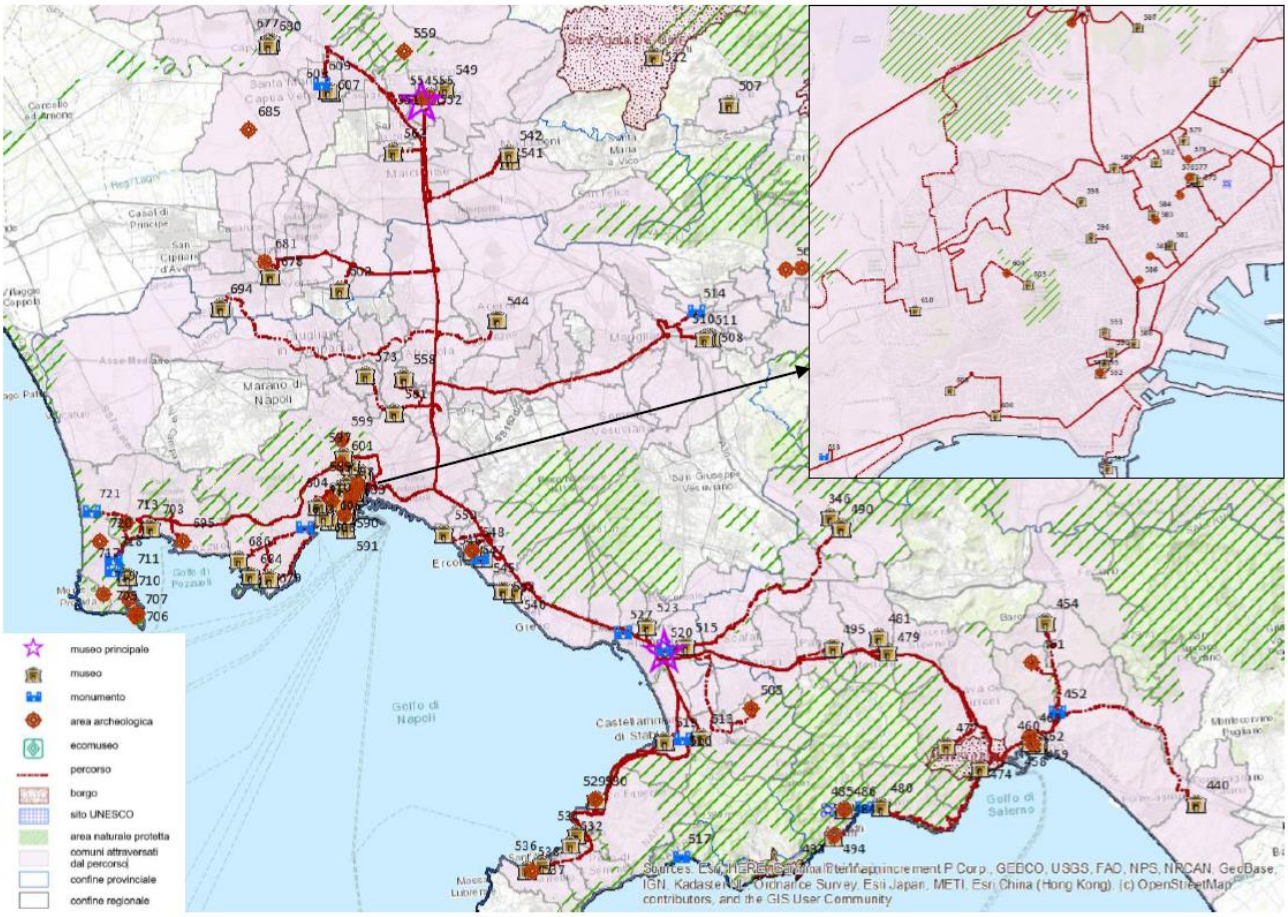
[16] Periodo di disponibilità dei dati alla scala comunale (elaborazioni ISTAT su dati SIAE).

[17] Sui valori significativi di Pontecagnano Faiano potrebbe influire la presenza del cinema multisala CineMaximall all'interno di un centro commerciale, in cui si possono svolgere anche eventi.

[18] ISTAT – ICCU, Censimento sulle biblioteche pubbliche e private (dati 2019-2021).

[19] Tale dinamica, tuttavia, potrebbe risentire della mancata dichiarazione dei dati relativi ai prestiti effettuati da parte di alcuni istituti bibliotecari.

Figura 1.2 Percorso museale a partire dall'Area Archeologica di Pompei nel Comune di Pompei (Napoli)



Fonte: Istat, I percorsi museali in Italia nel 2018

Legenda:

346) MUDIF- Museo didattico della fotografia (Sarno)
440) Museo archeologico nazionale di Pontecagnano (Pontecagnano Faiano)
452) Area archeologica etrusco sannitica di Fratte (Salerno)
454) F.R.A.C. - Fondo regionale d'arte contemporanea (Baronissi)
457) Museo archeologico provinciale di Salerno (Salerno)
458) Museo diocesano S. Matteo (Salerno)
459) Pinacoteca provinciale di Salerno (Salerno)
460) Complesso monumentale San Pietro a Corte (ipogeo e chiesa di Sant'Anna) (Salerno)
461) Complesso museale dell'eremo dello Spirito Santo Pellezzano (Pellezzano)
462) Museo 'Roberto Papi' - Collezione di storia medicina e strumentazione chirurgica (Salerno)
463) Castello di Salerno (Salerno)
474) Museo provinciale della ceramica (Vietri sul Mare)
477) Museo dell'abbazia della Ss. Trinità (Cava De' Tirreni)
479) Museo diocesano 'San Prisco' (Nocera Inferiore)
480) Museo d'arte sacra 'Don Clemente Confalone' (Maiori)
481) Museo archeologico provinciale dell'Agro Nocerino (Nocera Inferiore)
490) Museo archeologico nazionale della Valle del Sarno (Sarno)
495) Museo Sant'Alfonso Maria de Liguori (Pagani)
505) Castello di Lettere (Lettere)
508) Antiquarium e sala del Cippus Abellanus (Nola)
530) Museo diocesano Sorrentino Stabiese - Sede di Vico Equense (Vico Equense)
531) Museo navale "M. Maresca" (Meta)
532) Museo archeologico territoriale della penisola Sorrentina Georges Vallet (Piano di Sorrento)
536) Museo Correale di Terranova (Sorrento)
537) Museo diocesano Sorrentino Stabiese - Sede di Sorrento (Sorrento)
540) Museo del corallo (Torre del Greco)
541) Museo archeologico di Calatia (Maddaloni)
542) Istituzione museo civico (Maddaloni)
543) Museo della Marineria Torrese (Torre del Greco)
544) Museo diocesano (Acerra)
545) MAV - Museo archeologico virtuale (Ercolano)
546) Parco archeologico di Ercolano (Ercolano)
547) MUSA - Museo ercolanense (Ercolano)
548) Museo ercolanense (Ercolano)
549) Museo 'Michelangelo' (Caserta)
550) Museo nazionale ferroviario di Pietrarsa (Napoli)
552) Museo d'arte contemporanea città di Caserta - MAC3 (Caserta)
554) Parco del Palazzo Reale - Reggia di Caserta (Caserta)
555) Palazzo Reale - Reggia di Caserta (Caserta)
558) CAM - Casoria Contemporary Art Museum (Caserta)
561) Museo Laboratorio della civiltà contadina Masseria Luce (Napoli)
562) Casa museo Domenico Mondo (Capodrise)
573) Museo della cultura contadina e degli antichi mestieri 'A. De Rosa' (Arzano)
586) ARCA - Museo di arte religiosa contemporanea (Napoli)
587) Museo degli strumenti astronomici (Napoli)
588) Museo civico 'Castel Nuovo' (Napoli)
589) Museo archeologico nazionale di Napoli (Napoli)
590) Museo del corallo Ascione (Napoli)
591) Museo di etnopreistoria Cai Napoli Alfonso Piciocchi (Napoli)
592) Fondazione circolo artistico Politecnico - MUSAP (Napoli)
593) Gallerie d'Italia di Palazzo Zevallos Stigliano di Napoli (Napoli)
594) MEMUS - Museo e archivio storico del teatro di San Carlo (Napoli)
595) Palazzo Reale di Napoli (Napoli)
596) Complesso museale dell'Augustissima arciconfraternita dei Pellegrini (Napoli)
597) Museo di Capodimonte (Napoli)
598) Museo archivio laboratorio per le arti contemporanee Hermann Nitsch (Napoli)
599) Parco di Capodimonte (Napoli)
601) Catacombe di San Gennaro (Napoli)
602) Museo archeologico dell'agro Atellano (Succivo)
603) Museo di San Martino (Napoli)
604) Castel Sant'Elmo (Napoli)
606) Museo Diego Aragona Pignatelli Cortes (Napoli)
607) Museo archeologico dell'antica Capua e mitreo (Capua)
608) PLART, Plastiche e arte di Maria Pia Incutti - Paliotto (Napoli)
609) Anfiteatro Campano (Santa Maria Capua Vetere)
610) Museo nazionale della ceramica Duca di Martina (Napoli)
613) Tomba di Virgilio (Napoli)

510) Museo storico archeologico (Nola)
511) Museo diocesano di Nola (Nola)
513) Museo della biodiversità e Cites (Gragnano)
514) Basiliche paleocristiane di Cimitile (Cimitile)
515) Museo diocesano del santuario pontificio della Beata Vergine del santo rosario (Pompei)
516) Scavi archeologici di Stabiae (Castellamare di Stabia)
519) MUDISS - Museo diocesano sorrentino stabiese (Castellamare di Stabia)
520) Area archeologica di Pompei (Pompei)
523) Antiquarium di Boscoreale e sito archeologico di Villa Regina (Boscoreale)
527) Scavi archeologici di Oplontis (Torre Annunziata)
529) Antiquarium Aequano Silio italico (Vico Equense)
574) Museo di paleobotanica ed etnobotanica (Napoli)
575) Pio Monte della Misericordia (Napoli)
576) Museo del tesoro di San Gennaro (Napoli)
577) Complesso dei Girolamini (Napoli)
578) Complesso monumentale Donnaregina-Museo diocesano di Napoli (Napoli)
579) Museo MADRE (Napoli)
580) Area archeologica del complesso di S. Lorenzo maggiore (Napoli)
581) Centro musei delle scienze naturali e fisiche (Napoli)
582) Museo anatomico di Napoli (Napoli)
583) Museo Doma - Basilica di San Domenico Maggiore (Napoli)
584) Museo Cappella Sansevero (Napoli)
585) Museo dell'opera di Santa Chiara (Napoli)
678) Museo diocesano di Aversa (Aversa)
679) Museo archeologico etrusco De Feis Museo archeologico etrusco De Feis
681) Museo dell'abbazia San Lorenzo (Aversa)
684) Città della scienza (Napoli)
686) Museo del mare di Napoli (Napoli)
694) Museo della fragola (Napoli)
695) Anfiteatro Flavio, Puteoli (Pozzuoli)
703) Museo diocesano (Pozzuoli)
713) Tempio C.D. di Apollo, Lago d'Averno (Pozzuoli)
718) Parco archeologico delle terme di Baia (Bacoli)
721) Parco archeologico di Cuma (Pozzuoli)

2. INVESTIMENTI DELLA POLITICA DI COESIONE PER LA CULTURA

Gli interventi della coesione che hanno interessato il caso di studio vanno inquadrati nell'ambito degli strumenti di programmazione, attestati a livello centrale e regionale, le loro strategie di intervento, e le aspettative delle specifiche linee di azione attuate (Par. 2.1).

Per focalizzare la progettualità più direttamente riferita al territorio di Giffoni Valle Piana è utile partire dall'esame degli investimenti monitorati nell'areale precedentemente caratterizzato dal punto di vista territoriale e socioeconomico (Par. 2.2).

2.1 Strategie, programmi e misure di intervento nell'areale del caso di studio

L'analisi dei dati di monitoraggio al 31 agosto 2021 nell'areale considerato indica una pluralità di interventi per un investimento totale pubblico netto di circa 157 milioni di euro, di cui circa 74 milioni relativi al ciclo di programmazione 2007-2013 e 83 milioni al ciclo 2014-2020 (Tabella 2.1)[20].

Gli interventi finanziati nei due cicli hanno riguardato sia l'acquisto o la realizzazione di servizi collegati ed eventi e manifestazioni culturali (in massima parte a sostegno delle attività promosse dall'Ente Autonomo Giffoni Experience), sia lavori pubblici per la conservazione, riqualificazione, valorizzazione del patrimonio e dei luoghi della cultura e la realizzazione di nuove infrastrutture per la cultura.

Le logiche di investimento sottostanti agli interventi monitorati sul territorio, evincibili dai documenti di programmazione dei cicli 2007-2013 e 2014-2020, si riferiscono nella larga maggioranza di casi, pur con formulazioni differenti, alla **valorizzazione del patrimonio culturale nell'ottica di migliorarne la capacità di attrazione turistico-culturale**.

Più in dettaglio, nella programmazione 2007-2013[21] gli interventi hanno riguardato prevalentemente lo sviluppo di infrastrutture culturali e sociali sia attraverso la tutela e la valorizzazione del patrimonio culturale sia attraverso il sostegno ad attività, servizi e manifestazioni culturali. La maggior parte delle iniziative risponde alla Priorità 5 del QSN "Valorizzazione delle risorse naturali e culturali per l'attrattività e lo sviluppo", obiettivo specifico 5.1.1. "Valorizzare i beni e le attività culturali quale vantaggio comparato delle Regioni italiane per aumentarne l'attrattività territoriale, per rafforzare la coesione sociale e migliorare la qualità della vita dei residenti". La fonte prevalente si attesta a livello della programmazione regionale, attraverso:

i. il **POR CONV FESR Campania** che ha sostenuto buona parte degli investimenti monitorati
   - **nell'ambito dell'Asse 1** dedicato allo **sviluppo dell'attrattività culturale e turistica del territorio anche al fine di diversificare l'offerta turistica e attrarre nuovi flussi**, sia mediante azioni di restauro, conservazione, riqualificazione dei beni e siti della cultura e lo sviluppo di servizi e attività connesse (tra questi il *Restauro Complesso Monumentale S. Maria a Vico*, *Restauro del Castello di Terravecchia* nel comune di Giffoni Valle Piana) ma, soprattutto, sia mediante il sostegno del settore dello spettacolo, delle attività artistiche e dei servizi connessi, (come per il *Giffoni Film Festival/Giffoni Experience*, il *Salerno Arechi Festival*, *Salerno Creativa*, *Linea D'Ombra - Festival Culture Giovani*);

[20] Si ricorda che la banca dati OpenCoesione contiene i progetti finanziati dalla politica di coesione di fonte comunitaria e nazionale a partire dal ciclo di programmazione 2007-2013. Ove non diversamente indicato, la dimensione finanziaria dei progetti analizzati è misurata dalla variabile "OC_FINANZ_TOT_PUB_NETTO" di OpenCoesione, che rappresenta il finanziamento totale pubblico del progetto al netto delle economie pubbliche.

[21] https://opencoesione.gov.it/it/programmi_2007_2013/

- a **valere sull'Asse 6** orientato **allo sviluppo urbano, al miglioramento delle funzioni urbane e ad assicurare condizioni di sviluppo Tasostenibile, sociale ed economico** delle città medie, a Cava de' Tirreni (ad es., *Riqualificazione Giardino Storico di Villa Crispi*, *Recupero di Villa Rende e Lavori di restauro della facciata del Club Universitario Cavese*) e Salerno(ad es., *Ristrutturazione Ex Cinema Diana*), nonché interventi per il potenziamento e la qualificazione del sistema delle infrastrutture sociali, per l'istruzione e la conciliazione, attraverso i Piani di Zona Sociale, al fine di contribuire ad elevare l'accessibilità e l'integrazione dei servizi territoriali per i cittadini, come a Giffoni Valle Piana (*Giffoni Multimedia Valley*);

ii. mediante il **Programma Azione Coesione (PAC) Campania** con l'obiettivo di **potenziare l'attrattività culturale e turistica** del territorio finanziando sia interventi di recupero e riqualificazione di beni/centri storici o di creazione di nuove infrastrutture culturali nell'ambito del secondo pilastro "*Salvaguardia di progetti avviati*" (*Completamento Restauro Castello di Terravecchia*, *Giffoni Multimedia Valley*), sia attività ed iniziative culturali di promozione e valorizzazione dell'offerta culturale e turistica integrata (*Giffoni Experience*, *La Provincia di Salerno tra Mito e Tradizioni*).

Seppure con risorse di minore entità e per interventi a carattere puntuale, nell'areale sono attestati investimenti sostenuti dai programmi costruiti alla scala interregionale:

iii. il **POIn CONV FESR Attrattori culturali, naturali e turismo**[22], con una strategia macroregionale attuata nelle Regioni nell'Ob. Convergenza (Campania, Calabria, Puglia, Sicilia), volta al rafforzamento dell'attrattività turistica attraverso la valorizzazione e integrazione su scala interregionale delle risorse naturali, culturali e paesaggistiche, realizzando in gran parte interventi di manutenzione, restauro e consolidamento dei beni del patrimonio culturale, a Salerno (*Parco Archeologico di Fratte*), San Mango Piemonte (*Complesso Monumentale della Chiesa di San Matteo ad Offiano*), Pellezzano (*Ristrutturazione della Chiesa S. Maria delle Grazie*)[23]. Le azioni del POIn orientate al rafforzamento del sistema delle imprese hanno raggiunto sostanzialmente solo soggetti operanti nella filiera dell'industria turistica, che esulano dalle analisi effettuate in funzione del presente studio;

iv. il **POIn CONV FESR ENERGIE RINNOVABILI E RISPARMIO ENERGETICO** che ha finanziato un intervento di efficientamento energetico nel Teatro Municipale "Giuseppe Verdi" di Salerno.

Anche nel **ciclo di programmazione 2014-2020**[24] gli interventi comprendono investimenti diretti sia al potenziamento dell'attrattività culturale e turistica attraverso il recupero e la rifunzionalizzazione di beni immobili del patrimonio culturale e il sostegno ad attività e iniziative culturali, anche nell'ambito di azioni di rigenerazione urbana, sia il sostegno alla competitività delle imprese nei settori collegati al patrimonio e alla cultura. Per consistenza finanziaria le principali fonti di finanziamento sono quelle di livello regionale:

[22] Il Programma ha avuto una lunga fase di startup con un'attività istruttoria tecnica e di analisi territoriale, volta ad impostare e definire la logica puntuale di intervento; l'attività era guidata dal coordinamento tecnico centrale (Ministero) d'intesa con le 4 regioni interessate, ed ha permesso di identificare le Aree, e all'interno di queste i Poli di attrazione culturale e naturale che dovevano fungere da territori/luoghi bersaglio per indirizzare gli investimenti e selezionare i progetti. Tale impostazione è poi venuta meno a seguito di una revisione sostanziale della governance del Programma, che ha semplificato ed accorciato la filiera decisionale nell'ottica di una maggiore operatività e velocità attuativa, confidando il raccordo tra i livelli istituzionali allo strumento dell'*Accordo Operativo di Attuazione*, rinunciando all'ambizione iniziale di poter assicurare uno spazio continuo di confronto interistituzionale ove poter mettere a sistema a monte strategie e logiche di investimento. Il momento cruciale della concertazione è stato quindi spostato a valle delle scelte fatte rispettivamente dal centro e dalle regioni sui singoli interventi prioritari da sostenere. Tale fase, sancita attraverso lo strumento dell'Accordo Operativo di Attuazione, cura sostanzialmente la non sovrapposizione della spesa e la coerenza di massima con i principi e le assunzioni del Programma Interregionale.

[23] Nel quadro dell'azione "Interventi per il miglioramento delle condizioni di offerta e di fruizione del patrimonio delle Aree e dei Poli di attrazione culturale e naturale".

[24] https://opencoesione.gov.it/it/strategie_2014_2020/ (strategia e indirizzi nazionali sulle priorità di investimento dei fondi nell'Accordo di Partenariato Italia-CE); cfr. https://opencoesione.gov.it/it/programmi_2014_2020/ (programmi operativi).

v. la strategia del **POR CONV FESR Campania** in ambito culturale persegue il doppio driver di investimento disegnato dall'AP 2014-2020 per la cultura:

- da un lato il miglioramento delle condizioni di offerta e fruizione del patrimonio culturale e il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche nelle politiche dello sviluppo urbano sostenibile (RA 6.7 e 6.8 dell'AP 2014-2020)[25], attraverso interventi di restauro e recupero di siti culturali nei comuni dell'areale, come a Giffoni (Giffoni Multimedia Valley e Giffoni Film Festival), Cava De' Tirreni e Salerno nell'ambito dei rispettivi Programmi integrati Città Sostenibili;
- dall'altro la competitività dei sistemi produttivi territoriali, sviluppando prodotti e servizi complementari alla valorizzazione degli attrattori culturali e naturali (RA 3.3 dell'AP 2014-2020)[26] attraverso alcuni incentivi ad imprese operanti nei settori culturali e creativi, anche tenuto conto della analoga politica condotta a livello centrale nelle aree di attrazione del PON Cultura e Sviluppo del MiC[27], in particolare nei due Ambiti "Sistema produttivo della Cultura"[28] e "Nuovi prodotti e servizi per il turismo culturale"[29].

vi. il **POC CAMPANIA** che, in attuazione alla strategia regionale "Cultura 20/20"[30], sostiene attività e iniziative culturali di varia natura nell'ambito della linea *Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e per il patrimonio culturale* sia a Salerno (es. Salerno Luci d'Artista, Premio Charlot a Salerno) a e Giffoni Valle Piana, come lo stesso Giffoni Film Festival, il Carnevale Giffonese).

La programmazione di livello centrale (Ministero della Cultura) concorre in maniera residuale, attraverso due strumenti:

vii. **il PIANO FSC CULTURA E TURISMO** che mira a consolidare il sistema dell'offerta culturale e turistica nel territorio, finanziando una serie di interventi infrastrutturali su beni culturali di rilevanza strategica nei comuni di Giffoni Valle Piana ("Giffoni Multimedia Valley" - Arena Grandi Eventi) e Salerno (Museo "Roberto Papi" e Museo Virtuale della Scuola Medica Salernitana nell'ex Chiesa di San Gregorio, "Giardino Della Minerva");

viii. il **PON FESR CULTURA E SVILUPPO** ha sostenuto il supporto alla nascita di nuove imprese sia attraverso incentivi diretti, sia attraverso l'offerta di servizi, sia attraverso interventi di microfinanza, in particolare attraverso un'azione rivolta a PMI nei settori culturali e creativi, anche in fase di startup, localizzate per lo più a Salerno[31]. Gli 11 progetti sostenuti (1,6 milioni di

[25] Azione 6.7.1 "Interventi per la tutela, la valorizzazione e la messa in rete del patrimonio culturale, materiale e immateriale, nelle aree di attrazione di rilevanza strategica tali da consolidare e promuovere processi di sviluppo"; Azione 6.7.2 "Sostegno alla diffusione della conoscenza e alla fruizione del patrimonio culturale, materiale immateriale, attraverso la creazione di servizi e/o sistemi innovativi e l'utilizzo di tecnologie avanzate"; Azione 6.8.3 "Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche".

[26] Azione "3.3.2 Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di identificati attrattori culturali e naturali del territorio, anche attraverso l'integrazione tra imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo, e delle filiere dei prodotti tradizionali e tipici".

[27] Il raccordo, in termini di demarcazione e complementarità tra i livelli centrale e regionale, è previsto nell'Accordo Operativo di Attuazione tra MiC e Regione Campania (https://ponculturaesviluppo.beniculturali.it/my_uploads_pcs/2018/06/AOA_PON-Cultura-e-Sviluppo_Campania.pdf), attraverso un Tavolo Tecnico regionale, che nei fatti sembra non essere però stato particolarmente attivo.

[28] Si fa riferimento ai progetti riguardanti il miglioramento dei servizi e della qualità dell'offerta culturale attraverso un consolidamento delle realtà esistenti ed un rinnovamento della base imprenditoriale, garantendo al contempo la valorizzazione degli asset naturali e culturali e l'incremento della competitività delle destinazioni turistiche.

[29] Ci si riferisce agli interventi volti allo sviluppo di nuovi prodotti e servizi nel campo turistico-culturale, realizzati in una logica di rete, con l'obiettivo di incentivare l'approccio intersettoriale per favorire la fertilizzazione reciproca fra settori tradizionali e ad alta tecnologia, fra industrie manifatturiere e industrie creative, culturali e turistiche.

[30] Il progetto "Cultura 20/20" si pone come un intervento di riordino delle priorità regionali in campo culturale nel senso di una maggiore concentrazione degli interventi e nella definizione di misure per "mettere a sistema" il patrimonio e per razionalizzare il finanziamento pubblico delle manifestazioni culturali e di eventi intesi quali mezzi di promozione del territorio, per favorire la costruzione di itinerari turistico culturali. Nel settore degli eventi si prefigura un cambio di marcia da parte della Regione Campania nel passaggio da una politica di mantenimento degli operatori e delle strutture del comparto, a una strategia di supporto alla crescita competitiva di tali soggetti in una logica di rete, quali strumenti centrali dell'industria della cultura e del più ampio comparto dell'economia creativa.

[31] Le politiche ministeriali per la competitività delle imprese culturali e creative nell'ambito della programmazione dei fondi strutturali sono state attuate attraverso lo strumento Cultura Crea, un regime di aiuto istituito dal MiC nell'ambito del

euro) hanno riguardato diversi ambiti di produzione culturale (musica e teatro, cinema, audiovisivo e multimedialità, promozione e comunicazione del patrimonio culturale anche attraverso app e gaming, design ispirato al patrimonio culturale).

Tabella 2.1 – Principali programmi e relativi investimenti nell'areale del caso studio

Programma e amministrazione titolare	Ciclo di programmazione e costo pubblico totale	
	2007-2013	2014-2020
	Totale (milioni di euro)	Totale (milioni di euro)
POR CONV FESR Campania 2007-2013 (Regione)	51,48	-
PAC Campania (Regione)	21,44	-
POIN CONV FESR ATTRATTORI CULTURALI, NATURALI E TURISMO (Ministero Cultura/Regioni CONV)	1,08	-
POIN CONV FESR ENERGIE RINNOVABILI E RISPARMIO ENERGETICO (MISE – oggi MIMIT e MATTM – oggi MASE/Regioni CONV)	0,04	-
Totale programmi 2007-2013	***74,03***	
POR FESR Campania 2014-2020 (Regione)		42,13
POC Campania (Regione)	-	33,69
PIANO FSC CULTURA E TURISMO (Ministero Cultura)		5,58
PON FESR CULTURA E SVILUPPO 2014-2020 (Ministero Cultura)	-	2,00
Totale programmi 2014-2020		***83,39***
Totale complessivo	**157,43**	

Fonte: elaborazione su dati OpenCoesione al 31 agosto 2021

2.2 Interventi di tutela del patrimonio e di valorizzazione dei luoghi della cultura

Gli interventi volti al recupero, restauro del patrimonio culturale e di riqualificazione dei luoghi della cultura riguardano in maniera più significativa i comuni di Giffoni Valle Piana, Salerno e Cava de' Tirreni (Tabella 2.2):

- a **Giffoni Valle Piana** si registra un volume consistente di investimenti per la realizzazione della "Giffoni Multimedia Valley", un complesso di oltre 200 mila metri quadri dedicati alla creatività giovanile, concepito a completamento della preesistente *Cittadella del Cinema*. A questi si affiancano interventi volti al recupero e valorizzazione del borgo medievale e del Castello di Terravecchia, e della Chiesa di Santa Maria a Vico, sita nell'omonima frazione comunale;
- a **Salerno** la più parte delle risorse è stata destinata al recupero ed efficientamento energetico del *Teatro Municipale Giuseppe Verdi* e *Casino Sociale* e alla riqualificazione del Complesso Umberto I, un insieme di conventi ed edifici situato nella parte alta del centro storico e che è oggetto di due interventi finalizzati alla realizzazione di un auditorium, di due sale collettive, una piazza pedonale pubblica e un'autorimessa. Altri interventi riguardano il recupero e fruizione turistico-culturale *dell'Ex Cinema Diana* (trasformato in Sala Polifunzionale Pasolini), il *Palazzo di Città* e il recupero della *Chiesa della Santissima Annunziata, del Palazzo Fruscione, del Giardino della Minerva e del Parco Archeologico di Fratte*;
- a **Cava de'Tirreni** gli interventi ricadenti nel Sistema culturale urbano (*Recupero e Rifunzionalizzazione dell'Eremo di S. Martino* e del *Castello di Sant'Adiutore* hanno interessato

Programma nazionale. Per approfondimenti sulle finalità e il funzionamento del regime di aiuto, cfr. https://www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/cultura-crea. Per analisi sull'attuazione e gli esiti di queste misure, cfr. MIPA, Rapporto Finale, Servizio di Valutazione indipendente del PON Cultura e Sviluppo FESR 2014-2020, Valutazione del Programma "Cultura Crea" (Asse II), Marzo 2023 (http://ponculturaesviluppo.cultura.gov.it/my_uploads_pcs/2023/10/Rapporto-valutazione-Cultura-Crea.pdf).

soprattutto il recupero e la rifunzionalizzazione del Castello di Sant'Adiutore e il recupero del Complesso Monumentale del Monastero di San Giovanni;

- negli **altri comuni dell'areale** ritroviamo interventi di dimensione finanziaria più contenuta e volti soprattutto al restauro di edifici religiosi: *Complesso Monumentale della Chiesa di San Matteo* ad Offiano (San Mango Piemonte), *Chiesa di Santa Maria delle Grazie* a Pellezzano e il *Complesso Monastico* di Olevano sul Tusciano.

Tabella 2.2 - Beni e luoghi della cultura per comune, oggetto, finalità e costo totale degli di interventi

Bene culturale, luogo della cultura, altro spazio	Oggetto e finalità degli di interventi finanziati	Costo totale (milioni di euro)
GIFFONI VALLE PIANA		**38,14**
Giffoni Multimedia Valley – Cittadella del Cinema	Copertura Cittadella del Cinema, Edifici B e C della Multimedia Valley, aree parcheggio e opere infrastrutturali, impianti tecnologici e informatici, allestimento spazi interni, Arena grandi eventi	30,07
Borgo di Terravecchia	Restauro del castello, realizzazione di un ostello	6,50
Complesso Monumentale S. Maria a Vico	Restauro	1,57
SALERNO		**31,46**
Teatro Verdi	Restauro, efficientamento energetico, valorizzazione e allestimento servizi multimediali, Restauro del 'Casino Sociale'	3,24
Auditorium Umberto I	Recupero e valorizzazione, realizzazione di una piazza pubblica, un auditorium, due sale collettive e un'autorimessa a servizio dell'edificio	8,05
Ex Cinema Diana – Teatro Pier Paolo Pasolini	Recupero della facciata e degli spazi esterni	1,69
Teatro Antonio Ghirelli	Rifunzionalizzazione, mostra e rassegna culturale	0,20
Palazzo di Città	Recupero	4,80
Palazzo Fruscione	Recupero e restauro	3,20
Giardino della Minerva	Valorizzazione, riqualificazione, ampliamento e ricomposizione botanica del giardino Creazione di prodotti multimediali e digitali	2,48
Colle Bellaria e Antenna/Landmark	Concorso di idee per la sistemazione paesaggistica dell'area	0,25
Chiesa S.S. Annunziata	Restauro	2,47
Parco Archeologico Fratte	Recupero integrato e valorizzazione	0,83
Ex Chiesa San Giacomo - Museo Virtuale Scuola Medica Salernitana	Restauro e recupero funzionale dell'immobile Allestimento del museo virtuale	0,64
Museo Roberto Papi	Manutenzione straordinaria	0,32
Torre Angellara	Allestimento museale multimediale	0,13
Non localizzabili o plurilocalizzati	Vari interventi di digitalizzazione, gestione, promozione, marketing del patrimonio culturale, nuovi centri culturali	3,16
CAVA DE' TIRRENI		**6,99**
Castello di Sant'Auditore	Recupero e rifunzionalizzazione	2,19
Complesso del Monastero di S. Giovanni	Recupero	1,89
Eremo S. Martino	Recupero e rifunzionalizzazione	0,74
Villa Rende	Restauro e recupero del complesso	0,71
Ex ECA e Complesso del Monastero di S. Giovanni	Potenziamento delle attrezzature e dei servizi tecnologici nei locali dell'Ex ECA e del complesso monastico	0,56
Giardino Storico di Villa Crespi	Riqualificazione giardino	0,37
Mediateca Arte Eventi	Realizzazione di un laboratorio di Media Arte per ospitare la realizzazione e le performance di video artistici	0,32
Club Universitario Cavese	Restauro della facciata	0,23
OLEVANO SUL TUSCIANO		**0,93**
Monastero di Santa Maria di Costantinopoli	Restauro e valorizzazione del complesso monastico	0,71
Castrum Olbiani	Restauro e valorizzazione	0,22
SAN MANGO PIEMONTE		**0,15**
Complesso Monumentale della Chiesa di San Matteo ad Offiano	Recupero	0,15
PELLEZZANO		**0,09**
Chiesa S. Maria Delle Grazie	Recupero della copertura	0,09

Fonte: elaborazione su dati OpenCoesione al 31 agosto 2021

2.3 Sostegno ad attività ed iniziative culturali

Un rilevante ammontare di risorse risulta destinato al sostegno di attività e iniziative culturali (quasi 80 milioni di euro tra mostre, festival, rassegne, residenze artistiche, eventi folcloristici e di promozione del territorio), tra cui spiccano quelle realizzate dall'Ente Autonomo Giffoni Experience, ed in primis il Giffoni Film Festival, la rassegna di cinema destinata a bambini e ragazzi che si svolge da più di cinquant'anni (Tabella 2.3). Si tratta di attività finanziate da fonti regionali in entrambi i cicli di programmazione considerati:

- a **Giffoni Valle Piana** nell'ultimo decennio è stata annualmente sostenuto il Film Festival e le altre attività collegate, a cura dell'Ente Autonomo Giffoni Experience, due edizioni del Carnevale giffonese e due manifestazioni di promozione del territorio (*Raccontami il Borgo* e *Picentini Experience*);
- a **Salerno** sono state finanziate diverse importanti manifestazioni culturali, anche su più annualità, come le performance musicali realizzate nel Teatro Municipale "Giuseppe Verdi", il festival internazionale dello spettacolo e della comicità che si svolge all'Arena del Mare *Premio Charlot*, il festival cinematografico *Linea d'Ombra*, l'evento/installazione *Luci d'Artista* e le iniziative collegate alla tematica del barocco (*More Barocco, Carovana Barocca, Barocco in Piazza, Barueco Salernitano*);
- a **Cava de' Tirreni** sono state finanziate le iniziative "*Cava è...*" Festival: viaggio nella musica nazionale e internazionale, i concerti di Villa Guariglia, il "*Festival di musica Ritmo-Sinfonica alla Notte Bianca 2019*" e il festival "*Le corti dell'arte*" dedicato alla musica da camera;
- nei comuni di **Olevano sul Tusciano e Pellezzano** il monitoraggio registra il finanziamento di iniziative culturali, come la *Saga di Nardantuono*, una serie di rappresentazioni in costumi d'epoca svolte nel territorio dei monti Picentini, e il progetto *I luoghi dell'anima* che si svolge nel Complesso Monumentale dello Spirito Santo di Capriglia di Pellezzano.

Tabella 2.3 - Principali eventi ed iniziative culturali per comune, anno ed entità del finanziamento totale

Iniziativa o evento, localizzazione	Edizioni o annualità finanziate (N.)	Costo totale (milioni di euro)
GIFFONI VALLE PIANA (Multimedia Valley – Cittadella del Cinema e centro cittadino)	**14**	**54,41**
Giffoni Film Festival/Giffoni Experience (2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021)	10	54,21
Carnevale Giffonese (2019,2020)	2	0,12
Picentini Experience – Territorio d'identità: paesaggio, patrimonio culturale, agroalimentare (2018)	1	0,06
Raccontami 5_x Vivere il Borgo (2009)	1	0,02
SALERNO (Teatro Verdi, Arena del Mare, centro storico, Teatro Antonio Ghirelli, Teatro delle Arti, Castello di Arechi)	**32**	**24,70**
Salerno Luci d'Artista (2016-2017, 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021)	4	10,78
La stagione lirica del Teatro Municipale 'G. Verdi' (Teatro Verdi, 2015-2016, 2016-2017, 2018, 2019, 2020-2021)	5	8,10
Premio Charlot (Arena del Mare, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020)	6	1,65
Linea d'ombra Festival Culture Giovani (2009, 2010, 2012, 2016)	4	1,11
La provincia di Salerno tra mito e tradizioni (2013, 2015)	2	0,96
Salerno creativa – Meeting nazionale della creatività (2016)	1	0,36
Summer Universiadi (2019)	1	0,35
Barocco in piazza (2009-2010)	1	0,29
Carovana Barocca (2010)	1	0,22
Music Factory (2019)	1	0,20
Festival circuito della musica classica, ritmica, d'autore, etnica in Salerno e provincia (2009)	1	0,19
Salerno danza in barocco (Teatro delle Arti, 2009-2010)	1	0,13
Il racconto di un viaggio nella provincia di Salerno (2012)	1	0,12
Barueco Salernitano (2009-2010)	1	0,09
Salerno Arechi Festival (Castello di Arechi, 2010)	1	0,08
More Barocco (Pinacoteca provinciale, 2010)	1	0,07
CAVA DE' TIRRENI	**2**	**0,22**
Le Corti dell'Arte Festival (2016)	1	0,14
Cava è… (2018)	1	0,08
OLEVANO SUL TUSCIANO	**1**	**0,19**
La Saga di Nardantuono (2016)	1	0,14
Teatrando sul Tusciano (Villa Comunale di Ariano, 2017)	1	0,05
PELLEZZANO (Complesso Monumentale dello Spirito Santo di Capriglia)	**1**	**0,04**
I luoghi dell'anima	1	0,04

Fonte: elaborazione su dati OpenCoesione al 31 agosto 2021

2.4 Focus sugli investimenti nel comune di Giffoni Valle Piana

La progettualità di Giffoni Valle Piana esaminata per lo studio di caso si articola in tre aggregati funzionali (Tabella 2.4):

- il primo riguarda una serie interventi per la realizzazione della **Giffoni Multimedia Valley** (oltre 30 milioni di euro allocati tra le due programmazioni, prevalentemente di fonte regionale, con beneficiario il Comune), un grande complesso architettonico destinato ad ospitare le attività legate al Giffoni Film Festival e le altre attività di formazione e promozione della cultura cinematografica e imprenditoriale realizzate dall'Ente Autonomo Giffoni Experience e dagli altri soggetti giuridici che fanno parte dell'ecosistema Giffoni. Gli interventi, non del tutto completati (come illustrato nel dettaglio al successivo cap. 3), riguardano la copertura della piazza nella preesistente Cittadella del Cinema, la Mediateca Regionale, il Museo Testimoni del Tempo, sale di proiezione tecnologicamente avanzate, un'arena all'aperto da 4.600 posti per i grandi eventi, biblioteche, videoteche, uffici, aree di parcheggio e infrastrutture per servizi di supporto e verde attrezzato;
- il secondo include il finanziamento annuale del **Giffoni Film Festival/Giffoni Experience** (tra il 2010 e il 2021 oltre 54 milioni di euro di fonte regionale in entrambe le programmazioni, beneficiario Ente Autonomo Giffoni Experience);
- il terzo riguarda quattro progetti di **recupero, restauro e valorizzazione del borgo medioevale di Terravecchia con la cinta muraria e il castello**, un complesso urbanistico di rilevante importanza storica, culturale ed architettonica.

Il Comune di Giffoni Valle Piana è beneficiario di ulteriori progetti:

- **il restauro del complesso monumentale di Santa Maria a Vico** (1,5 milioni di euro, POR CONV FESR Campania 2007-2013, beneficiario il Comune, concluso nel 2017)[32];
- **Carnevale Giffonese** (le due edizioni 2019-2020 per complessivi 120.000 euro a valere sul POC Campania 2014-2020);
- **Picentini Experience – "Territorio d'identità": paesaggio, patrimonio culturale, agroalimentare** (60.000 euro a valere sul POC Campania 2014-2020) una serie di iniziative di scoperta e promozione del territorio e delle sue produzioni agroalimentari svolte nel 2018[33], e che insieme a Giffoni Valle Piana ha riguardato anche i comuni di Pontecagnano-Faiano, Montecorvino Pugliano, Acerno e Castiglione del Genovesi.

[32] https://www.beweb.chiesacattolica.it/edificidiculto/edificio/82764/Chiesa+di+Santa+Maria+a+Vico

[33] https://www.salernonotizie.it/2017/07/19/pontecagnano-al-centro-dellofferta-culturale-regione-finanzia-progetto-picentini-experience/

Tabella 2.4 – Interventi a Giffoni Valle Piana per tipologia di intervento e ambito di programmazione

Denominazione dell'intervento	Programma, Misura, Linea di Azione	Tempistica di realizzazione	Costo pubblico (Mln €)
SOSTEGNO AL GIFFONI FILM FESTIVAL / GIFFONI EXPERIENCE (beneficiario EAGE)			**54,21**
Giffoni Film Festival Per Ragazzi Anno 2011	POR CONV FESR Campania 2007-2013	Concluso (2011)	3,68
Giffoni Experience- Giffoni Film Festival 2012	POR CONV FESR Campania 2007-2013	Concluso (2013)	3,57
Giffoni Experience 2013	POR CONV FESR Campania 2007-2013	Concluso (2013)	3,98
Giffoni Film Festival (anno non disponibile)	POR CONV FESR Campania 2007-2013	Concluso (2013)	3,70
Giffoni Experience Plus 2013-2014**	PAC Campania 2007-2013	In corso*	4,00
Giffoni Experience Plus 2014-2016**	PAC Campania 2007-2013	In corso*	7,50
Giffoni Experience 2016 - 2017	POR FESR Campania 2014-2020	In corso*	6,00
Giffoni Film Festival 46° ed. 2017	POR FESR Campania 2014-2020	In corso*	4,50
Giffoni Experience 2018	POR FESR Campania 2014-2020	In corso*	3,98
Giffoni Experience 2018 - Sound & Vision	POR FESR Campania 2014-2020	In corso*	0,40
Giffoni Experience 2019	POC Campania 2014-2020	In corso*	4,00
Giffoni Experience 2019 - Vivo Giffoni	POC Campania 2014-2020	In corso*	0,40
Giffoni Film Festival 2020	POC Campania 2014-2020	In corso*	4,00
Giffoni Film Festival 2020 - Winter Edition	POC Campania 2014-2020	In corso*	0,50
Giffoni Film Festival 2021 - Giffoni50plus	POC Campania 2014-2020	In corso*	4,00
REALIZZAZIONE DELLA *GIFFONI MULTIMEDIA VALLEY* (*beneficiario* Comune di Giffoni Valle Piana)			**30,07**
Giffoni Multimedia Valley	POR CONV FESR Campania 2007-2013	In corso*	7,60
	PAC Campania 2007-2013	(In corso)	3,99
	PAC Campania 2007-2013	(In corso)	3,58
Giffoni Multimedia Valley, I lotto funzionale- Copertura piazza	POR CONV FESR Campania 2007-2013	In corso*	1,00
Giffoni Multimedia Valley, I lotto funzionale (Realizzazione Edificio A – Spazio museale "Testimoni del Tempo"; Edificio B – Cineteca regionale; Edificio C Hall-Foyer sale cinematografiche)	POR FESR Campania 2014-2020	In corso***	11,32
Completamento Giffoni Multimedia Valley - Arena grandi eventi	PIANO FSC CULTURA E TURISMO 2014-2020, Ob. Rafforzare l'offerta culturale e potenziare i sistemi urbani e di fruizione turistica	In corso	2,58
RECUPERO E RIGENERAZIONE DEL BORGO DI TERRAVECCHIA (*beneficiario* Comune di Giffoni Valle Piana)			**6,52**
Rinascita borgo medievale di Terravecchia - completamento restauro castello	POR CONV FESR Campania 2007-2013	In corso*	4,06
	PAC Campania 2007-2013	In corso*	0,35
Borgo Terravecchia: Ostello	POR CONV FESR Campania 2007-2013	In corso*	2,08
"Raccontami 5…x vivere il Borgo"	POR CONV FESR Campania 2007-2013 (2009)	In corso	0,02

*Fonte: OpenCoesione (dati al 31 agosto 2021); *I progetti sono stati realizzati, ma alla data del 31.08.2021 i dati di monitoraggio non erano aggiornati; **Nel sistema di monitoraggio è erroneamente indicato un altro beneficiario; *** Solo per l'edificio "A"*

3. TEMI, FONTI INFORMATIVE ED ESITI DELL'INDAGINE

3.1 Temi rilevanti per lo studio di caso

3.1.1 Un'idea in cammino: da Giffoni Film Festival a Giffoni Opportunity

Il Festival Internazionale del Cinema per Ragazzi nasce nel 1971 dall'idea di un giovane giffonese poco più che diciottenne, Claudio Gubitosi, che ne è tuttora il Direttore Artistico, per offrire ai giovani giffonesi opportunità di contatto e di conoscenza di realtà esterne alla dimensione locale, nazionali ed internazionali, attraverso i linguaggi dell'arte e la poetica del cinema.

Il festival si caratterizza per l'assoluto protagonismo di bambini e ragazzi, italiani e stranieri, dai 3 anni ai 18 e oltre, che compongono le giurie nelle varie sezioni in concorso e che partecipano tra il pubblico nelle proiezioni della manifestazione e negli eventi collaterali che si tengono durante il Festival (a luglio di ogni anno).

Le migliaia di giovani che da tutto il mondo giungono ogni anno a Giffoni Valle Piana in occasione del Festival vivono un'eccezionale esperienza di cultura, scambio e confronto.

Nel 1973, su iniziativa dello stesso Gubitosi, si costituisce **l'Ente Autonomo Festival Internazionale del Cinema per Ragazzi,** un'associazione *non profit* che da allora è attivamente impegnata nella gestione ed organizzazione della manifestazione.

In pochi anni la manifestazione guadagna rilievo internazionale[34]; nel 1984 una norma regionale riconosce il cinema quale mezzo di espressione artistica, e di formazione e comunicazione sociale, che può contribuire all'immagine turistica della Campania, e su tale base la Regione "*favorisce l'attività istituzionale dell'Ente Autonomo Festival del Cinema per ragazzi di Giffoni Valle Piana (SA) mediante la erogazione di un contributo per la realizzazione del Festival e delle rassegne minori e a corredo dell'iniziativa principale*"[35]. La norma prevede che l'erogazione sia attivata su base annuale, a fronte dell'approvazione, a fine anno, del piano artistico del Festival per l'anno successivo.

Nata come iniziativa prettamente locale, la manifestazione si è molto evoluta nel corso degli anni, divenendo un evento di richiamo internazionale – tra i più importanti a livello nazionale ed europeo nel settore – con attività parallele e complementari che nel tempo ne hanno rafforzato la portata ed esteso la durata oltre l'appuntamento estivo del Festival, a formare la "*Giffoni Experience*".

Giffoni è divenuto negli anni un ecosistema composito ed articolato, gravitante sull'**Ente Autonomo Giffoni Experience,** denominazione assunta dal 2009 e formalmente adottata con il nuovo Statuto approvato nel 2014 (d'ora in poi EAGE o Ente). Dal 2021 la denominazione (non giuridica) di **Giffoni Opportunity** contraddistingue una nuova stagione di progettualità che ha espanso la mission dell'Ente.

Il Giffoni Film Festival è diventato un marchio, conosciuto in tutto il mondo, che di fatto identifica il territorio in cui è nato e si è così fortemente radicato, sviluppando un bacino di ricadute che non si limita a Giffoni Valle Piana e ai comuni limitrofi, ma si estende ben oltre in confini regionali e nazionali per popolarità e risonanza.

[34] Il primo momento di notorietà e affermazione internazionale del Festival si ha nell'edizione del 1982, con l'endorsment del cineasta francese François Truffaut che accolse l'invito al festival preferendolo a quello di Cannes, dicendo che "di tutti i festival di cinema quello di Giffoni è il più necessario" (https://www.giffonifilmfestival.it/storia-giffoni-experience.html).

[35] Legge Regionale 27 agosto 1984, n. 35, *Contributo all'Ente Autonomo Festival Internazionale del Cinema per ragazzi di Giffoni Valle Piana* (http://regione.campania.it/normativa/item.php?pgCode=G19I231R1635&id_doc_type=1&id_tema=29)

Nel 2021, anno del cinquantennale dalla prima edizione del Festival, ***Giffoni Opportunity*** diviene per l'Ente il marchio di riferimento che inaugura una nuova fase per Giffoni, definita la "R*i(e)voluzione*", dopo la transizione da *festival a experience*.

Giffoni si configura sicuramente come una realtà permeabile e mutevole attenta ai cambiamenti della società, soprattutto delle giovani generazioni, alla continua ricerca dell'innovazione ma ben radicata nei luoghi e nelle tradizioni di origine.

Nella percezione e nella auto-narrazione di Giffoni, i principali fattori che caratterizzano e distinguono questo universo, sono evocati in alcune definizioni, che qui si ripropongono:

Un'idea che genera idee; Una rivoluzione in moto perpetuo; Una cultura della differenza e della condivisione; Una possibilità del dialogo intergenerazionale; Un catalizzatore di energie creative; Una nuova occasione nella rete; Una generazione più felice; Uno stile di vita, di socialità e di fiducia; Un luogo di disintossicazione; Una bella storia italiana.

3.1.2 Il "caso Giffoni": analisi, studi e valutazioni

Vi è un'ampia letteratura di studi ed analisi, anche valutative, che si sono interessati al caso Giffoni, e molte sono le occasioni di seminari e conferenze organizzati da università italiane e straniere a cui l'ideatore e direttore dell'Ente, Claudio Gubitosi, è invitato per illustrare l'idea imprenditoriale alla base dell'ecosistema Giffoni e raccontare questa importante esperienza più che cinquantennale[36].

Si riporta a seguire una breve rassegna delle tematiche più rilevanti affrontate nei lavori più recenti, rinviando al successivo par. 3.3.4 dedicato alle ricadute ed agli effetti del Giffoni Film Festival, per le evidenze conoscitive più interessanti:

- la vicenda "Giffoni" in termini di visione strategica e di rapporti con il territorio, con affondi sull'**evoluzione, passata e futura, del modello di governance** orientata alla creazione di un *cluster* di innovazione in ambito culturale, in particolare attraverso i processi di spin-off e di specializzazione della struttura dell'Ente Autonomo avvenuti nell'ultimo decennio (Università degli Studi di Salerno e George Washington University, 2020)[37];
- la realtà Giffoni come caso di sviluppo locale a base culturale, la sua forte identità e il legame con il territorio (Fondazione Symbola, 2018)[38];
- **la misurazione di effetti diretti e indotti del settore "culturale creativo" del Giffoni Film Festival nel territorio provinciale di Salerno**, si articola in cinque ambiti di dinamiche territoriali, diverse e fortemente interconnesse: apertura territoriale, vivibilità ambientale, sviluppo imprenditoriale, turismo e paesaggio. I risultati dell'indagine indicano che, da una parte, è incontestabile l'acquisizione di visibilità nazionale e internazionale del Festival e del territorio, ma dall'altra, il meccanismo virtuoso del "potere rigenerativo della cultura", non sembra avere ancora

[36] Il 2021 è stato l'anno delle celebrazioni del cinquantennale del Festival (https://issuu.com/giffoniexperience/docs/progetto_2021).

[37] Parente, R., El Tarabishy, A.: Giffoni Film Festival: How to Morph a Rural Area in an Innovation Cluster in the Digital Arts Production. In: Social Entrepreneurship. SAGE Publications, Thousand Oaks (2020). Doi: https://doi.org/10.4135/9781529722567 (https://www.researchgate.net/publication/338742230_Giffoni_Film_Festival_How_to_Morph_a_Rural_Area_in_an_Innovation_Cluster_in_the_Digital_Arts_Production).

[38] Fondazione Symbola, *Coesione è Competizione. Nuove geografie della produzione del valore in Italia*, 2018 (https://www.symbola.net/approfondimento/giffoni-experience).

maturato una reale integrazione sistemica del tessuto provinciale salernitano (Università degli Studi di Salerno, 2015)[39];

- la redazione del Bilancio Sociale e la **misurazione del valore del marchio "Giffoni Experience"**, attraverso un'indagine empirica, realizzata per due anni consecutivi (2014-2015), rivolta, oltre ai ragazzi, alle altre numerose categorie di *stakeholder* (attori, registi, sponsor, rappresentanti del mondo della comunicazione e imprenditori operanti sul territorio in cui si svolge il festival, ecc.). L'indagine ha concluso che Giffoni rappresenta un caso di successo di location-based entertainment, in una corretta sintesi di cultura, socialità e territorio e che *il brand Giffoni Experience*, nella sua immaterialità, sedimenta ed esprime di valori in grado di sprigionare un'energia difficilmente riscontrabile altrove, ma rappresenta anche un marchio che crea ricchezza economica (Università degli Studi di Salerno)[40];
- **la misurazione e valutazione dell'impatto e del valore dell'esperienza Giffoni in termini di apprendimento**, considerando quattro dimensioni (problem solving, organizzazione, leadership e comunicazione), in base ai dati ottenuti dalla somministrazione di questionari strutturati ad un campione di circa 600 bambini (di età 10, 11, 12 anni), appartenenti alla sezione Elements +10 del Festival. La ricerca ha evidenziato un impatto positivo del Giffoni Film Festival sia in termini di apprendimento collettivo sia individuale (Università degli studi di Salerno, 2011)[41].

3.1.3 La filiera degli investimenti: implicazioni e questioni indagate

Il caso di studio si concentra sulla valutazione degli esiti e degli effetti degli investimenti politica di coesione a Giffoni Valle Piana, che, come illustrato al cap. 2, hanno riguardato tre principali filoni di intervento:

- il sostegno finanziario dal 2010 all'annuale "programma Giffoni", costituito dal Film Festival e dalle molteplici altre attività ed iniziative ad esso collaterali o complementari (beneficiario e attuatore Ente Autonomo Giffoni Experience);
- l'ampliamento delle infrastrutture e gli spazi funzionali ad ospitare il Film Festival e le altre iniziative, presso la Cittadella del Cinema e la Multimedia Valley (beneficiario Comune di Giffoni Valle Piana);
- i programmi di tutela e di valorizzazione del borgo e del castello di Terravecchia situato a poca distanza dall'abitato di Giffoni Valle Piana (beneficiario Comune di Giffoni Valle Piana).

Un primo tema investigato riguarda il "fenomeno Giffoni", osservato da vari punti di vista:

- l'evento del Festival, le ragioni della sua longevità, attrattività e accreditamento esterno maturati nel tempo, il ruolo di primo piano nel settore dell'audiovisivo nazionale e internazionale, le sue potenzialità quale veicolo di valori legati al dialogo, tra e con i giovani, e strumento di diplomazia culturale;
- le altre attività che via via sono nate a margine dell'evento principale e il progressivo strutturarsi della governance gestionale, a partire dal soggetto gestore, l'Ente Autonomo, sino all'attuale assetto composito dell'"ecosistema Giffoni";

[39] A. Vita, Gli eventi culturali per la valorizzazione del territorio. Il caso del festival di Giffoni, in M.G. Lucia, P. Lazzarini, La terra che calpesto. Per una nuova alleanza con la nostra sfera esistenziale e materiale, Franco Angeli 2015, pp. 248-272 (https://www.iris.unisa.it/handle/11386/4647618).

[40] https://www.giffonifilmfestival.it/news-giffoni-experience/item/3289-il-caso-giffoni-universit%C3%A0-degli-studi-di-salerno.html

[41] C. Gallucci, P. Bellelli, G. Saccà, F. Addeo: Gallucci, C., Bellelli, P., Saccà, G., Addeo, F.: The assessment of cultural experience through learning process: a model for individual, firm and territory system viable competitiveness, in Proceedings of 14th Toulon-Verona Conference on "Excellence in Services", pp. 499-514 (2011), https://www.igi-global.com/book/handbook-research-management-cultural-products/84166

- l'identità del "marchio Giffoni" e gli impatti sul territorio, le relazioni tra EAGE e gli attori locali, il suo ruolo nei processi di governance e sviluppo territoriale.

Un secondo driver di indagine ha riguardato la strategia e gli interventi condotti dall'amministrazione comunale per la tutela, recupero e la rinascita del borgo e del castello di Terravecchia, per comprendere:

- i risultati conseguiti rispetto alle aspettative del programma iniziale, e gli esiti dell'azione di rigenerazione della frazione urbana di Terravecchia, inserita nel contesto della programmazione territoriale integrata di scala sovracomunale (Agro-Monti Picentini);
- le potenziali sinergie e complementarità con le politiche di infrastrutturazione, sostegno e sviluppo di *Giffoni Experience*, nella prospettiva dell'attrattività culturale e turistica dell'area, facendo leva sulle diverse tipologie di risorse territoriali.

3.2 Le fonti di informazione diretta

La fase cruciale delle indagini di campo si è svolta nel periodo gennaio-marzo 2023, e si è avviata con l'interlocuzione con il Nucleo di Valutazione e Verifica degli Investimenti Pubblici della Regione Campania, con cui si è condivisa una nota preliminare di inquadramento del caso di studio, per sollecitare un confronto sulle conoscenze utili da acquisire e sui soggetti rilevanti da intervistare.

A seguire sono state condotte interviste rivolte agli attori locali, sia in modalità a distanza (videointerviste o interviste telefoniche), sia in presenza in occasione della missione in loco, svolta dal team di valutazione.

In alcuni casi si è ritenuto opportuno svolgere una seconda intervista per un confronto su ulteriori elementi conoscitivi emersi, che si è tenuta anche successivamente al periodo suindicato, nel corso della primavera-estate 2023.

I soggetti intervistati, riportati nella tabella sottostante, sono programmatori delle linee intervento finanziate dai diversi programmi, beneficiari degli interventi e altri portatori d'interessi e *opinion leader* del territorio individuati sia direttamente dal gruppo di lavoro sia sulla base delle indicazioni fornite dai primi soggetti intervistati.

Per ciascuna intervista è stata predisposta una traccia di questionario condivisa con gli intervistati elencati nel prospetto sottostante.

Istituzioni, enti e altri soggetti intervistati

SOGGETTO	FINALITÀ CONOSCITIVE DELL' INTERVISTA	DATA
Regione Campania, Direzione Generale per le Politiche Culturali e il Turismo	il Piano Strategico Regionale Triennale Cultura e Beni Culturali e la sua funzione come strumento di policy per la cultura regionale, gli interventi a favore delle imprese culturali e creative finanziati dal POR FESR Campania, i finanziamenti all'Ente Autonomo Giffoni Experience e la visione dell'amministrazione regionale sul ruolo svolto dall'Ente per il settore audiovisivo campano. La governance dell'Ente Autonomo e il ruolo della Regione.	7 febbraio 2023
Comune di Giffoni Valle Piana	Stato di attuazione dei progetti finanziati dalle politiche di coesione riguardanti la Cittadella del Cinema e il Borgo e Castello di Terravecchia; eventuali altri progetti complementari realizzati dall'amministrazione comunale; rapporti tra il Comune e l'Ente Autonomo; ricadute dei finanziamenti all'Ente Autonomo sul territorio.	1 febbraio 2023
Ente Autonomo Giffoni Experience	Stato di attuazione dei progetti di cui è beneficiario l'ente, il coinvolgimento del territorio e le ricadute degli interventi; governance dell'ecosistema Giffoni (Fondazione Giffoni, Giffoni Multimedia Service Srl e Giffoni Innovation Hub Srl.), Giffoni Experience e l'indotto. Il rapporto con l'Istituto Glorioso e il suo piano di studi per tecnico dello spettacolo.	31 gennaio e 6 ottobre 2023
Giffoni Innovation Hub Srl	Nascita e crescita dell'impresa, progetti realizzati, rapporto con l'Ente Autonomo Giffoni Experience	31 gennaio 2023
Istituto di Istruzione Superiore "Gian Camillo Glorioso"	Rapporti tra l'Istituto e l'Ente Autonomo Giffoni Experience, il corso di studi per tecnico dello spettacolo, Giffoni e i giovani	9 febbraio 2023
Gruppo di Azione Locale (GAL) "Colline Salernitane"	Effetti e relazioni tra il Giffoni Film Festival e l'area dei Monti Picentini	31 gennaio 2023
Associazione DEART	Descrizione della manifestazione Giffoni Jazz Festival (oggi Tirreno Jazz Festival) e di altre iniziative organizzate dall'Associazione, collegamenti con Giffoni Experience	1 febbraio 2023

3.3 Esiti dell'indagine sugli investimenti per il Giffoni Film Festival

3.3.1 L'Ente Autonomo Giffoni Experience: missione, organizzazione, governance

MISSIONE

L'Ente Autonomo Giffoni Experience (d'ora innanzi EAGE), soggetto responsabile ed organizzatore del Giffoni Film Festival e delle attività ad esso collegate, è l'evoluzione dell'Associazione *Ente Autonomo Festival Internazionale del Cinema per Ragazzi*, soggetto *non profit* totalmente solidaristico costituitosi nel 1973 a due anni dalla nascita del Festival.

Gli organi dell'Associazione EAGE sono[42]:

- l'Assemblea del Soci, massimo organo deliberativo dell'associazione;
- il Consiglio di Amministrazione, composto dal Presidente e 6 consiglieri (partecipano al CdA in qualità di soci onorari a titolo consultivo, anche un rappresentante della Regione Campania, uno del Comune di Giffoni Valle Piana, uno della Provincia e una della Camera di Commercio);
- il Presidente, nominato dall'Assemblea dei Soci;

[42] https://giffoni.it/organi-sociali/

- il Collegio Sindacale, organo di controllo;
- Il Direttore Generale, organo di indirizzo gestionale, nominato dal CdA.

Il "Fondatore e Direttore artistico" di Giffoni, Claudio Gubitosi, ideatore e leader dell'iniziativa e da sempre animatore della manifestazione, non è incardinato nell'organigramma dell'Ente, ma rappresenta un riferimento preminente per gli indirizzi strategici e le scelte di policy aziendale.

Dagli anni Novanta del secolo scorso l'Ente avvia un percorso di trasformazione da una piccola realtà, basata prevalentemente sul volontariato, in un solido e autorevole soggetto dell'industria culturale e creativa. EAGE mantiene la natura giuridica iniziale, e si propone esclusivamente la produzione di risultati di utilità sociale. Ai sensi del proprio statuto sociale (adottato nel 2014), l'Ente persegue principalmente le seguenti finalità[43]:

- organizzazione del Giffoni Film Festival;
- contributo allo sviluppo e alla diffusione della cinematografia per ragazzi;
- istituzione, organizzazione e gestione di attività di formazione e aggiornamento per ragazzi, giovani, adulti e per il personale della scuola;
- promozione del cinema per ragazzi attraverso acquisto, cessione, e distribuzione di opere cinematografiche;
- promozione di attività dedicate alle problematiche e alle tematiche del mondo dei ragazzi.

È in corso una riflessione sulla possibile trasformazione dell'assetto giuridico dell'Ente (in particolare si guarda al modello della Fondazione Fiera Milano[44]), che potrebbe vedere la partecipazione del Ministero della Cultura, della Regione Campania, del Comune di Giffoni Valle Piana, e una rappresentanza dei comuni della Valle dei Picentini[45].

PIANO ECONOMICO E FINANZIARIO

Il **piano economico e finanziario**, con le entrate e le uscite e il programma generale di tutte le attività previste per l'anno solare, viene proposto dal direttore generale al consiglio e successivamente all'assemblea per l'approvazione.

EAGE ha calcolato che le risorse utilizzate per organizzare e realizzare le attività di Giffoni nel **primo ventennio degli anni Duemila ammontino a circa 104,5 milioni di euro,** per l'80% coperti da **finanziamenti pubblici** erogati direttamente all'Ente, provenienti per lo più dalla **Regione Campania** (circa per il 70%), tra cui dal 2010 figurano le risorse della politica di coesione[46], dal Ministero della Cultura (10% circa) e da risorse proprie (il 20%), mentre la gran parte dei costi (70% circa) risultava assorbita dai costi diretti del Film Festival e delle attività collegate (il 43% delle uscite annue), il personale fisso e i collaboratori acquisiti con contratti annuali (circa il 27% dei costi totali).

L'esame dei bilanci degli ultimi 4 esercizi finanziari (2019-2022), le cui macro-voci ripartite tra oneri e proventi sono riportate alla Tabella 3.1, indica che i **costi per l'organizzazione del Film Festival assorbono una consistente parte delle uscite**, che pesa dal 43% (2019) al 55% (2021-2022) dei costi complessivi; i costi relativi all'organizzazione del Film Festival sono interamente coperti dal sostegno pubblico, così composto:

[43] EAGE, Rievoluzione 2021-2027

[44] https://www.fondazionefieramilano.it/it/index.html

[45] La nuova denominazione potrebbe essere "Fondazione Giffoni Valle della Creatività". In anni precedenti sono state anche condotte riflessioni in merito ad un eventuale internalizzazione dell'ente nell'alveo regionale (soggetto in house), ma l'ente ha sempre sostenuto la scelta dell'indipendenza e dell'autonomia.

[46] In precedenza vi erano molte più criticità sulla certezza dell'ammontare finanziario del contributo, che non sempre ha soddisfatto il fabbisogno finanziario individuato dall'Ente (ad es. negli anni 2007-2009 gli stanziamenti vennero decurtati quasi della metà in sede di variazione di bilancio, quando l'ente aveva già assunto impegni di spesa con i fornitori, determinando una pesante esposizione finanziaria che avrebbe potuto compromettere il futuro del Festival, cfr. https://www.giffonifilmfestival.it/news-giffoni-experience/item/3212-la-tempesta-perfetta.html).

- il contributo della **Regione Campania**, costituito principalmente dai fondi della politica di coesione (il 60% circa dei proventi totali)[47], assegnati a valle di un processo decisionale ed un iter amministrativo espletato annualmente[48], che rappresentano il sostegno principale per la stabilità, la continuità e lo sviluppo del progetto Giffoni; in parte minore concorrono fondi ordinari (ex L.R. 35/1984), per un importo annuo di 250.000 euro;
- il contributo del **Ministero della Cultura**, da fondi ordinari (ex L.1213/1965) per un importo di annuo di 950.000 euro, pari a circa il 17% dei proventi[49]. Per conferire stabilità alla determinazione e alla erogazione del contributo ministeriale, è attualmente in corso di valutazione congiunta con il Ministero della Cultura un'ipotesi riguarda la possibilità di abilitare il riconoscimento ed accreditamento nazionale dell'Ente Giffoni con apposita norma (avendo a riferimento il caso della Fondazione La Biennale di Venezia[50]).

La restante parte delle entrate è per lo più rappresentata da **risorse proprie** (nel 2022 pari a circa il 16% dei proventi), che provengono da attività accessorie (introiti commerciali, dalla gestione degli spazi di proprietà comunale, da sponsorizzazioni private), e da attività culturali diverse (altri finanziamenti di fonte varia, acquisiti attraverso partecipazione a bandi e realizzazione di progetti speciali)[51].

I risultati gestionali dei bilanci esaminati sono positivi (con margini di poco superiori alla situazione pareggio), grazie soprattutto alla parte di contribuzione pubblica, che, insieme alle entrate proprie, permette di coprire le spese di funzionamento (tra cui quelle più rilevanti riguardano il personale dipendente e i compensi a terzi), che negli ultimi 4 esercizi finanziari pesano in media il 33% dei costi totali.

[47] Tale fonte è attiva dal 2010 (POR FESR 2007-2013, POC 2014-2020) con importi che hanno oscillato nel tempo e vanno in decremento negli anni più recenti (nel 2014- 2015 si sono superati i 6 milioni di euro, mentre tra il 2019 e il 2022 è sceso sotto ai 4,5 milioni di euro). Per la gestione, e per le altre entrate di fonte statale ed europea, dal 2010 l'Ente si è dotato di una struttura amministrativa competente e qualificata per rispondere nel diritto e nel merito alla correttezza di tutte le procedure per la gestione dei fondi assegnati ai vari capitoli di spesa (la Regione lo ha considerato tra le buone pratiche di gestione dei finanziamenti comunitari).

[48] La Regione non ha una voce fissa in bilancio per il finanziamento di Giffoni, che ogni anno viene definito in una sorta di interlocuzione negoziale con EAGE che presenta alla Regione la sua programmazione e i relativi costi; a valle dello stanziamento annuo indicato nel bilancio regionale, gli uffici tecnici regionali inquadrano la progettualità dal punto di vista amministrativo affinché sia coerente con le regole della fonte finanziaria della coesione. Il processo di assegnazione delle risorse su base annua non permette una pianificazione sul medio-lungo periodo, auspicata da EAGE (istanza condivisa dagli uffici tecnici regionali).

[49] Il contributo è concesso ai sensi dell'art. 45, L. 1213 del 1965 "Fondo speciale per lo sviluppo ed il potenziamento delle attività cinematografiche". L'ammontare concesso è progressivamente aumentato negli anni (nel 2013 erano 300.000 euro e nel 2022 sono 950.000 euro).

[50] Sulla base di quanto disposto all'art. 45 del DM MiBACT del 27/07/2017 "Criteri e modalità per l'erogazione, l'anticipazione e la liquidazione dei contributi allo spettacolo dal vivo, a valere sul Fondo unico per lo spettacolo di cui alla legge 30 aprile 1985, n. 163", la Fondazione La Biennale di Venezia "svolge attività istituzionali di livello internazionale, di ricerca, produzione, documentazione e formazione di giovani talenti nei settori della musica, della danza e del teatro contemporanei, e riceve con determinazione triennale un contributo annuale a valere sul Fondo non inferiore all'1 per cento di quanto stabilito per ciascuno dei predetti settori ai sensi dell'articolo 19, commi 1-bis e 1-ter del Dlgs 29 gennaio 1998, n. 19" (https://def.finanze.it/DocTribFrontend/getAttoNormativoDetail.do?ACTION=getArticolo&id={96E6ED26-FE67-4531-8CE4-731FED973DD9}&codiceOrdinamento=200004500000000&articolo=Articolo%2045).

[51] Negli obiettivi del piano economico pluriennale con orizzonte al 2027, EAGE prevede di far crescere i proventi relativi alla produzione cinematografica, alle attività in Italia e all'estero, all'innovazione e alla gestione delle strutture permanenti (anche in considerazione delle nuove opere in corso di completamento).

Tabella 3.1 – Oneri e proventi degli esercizi finanziari 2019-2022 (v.a. e %)

Es. Finanz.	Voci (mln euro)	Organizz. GFF	Attività culturali diverse	Attività accessorie	Finanz. e patrimon.	Straordinari	Supporto generale	Altri	Risultato gestionale
2019	Oneri	3,919	0,227	0,317	0,044	0,282	2,237	0,030	
	Proventi	5,620	0,551	0,701	0,000	0,176	0,000	0,010	0,001
2020	Oneri	3,011	0,601	0,177	0,030	0,264	2,410	0,140	
	Proventi	5,351	0,558	0,307	0,000	0,416	0,000	0,011	0,009
2021	Oneri	3,335	0,186	0,192	0,030	0,126	2,354	0,551	
	Proventi	5,489	0,874	0,264	0,000	0,149	0,000	0,012	0,014
2022	Oneri	4,007	0,778	0,207	0,027	0,150	2,097	0,015	
	Proventi	5,472	0,762	0,502	0,001	0,546	0,000	0,006	0,007
2019/22	*Tot. Oneri*	*14,272*	*1,792*	*0,894*	*0,132*	*0,822*	*9,099*	*0,736*	
2019/22	*Tot. proventi*	*21,932*	*2,746*	*1,774*	*0,001*	*1,288*	0,000	*0,039*	*0,031*

Fonte: elaborazione su dati EAGE

ORGANIZZAZIONE E PERSONALE

Il Direttore Artistico e fondatore del Festival, Claudio Gubitosi, è affiancato dalla Struttura Operativa dell'Ente, notevolmente evoluta e strutturata negli anni con la costante crescita delle attività, il cui management è rappresentato da un Direttore Generale e un Direttore Creativo. Nell'assetto attuale la struttura è articolata in 14 dipartimenti, per un totale **dotazione complessiva del personale che a vario titolo gravita su EAGE** è così configurata[52]:

- 5 unità **di personale dipendente** (che nei prossimi anni si prevede di incrementare a 8 unità);
- oltre 100 **collaboratori/organizzatori** con contratti annui, per la gran parte con profili in possesso del titolo di laurea, e quasi tutti di provenienza locale (area della provincia di Salerno), tra personale dipendente e collaboratori fissi che svolgono la loro attività presso gli uffici dell'ente (circa 80 persone)[53] a Giffoni Valle Piana, e collaboratori o consulenti contrattualizzati per tutto l'anno che prestano la loro attività non necessariamente in sede o per un tempo parziale (cfr. riepilogo nel prospetto a seguire). Nei prossimi anni si vorrebbe incrementare tale dotazione (a 170), così come della percentuale di addetti in possesso di laurea, e la riduzione dell'età media (da 39 a 32 anni)[54];
- circa 500 ulteriori unità di staff attivate solo nel periodo di programmazione del Festival (personale di sala, maschere, altri collaboratori).

Per consistenza di addetti (fissi e annui), emergono in particolare i dipartimenti Produzione video, Direzione artistica, Comunicazione.

[52] Per acquisire il personale dal 2020 EAGE si è dotato di un Albo delle risorse umane, articolato in tre sezioni (consulenti senior, consulenti junior, collaboratori occasionali e animatori), ciascuna con specificazione del massimale di compenso lordo su base annua e giornaliera. Sempre nel 2020 è stato costituito un Albo fornitori per le acquisizioni di servizi e forniture (https://www.giffonifilmfestival.it/trasparenza.html).

[53] Sul sito dell'Ente è indicata solo una parte delle unità di personale coinvolto (https://giffoni.it/contatti/).

[54] Piano Strategico di Sviluppo 2021-2027 (https://issuu.com/giffoniexperience/docs/rievoluzione_21-27_per_sito).

Articolazione dei dipartimenti e dotazione di personale

Denominazione/competenze uffici	Personale (n.)
Direzione artistica	21
Segreteria artistica	6
Comunicazione	20
Giurie	3
Accoglienza & Ospitalità	1
Progetti speciali	12
Produzione video	25
Marketing	10
Amministrazione	6
Patrimonio storico e archivistico	10
Dipartimento tecnico	7
Gestione e controllo strutture	4
Giffoni Multicinema	8
Affari legali	2
TOTALE	**115**

Fonte: EAGE

GLI ALTRI SOGGETTI DELL'"ECOSISTEMA GIFFONI": COMPOSIZIONE, MISSIONI, FUNZIONI

La crescita pressoché esponenziale del "sistema Giffoni" nel corso degli anni ha richiesto nuovi posizionamenti strategici e maggiore specializzazione nei settori e nelle filiere intercettate nel range di azione dell'Ente. In risposta a questi fabbisogni sono nati ulteriori soggetti, diversificati per natura giuridica, missione e relazioni con EAGE, e che concorrono a definire l'"ecosistema Giffoni".

Una recente ricerca (2020) sulla governance del sistema Giffoni[55], ha analizzato i processi di *spin-off*, con la nascita di soggetti distinti da EAGE (i cui profili sono sintetizzati nel prospetto a seguire[56]), propedeutici alla creazione di un *cluster* di innovazione in ambito culturale, ed in particolare:

- "*Giffoni Media Service*" (GMS), ovvero l'agenzia di marketing per il festival e le altre attività legate al brand "Giffoni Experience";
- "*Giffoni Innovation Hub*" (GIH), nato come dipartimento interno alla struttura del Festival e divenuto un'organizzazione indipendente nel 2015 con un assetto imprenditoriale, che offre attività di formazione e servizi di sviluppo nell'area dell'innovazione digitale e dello sviluppo di impresa, specializzati nel target kids&teen.

[55] Parente, R., El Tarabishy, A.: Giffoni Film Festival: How to Morph a Rural Area in an Innovation Cluster in the Digital Arts Production. In: Social Entrepreneurship. SAGE Publications, Thousand Oaks (2020),

[56] Informazioni tratte dal volume "2018/2019 Volume 2 - #OltrellFestival.

Prospetto di sintesi dei soggetti che compongono l'"ecosistema Giffoni"

Denominazione e anno di istituzione	Mission e settori di attività	Principali iniziative e progetti
Giffoni Media Service S.r.l. (1999), partecipata al 100% da EAGE	Servizi di consulenza su marketing e comunicazione istituzionale e d'impresa, culturale e territoriale, organizzazione eventi culturali e di spettacolo, fund-raising e sponsorizzazioni, produzione e post-produzione audiovisiva; (1dipendente, numero variabile di collaboratori, fatturato in crescita (+40% nel periodo 2020-2022)[57]	Titolare marchi "Giffoni Film Festival", "Giffoni Experience" e "Giffoni Multimedia Valley"
Associazione Aura Giffoni Film Festival Team (2004)[58]	Settori no profit e di utilità sociale, come, promozione di eventi culturali, sviluppo di campagne nazionali e internazionali di sensibilizzazione, beneficenza e a favore di minori con dipendenze (alcol, sostanze, ludopatia), assistenza sociale	Maratona Telethon; collaborazioni con Teatro San Carlo - Napoli, Ospedale pediatrico "Bambino Gesù" - Roma, Istituto Gaslini - Genova, Ospedale Meyer - Firenze, Santobono-Pausilipon - Napoli; attività con penitenziari giovanili (Cesare Beccaria di Milano e Istituto Minorile di Nisida)[59]
Fondazione Giffoni (2014), presieduta dal Comune di Giffoni Valle Piana e partecipata da EAGE[60]	Conservazione e digitalizzazione del patrimonio filmico e documentale dell'EAGE e nell'organizzazione di eventi culturali e di spettacolo[61]	Gestione fondi cineteca regionale del cinema (non realizzata)[62]
Giffoni Innovation Hub S.r.l. (2015)[63]	Polo creativo d'innovazione (spin-off del dipartimento di innovazione di EAGE): servizi di consulenza per start-up culturali e creative e per aziende che intendono realizzare progetti di comunicazione innovativi che si rivolgono soprattutto alla fascia Kids&Teens, attraverso percorsi di formazione specializzata e framework audiovisivi, generando azioni ad alto impatto sociale e valoriale che coinvolgono le nuove generazioni[64]. Ente di formazione accreditato e incubatore certificato dalla Regione Campania Nel 2022 conta 12 addetti, di cui 11 dipendenti, sede legale a Napoli e sedi operative a Giffoni Valle Piana e Milano; il fatturato è in crescita (66% nel periodo 2020-2021)[65].	Progetti di internazionalizzazione (POR FESR Campania 2014-2020)[66] "*Giffoni for Kids – Startup program for social impact projects in kids and teens' lives*" (POR FSE Campania 2014-2020): percorso di affiancamento qualificato a start up (incubatore certificato MIMIT), per accelerazione di business, prodotto, mercato e idee innovative che impattino sul mondo giovanile - segmento kids&teens[67]. Il progetto ha anche dato vita all'associazione "Giffoni for kids" ricompresa nel Registro Enti del terzo Settore *Giffoni Academy*: progetto formativo di ampio respiro che mira a costruire competenze specifiche e cosiddette life skills, abilità trasversali per affrontare l'ambiente dal punto di vista pragmatico e sociale.

[57] Informazioni tratte dalla visura camerale dell'impresa (all'8 luglio 2023).

[58] https://www.giffonifilmfestival.it/news-giffoni/item/514-associazione-aura-sociale-giffoni-experience.html

[59] EAGE, "Giffoni Identity".

[60] http://www.fondazionegiffoni.it/

[61] http://www.fondazionegiffoni.it/index.php/linee-di-azioni

[62] La cineteca avrebbe dovuto localizzarsi nell'Antica Ramiera, complesso di archeologia industriale di proprietà del Comune e restaurato con fondi della politica di coesione nella programmazione 2000-2006. Informalmente si è acquisita la notizia che nel 2023 la Fondazione sia stata chiusa, essendo venuta meno la ragione costitutiva.

[63] https://www.giffonihub.com/

[64] https://www.giffonifilmfestival.it/giffoni-2022-28-luglio/item/9847-a-giffoni-next-generation-la-impact-di-stellantis-e-mobility-e-ds-automobiles.html; https://www.ilsole24ore.com/art/giffoni-innovation-hub-cdp-opes-e-sefea-entrano-capitale-sociale-AEt7wSEB; https://www.giffonifilmfestival.it/news-giffoni-experience/item/9320-grande-successo-per-giffoni-innovation-hub.html; https://startupitalia.eu/170224-20220216-giffoni-innovation-hub-cdp-venture-capital-guida-round-da-2-milioni

[65] Informazioni raccolte in sede d'intervista e tratte dalla visura camerale dell'impresa (all'8 luglio 2023).

[66] https://opencoesione.gov.it/it/progetti/9ca18066bp000000045/,https://opencoesione.gov.it/it/progetti/9ca21011bp000000072/

[67] Comprende prodotti, servizi e modelli di business indirizzati al target bambini e ragazzi, lungo tutta la catena del valore, e con particolare riferimento agli ambiti: Media, Education, Edutainment, Environment, Health, Design, Communication, Energy, Smart Communities, Games, Food, Fashion, e che siano pensati per poter essere realizzati attraverso l'utilizzo di tecnologie innovative abilitanti come ad esempio: VR/AR, AI, Blockchain, Big Data, Biotech, Nanotech, IoT, Digital fabrication. (https://fse.regione.campania.it/progetti-e-beneficiari/beneficiari/). La durata minima prevista è di 3 anni (2021-2023), l'accelerazione di 30 startup, circa 500 nuovi posti di lavoro e il coinvolgimento di 10.000 giovani in Italia e all'estero (https://www.giffonihub.com/startup/).

3.3.2 Il Giffoni Film Festival e gli eventi collaterali

L'ESPERIENZA DA GIURATO

Il **Giffoni Film Festival**[68] è una manifestazione che si distingue per la partecipazione di bambini e ragazzi in veste di giurati, in origine aggregati in un'unica categoria, poi raggruppati in coerenza con i diversi messaggi e linguaggi cinematografici appropriati alle diverse fasce d'età[69].

Dal 1992 il Festival sceglie un tema annuale che costituisce il *fil rouge* dei percorsi di confronto e di discussione tra i ragazzi e con artisti e creativi.

Il Festival ospita film in concorso e fuori concorso[70]; attualmente le sezioni del Festival sono otto[71]:

- sei sezioni ospitano cortometraggi e lungometraggi d'animazione o fiction, che si rivolgono ad un pubblico articolato per fasce di età (da 3 ai 18 anni, e oltre), e, per i ragazzi più grandi prevedono anche momenti di confronto e dibattito[72]; i giurati (in un numero massimo nel 2022 di circa 4.500 unità sul complesso delle sei sezioni) sono selezionati in base a diversi criteri nelle varie sezioni (su invito, a sorteggio, ecc.) se trattasi di partecipanti stranieri o italiani (inoltre per i giurati provenienti dall'area di Giffoni è previsto un trattamento differenziato[73]); è stabilito un costo di iscrizione che a seconda delle sezioni va dai 25 ai 50 euro[74];
- due sezioni ospitano cortometraggi, lungometraggi, e documentari sull'infanzia, l'adolescenza e i giovani, rivolti ad un pubblico adulto (priorità ai genitori dei giurati), con accesso gratuito[75].

Per facilitare l'inclusione sociale, combattere pregiudizi e arricchire le proprie conoscenze, è consuetudine che **i giurati del GFF vengano ospitati dalle famiglie locali**: centinaia di migliaia di ragazzi di nazionalità diverse hanno vissuto la loro **esperienza di incontro e scambio con le famiglie del territorio,** che a loro volta hanno l'opportunità di conoscere nuove culture e creare nuovi legami, spesso destinati a durare nel tempo. Naturalmente ciò non è stato possibile negli anni del Covid, in cui si è reso necessario attivare un sistema di ricettività alternativa presso alberghi e B&B.

Al di fuori delle attività nelle giurie, bambini e ragazzi possono iscriversi a **laboratori interattivi** organizzati per fasce d'età (teatro, musica, scrittura creativa, professioni del cinema, sport, educazione alimentare e produzione locale), in partenariato con enti pubblici e privati, nazionali e locali, presso il **Giffoni Village**[76], che possono comunicare con i ragazzi e il pubblico attraverso la realizzazione di attività pratiche legate alle proprie specificità[77].

Nel corso degli anni molti giurati hanno inoltre avuto l'opportunità di partecipare a eventi internazionali, a seguito degli accordi di scambio e collaborazioni con festival e manifestazioni straniere: nel ventennio 2000-2019 la media annua di giurati giffonesi all'estero è quasi raddoppiata (da 40 a 71).

In particolare, con l'iniziativa **Giffoni Masterclass,** giovani selezionati tra gli ex giurati o reclutati attraverso call dedicate, partecipano a una sezione speciale in cui entrano in contatto con maestri

[68] www.giffonifilmfestival.it

[69] Tra il 1996 e il 1998 i giurati vengono suddivisi per la prima volta in fasce d'età con la creazione di tre sezioni competitive (FIRST SCREEN, 9-12 anni – FREE TO FLY, 12-14 e FINESTRA SUL CORTILE, 15-19). Il 2009 rappresenta uno spartiacque perché si distingue con più precisione l'anima ragazzi/young adult (ora chiamata "generator") da quella dei bambini ("elements").

[70] Le modalità di iscrizione in qualità di giurato e l'invio dei film candidati avviene attraverso la piattaforma informatica Eventival utilizzata da moltissimi festival cinematografici di tutto il mondo (https://www.eventival.com/).

[71] Si stima che dal 2007 al 2022 siano stati proiettati in totale 2.995 film (dati EAGE).

[72] Le 6 sezioni sono denominate: Elements +3, Elements +6, Elements +10, Generator +13, Generator +16, Generator +18.

[73] Per alcune sezioni i residenti entro 35 km da Giffoni che si impegnano ad ospitare un coetaneo/a, e possono concorrere a partecipare ad eventi italiani o stranieri.

[74] La quota di iscrizione viene ridotta se si iscrivono più membri della stessa famiglia.

[75] Le 2 sezioni sono denominate GEX Doc e Parental Experience.

[76] https://giffoni.it/laboratori/

[77] Solo nel 2109 Giffoni Village ha coinvolto circa 35.000 ragazzi, per un totale complessivo di circa 12.000 prenotazioni. Tra i progetti realizzati nel corso degli anni si citano: "Il Filangolo" (F.I.L.A.), "Vivi Internet al Meglio" (proposto da Google), "Area COMIX" (Panini Editore), lo spazio "Creative Europe" e "FESR" (Sviluppo Campania per conto della Regione).

provenienti da ambiti artistici e creativi, come il fumetto, la regia, la musica e la recitazione. L'idea è quella di dare strumenti teorici e pratici ai giovani per aiutarli ad orientarsi nel mondo del lavoro culturale e creativo, e allo stesso tempo creare un'opportunità per l'Ente di entrare in contatto con giovani promettenti e qualificati.

Il **numero di giurati**, provenienti da ogni parte d'Italia e da oltre 35 paesi stranieri, è significativamente cresciuto: **nel periodo 2010-2023 risulta più che raddoppiato** (da 2.787 a circa 6.500). Se si considerano anche i numeri dei Masterclass la crescita esponenziale è ancora più evidente, passando dai 20.000 nel decennio 1971-1980, ai 60.000 nel decennio 2011-2021. Si calcola che **nei 50 anni di vita del Festival (1971-2021) siano stati complessivamente 500mila**[78].

Inoltre, tra i giurati dell'edizione vengono selezionati 400 giovani campani cui è offerta la possibilità di partecipare in veste di giurati, ad altri Festival internazionali in una ventina di Paesi in tutto il mondo, secondo un meccanismo di reciprocità tra i rispettivi organizzatori per l'accoglienza e l'ospitalità dei ragazzi.

GLI EVENTI COLLATERALI AL FILM FESTIVAL

Tra le iniziative collaterali al Film Festival si evidenziano:

- **Giffoni Next Generation**, una sezione non prettamente cinematografica, rivolta ai giovani maggiorenni, per dare loro l'opportunità di confrontarsi e dialogare su temi diversi con imprenditori, rappresentanti delle istituzioni, scienziati e studiosi. L'edizione 2023 ha previsto:
- **Giffoni Impact!**[79]**,** sezione riservata a 200 ragazze e ragazzi dai 18 ai 28 anni di incontro e approfondimento su temi proposti dai ragazzi stessi, con rappresentanti delle istituzioni, della cultura, dello spettacolo, esponenti del mondo della scienza, sociologi, CEO di aziende;
- **Giffoni Dream Team**[80], un'iniziativa riservata a un gruppo composto da 14 ragazze e 12 ragazzi under 30, provenienti da tutta Italia con competenze trasversali, voglia di mettersi in gioco e vivere un'esperienza unica che consenta loro non solo di rafforzare le proprie skills, ma anche di confrontarsi con mondi e storie diverse dalla propria. Tra panel, *mentorship*, innovation Talk, presentazioni in anteprima delle produzioni audiovisive di Giffoni Innovation Hub e workshop, i dreamer entrano in contatto con importanti figure istituzionali, CEO di grandi aziende, startupper e imprenditori con i quali confrontarsi su temi chiave quali sostenibilità, *branded entertainment*, tutela dei minori rispetto all'utilizzo dei media, nuove professioni, evoluzione del mercato del lavoro e applicazione delle nuove tecnologie al cinema e alla musica.

  EAGE ha calcolato che **nell'edizione 2023 sono state ospitate 420 personalità**, tra attori, registi, rappresentanti delle istituzioni, della scienza, dell'arte, del giornalismo, dell'innovazione e della cultura.
- **Giffoni Music Concept** (Piazza Lumiére)[81]**.** Sin dalla sua nascita il Festival ha coltivato l'arte della musica, consapevole del suo potere aggregante, soprattutto tra gli adolescenti. Giffoni Music Concept non fatto solo da esibizioni e concerti, ma da veri e propri format studiati ad hoc, che definiscono l'anima musicale del Film Festival, con un pubblico che ha raggiunto milioni di ragazzi e di giovani[82] (70.000 solo nel 2023);
- **Vivo Giffoni – Street Fest,** un programma di varie attività diffuse nel paese con un continuo aumento del flusso dei visitatori e della qualità e varietà degli spettacoli proposti, che si

[78] La Ri(e)voluzione. Giffoni 2021-2027. Il Piano strategico e di sviluppo.

[79] https://www.giffonifilmfestival.it/impact. L'iniziativa è organizzata da Giffoni Innovation Hub.

[80] https://startupitalia.eu/agenda/giffoni-next-generation-2023-la-nona-edizione-dal-20-al-29-luglio

[81] https://giffoni.it/giffoni-music-contest/

[82] In questo ambito si tengono incontri con i grandi big della musica riservati dei giurati, sessioni Q&A con la propria star preferita gratuiti e aperti a tutto il pubblico (*Meet the Stars*), Contest che hanno consacrato tanti artisti esordienti, e le Masterclass musicali, incontri tra gli ospiti musicali e i ragazzi più grandi, interessati a capire cosa c'è dietro il successo, e ad approfondire i segreti e i tranelli del mondo dello spettacolo.

aggiunge al cartellone del Festival del Cinema per Ragazzi, per amplificare i linguaggi del cinema ad altri ambiti comunicativi dello spettacolo dal vivo (teatro ragazzi, teatro di figura, animazione, attività laboratoriali, teatro urbano, circo contemporaneo).

L'accesso gratuito a tutte le attività del Festival (aprile, luglio e novembre) riflette una precisa politica sociale dell'Ente volta a favorire la massima partecipazione di pubblico; a questo riguardo i dati sono consistenti: si stima che nel cinquantennio 1971-2021 siano state complessivamente coinvolte oltre 3.700.000 persone, passando dai 50.000 nel decennio 1971-1980 ai 2,5 milioni nel decennio 2011-2020. Solo Nei dieci giorni dell'edizione 2023 sono state registrate in totale 360.000 presenze fisiche dei partecipanti alle varie fasi ed in tutte le sezioni[83], che arriva a 650.000 su tutti gli eventi in programma nell'anno - con la previsione di arrivare in pochi anni al milione di persone. Contando sia le presenze fisiche sia quelle in collegamento online, e anche gli spettatori social e TV, sempre nel 2023 si sono computati ben 60 milioni.

OLTRE IL FILM FESTIVAL: GLI ALTRI EVENTI DI GIFFONI

Il progetto finanziato annualmente dalla Regione Campania attraverso i fondi della coesione comprende **oltre 500 attività**[84] complementari al Film Festival, che Giffoni produce e realizza nel corso dell'anno[85]; si tratta di iniziative che parlano al mondo dei giovani, che usano il linguaggio delle nuove generazioni, che si rivolgono alle famiglie, ma anche al settore produttivo, quello delle aziende, alle nuove professioni della creatività e dell'innovazione. Tra esse si evidenziano:

- **Giffoni Shock**, un format per immaginare l'evoluzione dei linguaggi audiovisivi nei prossimi vent'anni;
- **Verde Giffoni**, un'iniziativa che vuole far riflettere i giovani tra i 14 e i 25 anni sui temi legati alla sostenibilità e al Green Deal declinandoli attraverso il cinema, la cultura, la comunicazione, la musica e l'innovazione;
- **Giffoni Quante Storie**, sezione riservata a scrittori emergenti, rigorosamente under 30, un luogo dove si valorizzi la scrittura come talento e modalità espressiva da impiegare per produzioni editoriali, per progetti per il cinema o per la televisione.

Vale la pena citare anche il **Giffoni Jazz Festival**, organizzato dal 2019 per tre edizioni dall'associazione Deart Progetti di Pontecagnano Faiano, in collaborazione con l'Associazione Borgo Medievale di Terravecchia, con il patrocinio del Comune di Giffoni Valle Piana e dell'Ente Autonomo Giffoni Experience. Il festival ha visto la realizzazione di una media di 15 concerti gratuiti e 11 masterclass dirette da artisti di fama internazionale; gli allievi hanno alloggiato nelle strutture ricettive dell'antico borgo. Nonostante la qualità ed il seguito la manifestazione non ha però trovato stabilità a Giffoni, e attualmente si svolge tra Salerno, Pontecagnano Faiano e altre località della provincia di Salerno, sotto la denominazione di *Tirreno Jazz*.

Anche il **Carnevale Giffonese**, organizzato dall'amministrazione locale, è un appuntamento fisso (le edizioni del 2019 e 2020 sono state finanziate da fondi regionali della politica di coesione), che rientra tra le prime cento manifestazioni d'interesse culturale regionale.

[83] https://www.giffonifilmfestival.it/news-giffoni-experience/item/10715-giffoni53-tutti-i-numeri-di-un-edizione-senza-precedenti.html

[84] https://giffoni.it/eventi/

[85] Nel 2021 il programma quantificava complessivamente 230 giorni di attività e 6.800 giornate/uomo.

COMUNICAZIONE E NARRAZIONE: PRESENZE SUI SOCIAL E IMPATTI REPUTAZIONALI

Il piano di comunicazione di Giffoni si declina nelle sezioni Digital, Stampa, TV e Radio con attività distribuite lungo tutto l'anno.

Negli ultimi anni - anche grazie alle innumerevoli possibilità che offre la tecnologia - la parte relativa all'ideazione, alla realizzazione e alla distribuzione di contenuti video è diventata sempre più centrale nell'organizzazione del festival, valorizzando il ruolo dei ragazzi non solo come protagonisti del racconto ma come narratori essi stessi; in questo contesto è nata **Giffoni *Factory***[86], una piattaforma online, un percorso di comunicazione social, un laboratorio creativo permanente, un progetto di narrazione collettiva, una grande redazione che unisce giovani da tutte le città italiane in un racconto condiviso, tracciando le coordinate per l'esplorazione di una generazione di nuovi creativi, artisti e narratori.

Inoltre, dal 2021 i *giffoners* possono **seguire e partecipare al Festival anche in streaming** attraverso decine di HUB, creati sia in Italia sia all'estero[87].

Una serie di studi e analisi interne affidate ad agenzie specializzate in Web Monitoring, Web Reputation ed Online Media Analysis sulla **presenza sui social network** posizionano nel 2022 Giffoni tra i primi dieci Festival del cinema a livello mondiale e secondo a livello nazionale dopo La Biennale di Venezia. In particolare, i dati dell'edizione 2023 indicano che:

- i **social** di Giffoni hanno registrato oltre 13,5 milioni *impression* (9 milioni da Facebook e 4,5 milioni da Instagram);
- le **interazioni sui portali web** (www.giffonifilmfestival.it e giffoni.it) sono state due milioni (con una media di due minuti e 27 secondi, per lo più sulle pagine del programma), gli utenti hanno un'età media tra i 18 ed i 45 anni, e provengono sia dall'Italia e sia dall'estero (Brasile, Regno Unito, Stati Uniti d'America, Germania, Francia, Irlanda, Olanda, Canada, India, Australia, Svezia, Polonia e Russia);
- sul fronte della **stampa tradizionale e digitale**, nei dieci giorni del Festival sono stati pubblicati 451 articoli in quotidiani e riviste, fatti 3.600 tra lanci di agenzia nazionali e news pubblicate dalle testate online, oltre 300 i servizi realizzati da emittenti televisive e network nazionali.

GIFFONI EDUCATIONAL

Le principali iniziative realizzate in questo ambito sono[88]:

- ***Giffoni in a Day***[89] (evoluzione del progetto *Movie Days* attivo già dal 1997) format che dà la possibilità al pubblico giovanile e agli insegnanti delle scuole del territorio, ma non solo, di poter vedere i film selezionati al Festival, per rendere sempre più solido e assiduo il rapporto tra il cinema di Giffoni e il sistema scolastico: negli anni 1997-2020 l'iniziativa ha coinvolto 500.000 studenti e circa 34.000 docenti, di cui la metà circa a Giffoni Valle Piana (dopo la pandemia, nell'anno scolastico 2022-2023, i partecipanti sono stati 4.545 (numeri distanti dalla media delle edizioni precedenti ben oltre i 10.000);
- dal 2004 è stato avviato anche il progetto ***Movie Days on Tour***, ovvero la versione modellizzata e ***Movie Days Hospital*** attraverso il quale i film vengono portati nei reparti di pediatria di sei ospedali salernitani (Cava dei Tirreni, Curteri, Polla, Oliveto Citra, Scafati e Battipaglia)[90];

[86] https://www.giffonifilmfestival.it/dipartimento-produzione.html

[87] Ad es. nel 2021 erano previsti 51 Hub, di cui 35 in Italia e 14 internazionali.

[88] https://giffoni.it/educational/

[89] https://giffoni.it/category/educational/giffoni-in-a-day/

[90] L'Ente ha anche avviato un'attività di collaborazione con alcuni ospedali che studiano e trattano sindromi e disturbi collegati ai comportamenti dell'alimentazione di bambini, ragazzi e adolescenti. Più in generale nel complesso delle attività di Giffoni vi è sempre più attenzione ai fenomeni di disagio che caratterizzano le giovani generazioni, approfondendo e

- ***Giffoni School Experience***[91], festival itinerante realizzato nell'ambito del *Piano Nazionale Cinema e Immagini per la Scuola* promosso dal Ministero della Cultura e dal Ministero dell'Istruzione, che collabora con migliaia di istituti scolastici in tutta Italia (nel 2019 ha coinvolto 20.000 studenti e 1.500 docenti) e prevede un concorso dedicato a lungometraggi (*Feature Experience*) e cortometraggi (*Short Experience*) realizzati da professionisti italiani e stranieri, oltre a una competizione riservata alle opere prodotte da scuole o da associazioni culturali divise per fasce d'età;

- ***Sedici modi di dire Ciao***[92], progetto promosso nel 2020 da Fondazione con il Sud con un ampio partenariato pubblico-privato[93], coinvolge 5.000 ragazzi, divisi in due fasce d'età, e oltre 500 figure della comunità educante in 5 regioni (Campania, Calabria, Basilicata, Sardegna e Veneto[94], dove si realizzeranno *cultural hub* in cui i ragazzi saranno impegnati per alcuni anni in varie attività culturali e sociali, con l'obiettivo di sviluppare le competenze linguistiche, artistiche ed espressive dei giovani, arricchendo la capacità di ascolto e di comprensione di genitori e docenti rispetto ai bisogni degli adolescenti.

Giffoni è in rete con circa 4000 istituti scolastici in Campania e fuori regione. L'Ente Autonomo collabora attivamente con molte scuole del territorio (es. Salerno, Pontecagnano Faiano, San Cipriano Picentino e Olevano sul Tusciano) e di tutta Italia, anche in forza del Protocollo d'Intesa "*Promozione del Cinema per ragazzi nelle Istituzioni scolastiche di ogni ordine e grado*" sottoscritto nel luglio del 2017 con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca[95]. Le collaborazioni vanno dai progetti di cittadinanza attiva a quelli di alternanza scuola-lavoro.

A livello locale è particolarmente interessante la partnership con l'Istituto d'Istruzione Superiore "*Gian Camillo Glorioso*"[96] (scuola secondaria di Montecorvino Rovella con sede anche a Giffoni Valle Piana) la cui offerta formativa ha incluso un ***corso di istruzione professionale*** in ***servizi culturali e dello spettacolo***, con esperienze di alternanza scuola-lavoro e Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento (PCTO)[97], che possono preludere a collaborazioni tra i neodiplomati ed EAGE[98].

GIFFONI INTERNATIONAL

Con il nuovo millennio il sistema Giffoni si internazionalizza[99], modellizzando il festival ed esportandolo in altri paesi europei ed extraeuropei, divenendo uno strumento di promozione del territorio campano e un'azione di diplomazia culturale. Sono state stabilite relazioni con altri festival cinematografici internazionali per bambini e ragazzi, così come Giffoni ha fatto da incubatore per nuovi festival (es. "Giffoni Macedonia" di Skopje[100]).

Il sistema Giffoni ha stretto molte relazioni nell'ambito a livello internazionale, sia realizzando progetti con partenariati internazionali (es. da ultimo, *EYE TO EYE* finanziato da MEDIA-Europa Creativa e *Safer Internet Centre - Generazioni connesse* sostenuto dal programma Digital Europe[101]), partecipando

sperimentando la correlazione, ormai sempre più evidente e scientificamente provata da tante ricerche e studi in tutto il mondo, tra partecipazione culturale, esperienza creativa, salute e benessere delle persone (per approfondimenti su questi temi cfr. https://culturalwelfare.center/).

91 https://www.giffonifilmfestival.it/festival/schoolexperience.html

92 https://www.16modididireciao.it/

93 https://percorsiconibambini.it/ciao/scheda-progetto/

94 https://www.giffonifilmfestival.it/images/comunicati-stampa-2021/27%20GENNAIO%20-%20CS%20SEDICI%20MODI%20DI%20DIRE%20CIAO.pdf

95 https://www.miur.gov.it/documents/20182/0/PI+MIUR+-+GIFFONI.pdf/c2be6cdc-fbce-453d-b623-f857644e8621?version=1.0&t=1501517173510

96 https://www.istitutoglorioso.edu.it/

97 I percorsi PCTO sono stati sviluppati con dieci istituti scolastici del territorio del Picentino e di Salerno.

98 Si sta ipotizzando l'istituzione di un percorso ITS – Istruzione Tecnica Superiore, rivolto al settore dell'audiovisivo.

99 https://giffoni.it/international/

100 https://giffoni.mk/

101 https://www.generazioniconnesse.it/site/it/safer-internet-centre/

ad eventi, o aderendo a piattaforme ed organismi internazionali (es. *European Children's Film Association* - ECFA).

3.3.3 Le infrastrutture e i luoghi del Giffoni Film Festival

Una parte consistente dei finanziamenti sostenuti dai fondi della politica di coesione ha interessato la creazione delle infrastrutture materiali su una superficie di 200.000 metri quadri, destinate ad ospitare nuove strutture e nuovi spazi per assicurare la più moderna e funzionale realizzazione del Film Festival e delle altre attività realizzate dall'Ente. Nel complesso, ad ultimazione delle opere si otterrà un'area tutta dedicata alla creatività e alla cultura del Sud Italia, dove si concentrano strutture moderne ed efficienti dedicate all'intrattenimento culturale, alla produzione audiovisiva, laboratori per lo studio delle nuove forme ed espressione artistica, convegnistica.

Si tratta di un significativo insieme di opere, nato da un'idea del Direttore dell'Ente Autonomo nel 2005, con l'intento di espandere la preesistente Cittadella del Cinema (operativa dai primi anni Duemila), denominato **Giffoni Multimedia Valley** (Figure 3.3 e 3.4)[102].

Beneficiario degli investimenti e soggetto attuatore degli interventi è il Comune di Giffoni Valle Piana, che è anche proprietario delle opere realizzate.

Dal sistema di monitoraggio OpenCoesione risultano progetti finanziati per un costo complessivo di quasi 31 milioni di euro di fonte regionale e distribuite tra le due programmazioni (cfr. Cap. 2, Tabella 2.4). Sulla base dei riscontri di campo il quadro dei progetti monitorati è stato aggiornato ed integrato con ulteriori interventi di fonte statale, anche non finanziati dalla politica di coesione.

In particolare, l'operazione Multimedia Valley parte nel 2006 (approvazione e acquisizione progetto preliminare dal Comune), mentre nel 2010 viene finanziato il I lotto funzionale per un importo di 20 milioni di euro (Fondo Aree Sottoutilizzate, Regione Campania - APQ Infrastrutture per i Sistemi Urbani), per realizzare le seguenti opere (in ordine di cronologia dello stato di attuazione, e localizzate alle Figure 3.3 e 3.4):

- "**Edificio C**", cosiddetto "cannocchiale", composto da due piani fuori terra, dove si trovano gli uffici dell'Ente Giffoni Opportunity e le sale cinematografiche di ultima generazione (opera conclusa e funzionante dal 2017);
- "**Edificio B**", composto da tre piani fuori terra, comprende in particolare 2 sale di proiezione, videoteche, uffici, area bar e reception, book shop e aule per la formazione e sale per conferenze (opera conclusa e funzionante dal 2017);
- **Copertura Piazza Spinelli - Cittadella del Cinema:** realizzazione della copertura in vetro e acciaio sopra lo spazio esterno sala Truffaut (1.200 mq, opera conclusa e funzionante);
- "**Edificio A**", a pochi passi dal suindicato edificio C, su un'area di 1.200 metri quadrati, dove è sarà allestito il **Museo Testimoni del Tempo**[103] che raccoglierà tutto l'archivio attualmente di proprietà dell'Ente (più di 18.000 titoli presenti nella banca dati, tra cortometraggi e lungometraggi), donato alla Soprintendenza Archivistica e Bibliografica della Campania. Il Museo, prima istituzione del genere nel territorio di Giffoni Valle Piana, avrà una componente fortemente interattiva e multimediale. L'opera, finanziata dal Ministero della Cultura (3 milioni di euro circa dal Fondo Cultura) è partita nel 2020 ed è in fase di completamento. Con un ulteriore finanziamento concesso nel 2022 nell'ambito del Piano Straordinario per il potenziamento del circuito delle sale cinematografiche e polifunzionali del Ministero della Cultura, sarà anche realizzata una sala polivalente[104];

[102] https://giffoni.it/multimedia-valley/

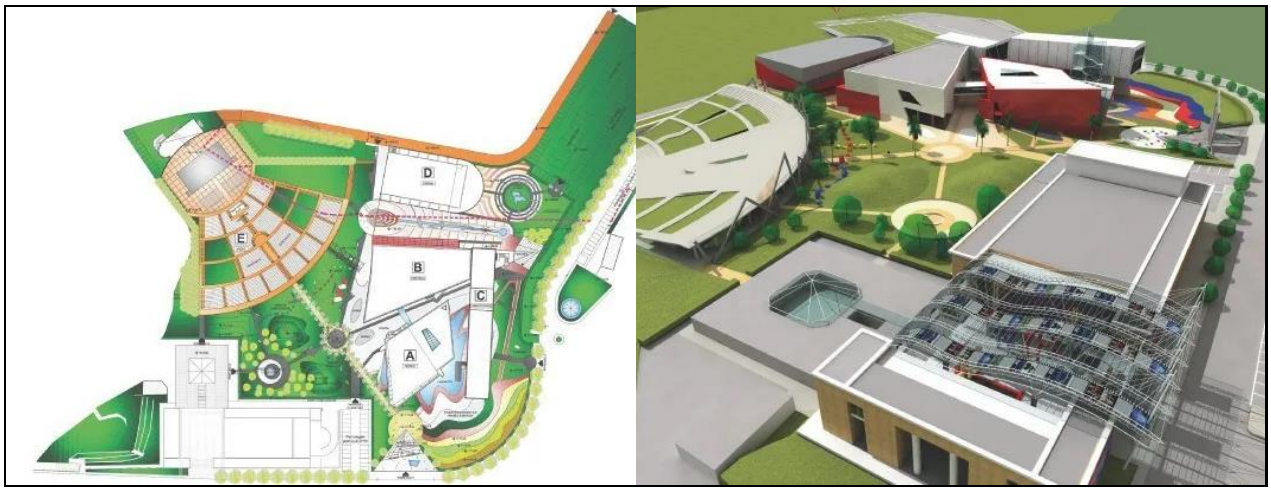
[103] https://www.giffonifilmfestival.it/news-giffoni/item/4054-testimoni-del-tempo-il-museo.html

[104] https://cinema.cultura.gov.it//wp-content/uploads/dlm_uploads/2022/03/DD_14-marzo-2022_rep_871_piano-straordinario-sale.pdf

- **Arena grandi eventi**, finanziato più di recente dai fondi della coesione nazionale (Ministero della Cultura, Piano FSC Cultura e Turismo 2014-2020), è un teatro all'aperto per circa 4.600 spettatori; i tempi di realizzazione (tuttora in corso) si sono protratti rispetto alle previsioni iniziali per la presenza di evidenze archeologiche (in particolare nell'area esterna, che avrebbe dovuto ospitare il parcheggio, ed il completamento della viabilità e la sistemazione dell'area a verde esterna).

Dal 2019 la toponomastica comunale ha intitolato la piazza ove insiste la Multimedia Valley "Piazza Giffoni Film Festival"[105] .

Figura 3.3 – Planimetria e rendering del progetto della Multimedia Valley



Fonte: https://giffoni.it/multimedia-valley/

Figura 3.4 – Foto panoramica della situazione attuale della Multimedia Valley

Fonte: https://giffoni.it/multimedia-valley/

[105] Delibera di Giunta n. 147 del 4 luglio 2019.
https://albo.studiok.it/giffonivallepiana/tmp/rpgb5rjskd77rvg2vcvl33oe05_MES00000011112019_121204_147.pdf

Negli anni più recenti l'Ente ha anche ricevuto diversi finanziamenti ministeriali (0,9 milioni di euro) per ammodernare la Cittadella del Cinema e le prime costruzioni della Multimedia Valley. Ulteriori finanziamenti regionali (0,8 milioni di euro a valere sul POC) sono stati stanziati per la viabilità e il territorio comunale in occasione del Cinquantennale del Festival (2021)[106].

Le sale cinema nella Multimedia Valley (Figura 3.5) ospitano anche l'**unico cinema** (multisala) nel territorio dei Picentini[107]: la gestione dell'Ente ne assicura l'apertura per tutto l'anno (dal giovedì alla domenica), e con una politica di prezzi al pubblico che punta alla massima accessibilità[108], a scapito della sostenibilità gestionale dell'attività[109]. Nonostante il numero di film proiettati nel 2022 (95) sia in crescita rispetto agli anni precedenti (pressoché raddoppiato rispetto alla media nel periodo 2012-2022), il numero di spettatori è invece calato in termini assoluti (da 15.100 del 2012 a 11.100 circa nel 2022), sebbene con oscillazioni intermedie anche significative (ad es. 17.900 nel 2017 e 18.400 nel 2019), senza poter ancora recuperare i livelli pre-pandemia.

Figura 3.5 – Multimedia Valley, Sala blu e Sala verde

Fonte: EAGE

Come anticipato, gli spazi e gli edifici della Multimedia Valley, di proprietà comunale, vengono gestiti direttamente da EAGE, sulla base di una **"concessione in uso mediante locazione transitoria"** deliberata dal Comune nel 2019, nelle more che il Comune indicesse una procedura ad evidenza pubblica per l'individuazione dell'operatore economico cui affidare la gestione del complesso[110]. A seguito della pandemia, la concessione è stata poi prorogata nel 2022 con scadenza a fine 2023, agli stessi patti e alle medesime condizioni del precedente contratto, in considerazione dei vantaggi diretti per il Comune (introito del canone di locazione, mancati costi di manutenzione ordinaria, a carico di EAGE)[111].

Oltre agli spazi realizzati ad hoc per ospitare gli eventi e le manifestazioni ricomprese nel Film Festival (Cittadella del Cinema, Multimedia Valley), le iniziative collegate al GFF interessano una serie di localizzazioni distribuite nell'area del comune di Giffoni Valle Piana (Figura 3.6 e prospetto riportato a seguire):

- edifici retaggio e simbolo dell'identità e della storia locale, recuperati e rifunzionalizzati (in buona parte attraverso il sostegno della politica di coesione) per una nuova fruizione pubblica legata all'aggregazione, all'ospitalità e alla ricettività (come l'Antica Ramiera, il Complesso Monumentale di San Francesco, il Borgo di Terravecchia);

[106] https://giffoni.it/identity/secondo-volume/

[107] https://giffoni.it/giffoni-multicinema/

[108] Il biglietto costa 5 euro a spettacolo; i possessori di biglietto possono anche beneficiare di una scontistica con dieci ristoranti nel comune convenzionati con il cinema.

[109] L'esame dei dati di bilancio degli ultimi anni evidenzia che gli introiti non arrivano a coprire i costi di gestione dell'attività.

[110] La concessione riguardava la locazione transitoria per il periodo marzo-dicembre 2019 ad un canone di 40.000 euro. La precedente gestione di EAGE della Cittadella del Cinema prevedeva invece l'utilizzo in comodato dei locali di proprietà comunale (Del. N. 51 del 7 marzo 2019).

[111] Determinazione del Comune (Area Tecnica manutentiva – Ufficio patrimonio), n. 45 del 7 luglio 2022.

- spazi funzionali e punti di aggregazione distribuiti nel tessuto urbano (come Piazza Umberto I, Giardino degli Aranci, Piazza F.lli Lumiére).

Negli ultimi anni EAGE sta sviluppando idee – progetto relative ad un secondo lotto della Multimedia Valley, per una stima di altrettanti 30 milioni di euro, che prevedono la realizzazione di Studios e un Campus da dedicare a nuove aree di attività negli ambiti della produzione e dell'alta formazione.

Figura 3.6 – I luoghi oggetto di investimenti infrastrutturali dove si svolgono il GFF e le iniziative collegate

Fonte: EAGE

I luoghi del Giffoni Film Festival e degli altri eventi ed iniziative[112]

LUOGO /SPAZIO	CARATTERISTICHE, EVENTI, ATTIVITÀ
Multimedia Valley	
Sala Blu (permanente)	236 posti a sedere su 392 mq, con pedana/palco per incontri sotto lo schermo, tecnologie di ultima generazione in campo cinematografico (Giffoni Film Festival)
Sala Verde (permanente)	170 posti su 280 mq con pedana/palco per incontri e tecnologie
Sala polifunzionale Galileo (permanente)	400 posti a sedere cui 171 su gradini e i restanti in platea su 360, con impianto cinematografico e predisposta per attività di varia natura
Sala Leonardo (permanente)	500 posti (in fase di completamento)
Sale espositive	722 mq divisi in tre ambienti attrezzati per ospitare eventi multidisciplinari in linea con le nuove tendenze museali
Sala Lounge	363 mq articolati su due livelli, per lo più luogo di accoglienza e ristoro
Sala Sordi (temporanea)	Tendostruttura ad hoc per sala cinematografica (1.200 mq, 900 posti), dotata di tutti i servizi e impianti con tecnologie di ultima generazione, e climatizzazione
Sala Lumiere (temporanea)	Tendostruttura ad hoc per sala cinematografica (600 posti su 1.200 mq), dotata di tutti i servizi e impianti con tecnologie di ultima generazione, e climatizzazione
Sala Comencini (temporanea)	500 posti
Arena Grandi Eventi	4.300 posti, all'aperto (in fase di completamento)
Cittadella del Cinema	
Piazza Spinelli	Area di circa 900 mq coperta da una struttura in acciaio e vetro (incontri tra i talent e il pubblico attraverso il blu carpet)
Parco Hollywood	Area verde sport e relax in cui i ragazzi si incontrano e liberamente si scambiano idee sulle attività' e le esperienze giornaliere
Altri luoghi	
Village (Via Aldo Moro)	Allestimento di 2.250 mq per area destinata ad accogliere i laboratori rivolti ai ragazzi, con stand in varie tipologie e dimensioni a seconda delle esigenze specifiche delle attività che ospitano. Un corpo centrale crea una passeggiata ombreggiata che si affaccia sui vari spazi che, in completa trasparenza, fanno vedere le attività svolte dei ragazzi
Antica Ramiera	Antica fabbrica del rame, esempio di archeologia industriale destinata ad ospitare attività culturali, concessa ad EAGE dal Comune (all'interno hanno sede anche la Biblioteca comunale, il Forum dei Giovani e la sede di Informa giovan). La struttura si articola in varie sale su 300 mq per ospitare fino a 1200 spettatori. La sala Centrale dotata di una pedana per incontri o meeting, ideale come luogo di formazione, contenitore per la creazione di nuove idee o come coworking (Dream Team, Giffoni Innovazione, Masterclass)
Complesso monumentale San Francesco	In posizione leggermente rialzata rispetto al centro urbano, costituito dalla chiesa, il *coemeterium* e il campanile, il Convento con Chiostro centrale. 410 mq divisi tra due piani, luogo adatto per esposizioni, aggregazione e confronto. Presente una sala video (sala Grieco), con 64 posti (appuntamenti serali con circa seicento ospiti a sera, tra talent, giornalisti, masterclasses, chaperon dei gruppi stranieri, sponsor e personalità varie)
Giardino degli Aranci	Al centro della cittadina, teatro all'aperto di Giffoni (720 mq) con una platea di 250 posti, un palco e i servizi necessari, e cinema all'aperto con cabina di proiezione attrezzata (Teatro, musica, favole e racconti)
Piazza F.lli Lumiére	Il più grande spazio all'aperto a Giffoni (4830 mq), per l'organizzazione e la gestione di veri e propri incontri con star musicali siano essi performance o master class. Articolata in due aree divise da una strada: nella parte più grande palco coperto con servizi collegati e platea da 1.000 posti, in quella più piccola, servizi per il pubblico (Animazione e concerti nell'ambito del Giffoni Music Concept)
Borgo di Terravecchia	Antico Borgo ristrutturato e trasformato in paese albergo (20 appartamenti e 70 posti letto) dove vengono ospitati giurati e non solo. Alcuni palazzi (Federico II, Ostello della Gioventù) offrono spazi per mostre e convegni (Masterclass e Meeting Area)
Piazza Umberto I, Parco Pinocchio, Via Paolo Scarpone	Animazione e street art

[112] https://www.giffonihub.com/wp-content/uploads/2022/07/Giffoni-Multimedia-Valley-spazi-e-servizi.pdf

3.3.4 Ricadute ed effetti del Giffoni Film Festival

Il Festival di Giffoni è un importante attrattore culturale e motore di sviluppo territoriale.

Del festival e delle attività ad esso collegate beneficia innanzitutto la comunità giffonese, sia dal punto di vista economico, sia per **l'indotto diretto** delle manifestazioni organizzate dall'Ente che attraggono pubblico e visitatori, durante circa otto mesi all'anno, sia per gli **impatti socio-culturali** sulla crescita culturale e individuale dei ragazzi attraverso la partecipazione all'esperienza di Giffoni.

A questo proposito, una ricerca commissionata dall'EAGE all'Università degli Studi di Salerno[113] su ragazzi di 10-13 anni, **dimostra impatti sulle capacità di apprendimento, uno sviluppo dello spirito di iniziativa, un accrescimento delle soft skills.** In particolare, la ricerca ha evidenziato un impatto positivo del Giffoni Film Festival in termini di apprendimento collettivo e individuale. A livello collettivo, le dimensioni del problem solving e della leadership risultano le aree di apprendimento in cui l'impatto positivo dell'esperienza culturale Giffoni è più marcato, mentre nelle aree di competenze trasversale (comunicazione e organizzazione) non si registra un impatto significativo. Sul fronte individuale, la dimensione del problem solving è l'unica in cui si registra un miglioramento significativo della performance degli intervistati, mentre la dimensione dell'organizzazione emerge come meno stimolata. La ricerca si sofferma anche sull'impatto, in termini di apprendimento, delle diverse tipologie di attività previste nell'ambito del Festival (ad esclusione della partecipazione alla giuria, in quanto attività comune a circa il 90% del campione): la partecipazione alle attività laboratoriali, progettate specificamente per i partecipanti al Giffoni Experience con un chiaro obiettivo formativo, sembra influenzare positivamente l'apprendimento, mentre la partecipazione ad altri eventi culturali, programmati per un pubblico più ampio, non sembra incidere significativamente.

L'aumento dei valori sociali e dei legami di comunità è una significativa area di impatto intercettata da Giffoni: inclusione sociale, senso di appartenenza e partecipazione civica sono dimensioni su cui l'idea di Giffoni ha puntato e scommesso dall'inizio della sua storia; l'esperienza di confronto e di dialogo interculturale entra nella comunità giffonese, a partire dalle famiglie che ospitano presso le proprie abitazioni i giurati che provengono da molti paesi europei ed extraeuropei.

La "macchina Giffoni" crea un impatto diretto nella filiera dell'organizzazione e della realizzazione del Film Festival e delle altre iniziative, richiedendo **approvvigionamento di beni e servizi nella filiera della produzione e gestione video e nei sistemi di comunicazione**, e promuove altresì lo sviluppo di molteplici attività economiche sul territorio, attivate dalla domanda sempre più imponente che il Festival esprime alle filiere di servizio alla manifestazione (accoglienza e ospitalità, commercio, logistica, ecc.).

EAGE riporta che l'Università di Salerno ha stimato che nei 15 giorni di festival nel 2019 **l'indotto economico sul territorio**, considerando sia i costi sostenuti dall'Ente, sia la spesa diretta dei partecipanti e degli altri visitatori, per l'accoglienza e ospitalità, trasporti, ristorazione e altri servizi sul territorio, sia stato di 13 milioni di euro, che, a fronte del dato relativo alle entrate totali pubbliche nella stessa annualità, restituisce un **effetto moltiplicatore del 280%** (1 euro di contributo pubblico erogato all'Ente si traduce in 2,8 euro di ricaduta sul territorio)[114].

La **ricaduta occupazionale diretta** è rappresentata dagli oltre 100 tra dipendenti e collaboratori dell'Ente, in massima parte originari di questo territorio, un contributo importante a trattenere giovani locali, mentre **quella indiretta** riguarda i molti addetti attivati nelle filiere dei servizi al Festival (in particolare nei settori dell'accoglienza, ospitalità), testimoniata anche da una domanda di formazione su queste professioni da parte di giovani locali (sia nei percorsi formativi di livello secondario come nel sopramenzionato caso dell'ITS Glorioso, sia nella formazione accademica con

[113] C. Gallucci, P. Bellelli, G. Saccà, F. Addeo: Gallucci, C., Bellelli, P., Saccà, G., Addeo, F.: The assessment of cultural experience through learning process: a model for individual, firm and territory system viable competitiveness. In: Proceedings of 14th Toulon-Verona Conference on "Excellence in Services", pp. 499-514 (2011).

[114] Non è stato possibile acquisire la metodologia e le elaborazioni effettuate per calcolare il valore dell'indice moltiplicatore.

riferimento a vari dipartimenti dell'Università di Salerno) proprio per la possibilità concreta di entrare nel mercato del lavoro senza dover per forza lasciare la terra di origine.

Posizionando sul mercato i suoi servizi e il suo know-how, **Giffoni è divenuta anche un vero e proprio incubatore di impresa**, in particolare attraverso *Giffoni Innovation Hub* (solo nel 2022 sono state 20 le imprese trattate).

Giffoni ha fatto da stimolo al tessuto delle microimprese locali a fare rete (collabora mediamente con 500 aziende), promuovendo la nascita di diverse realtà imprenditoriali[115] e attività operanti nel Terzo Settore[116].

La **filiera dell'accoglienza e della ricettività** è tra i settori dell'economia locale più direttamente sollecitata dal Film Festival in quanto l'organizzazione di Giffoni ha dato impulso ad un flusso di persone - legato da un lato alle giurie, ai talenti, e agli ospiti, e dall'altro ai visitatori - che nel tempo comincia anche a distribuirsi in più periodi dell'anno, e attiva una rete turistica nell'area del salernitano verso nord e sud**.** Per sostenere la comunità e favorire un'integrazione al reddito, ma soprattutto per mantenere la dimensione comunitaria del festival, la cui formula prevede che i giovani giurati e i loro genitori provenienti da tutto il mondo siano ospitati presso famiglie giffonesi, la strategia condivisa tra EAGE e Comune ha puntato sull'ospitalità diffusa delle case vacanze e dei bed and breakfast, piuttosto che gravare il territorio con l'edificazione di nuove grandi strutture alberghiere, peraltro difficilmente sostenibili dal punto di vista gestionale, dati i flussi di turismo comunque di scala contenuta.

Per quanto riguarda gli ospiti a carico del Festival, Giffoni offre una vasta ospitalità differenziata nelle maggiori località e destinazioni turistiche dell'area: sia di tipo alberghiero (Positano, Amalfi, Ravello, Vietri sul Mare e Salerno, Battipaglia e Pontecagnano), sia extralberghiero, nei bed and breakfast nelle aree rurali di Giffoni e negli altri comuni dell'area dei Picentini. Si aggiunge inoltre la domanda di ospitalità dei privati, in particolare delle famiglie dei giurati che prenotano con anticipo il loro soggiorno nelle strutture alberghiere ed extra alberghiere presenti sul territorio, e che spesso ritornano dopo la prima esperienza di ospitalità in famiglia. L'aumento della ricettività extralberghiera risulta anche dalla rilevazione Istat da cui si osserva che nel periodo 2007 – 2021 solo a Giffoni i posti letto sono più che triplicati. Negli ultimi anni, inoltre, EAGE riporta l'aumento della locazione per finalità turistiche di tanti appartamenti e case da parte dei locali proprietari: si parla di centinaia di immobili messi a disposizione dei visitatori (ma il fenomeno non è tracciabile con precisione).

Per quanto riguarda la rete di **ristorazione,** nei cinquant'anni di vita del Festival, EAGE ha osservato che il territorio ha attivato un processo di trasformazione, con lo spostamento delle sue vocazioni verso il terziario; facendo leva sulla valorizzazione della filiera agro-alimentare, coniugata ai saperi della tradizione e alle eccellenze enogastronomiche e alle certificazioni di qualità (ad es. la nocciola giffonese e altri prodotti, senza considerare che questo territorio è la patria della Dieta Mediterranea) la rete della ristorazione si è sempre più articolata e consolidata per soddisfare la domanda relativa al flusso di presenze giornaliere, circa **35.000 persone**, che impegna ristoranti d'eccellenza e di tradizione, trattorie, pub, pizzerie, bar, e altri esercizi che si occupano di food, ristorazione d'asporto e take-away, anche su più turni a pasto[117]. Considerando sia le attività aperte tutto l'anno sia quelle temporanee legate al Festival, è stato stimato che nel periodo 1971-2021 il numero di ristoranti sia cresciuto del 40% (da 7 a 41), e del 34% quello dei bar (da 4 a 34).

Un altro ambito di indotto legato alla filiera dell'accoglienza è quello dei **collegamenti e trasporti**[118], che vengono predisposti da Giffoni per far giungere i partecipanti e per gestire l'ospitalità e la

[115] Un caso esemplificativo è rappresentato dal gruppo FMTS a Pontecagnano (https://www.fmtsgroup.it/).

[116] Come, ad esempio, la Pro Loco e la onlus il Gabbiano a Giffoni Valle Piana.

[117] Il Comune di Giffoni Valle Piana ha dato la possibilità a tutta la rete della ristorazione di usufruire degli spazi all'aperto in maniera da aumentare il numero di coperti disponibili.

[118] Le stazioni ferroviarie sono collocate nei comuni di Pontecagnano, Bellizzi, Battipaglia e Salerno, mentre a Pontecagnano è già presente, in fase di sviluppo, un aeroporto di secondo livello. L'Ente Autonomo ha presentato richiesta alla Regione Campania di prevedere la realizzazione di una uscita autostradale che faciliti l'accesso a Giffoni, e la costruzione di una metropolitana leggera che colleghi Salerno-Pontecagnano-Giffoni e tutto l'entroterra picentino, con particolare riguardo

movimentazione dei giurati, mediante una flotta di 40 auto con autisti professionisti, 20 tra navette e minibus e circa 40 pullman per movimentare tutti i partecipanti-ospiti, oltre le navette del trasporto scolastico messe a disposizione dai Sindaci dei Comuni limitrofi per la gestione dei propri ragazzi, e il potenziamento del servizio pubblico (Salerno, Pontecagnano, Battipaglia ed Eboli). Per la partecipazione del pubblico spontaneo e autonomo, il Comune di Giffoni assicura e dispone di aree parcheggio per circa 2500 posti auto.

Giffoni è diventato un **marchio di qualità** conosciuto in tutto il mondo che ha determinato un impatto reputazionale significativo per la Campania e per tutto il Paese, in grado di promuovere i territori e le loro specificità ed eccellenze, accrescendo la conoscenza e la percezione dell'area, in Italia e oltre i confini nazionali, modellando così l'attrattività di questo territorio[119]. Il valore finanziario del ritorno di immagine è stato calcolato quantificando le OTS (Opportunty to see)[120], che ad esempio nel 2021 sono state 330 milioni, tra siti di informazione, articoli su quotidiani nazionali, audience delle principali emittenti televisive radio nazionali, pari ad un controvalore all'acquisto di 25,4 milioni di euro.

Il riconoscimento della capacità del Giffoni Film Festival di attivare negli anni processi di caratura internazionale e di potenziare il flusso turistico nelle aree interne della regione, valorizzando l'immagine della Regione Campania, rappresenta uno dei presupposti per l'attivazione del contributo finanziario a valere sulle risorse della politica di coesione.

Il Film Festival ha **sollecitato e favorito l'attrazione di investimenti pubblici a Giffoni Valle Piana**: negli ultimi 25 anni l'amministrazione locale è stata beneficiaria di oltre 50 milioni di euro, in buona parte a titolo delle politiche di coesione, per progetti strutturali relativi alla riqualificazione territoriale e alla costruzione di strutture direttamente o indirettamente sollecitate dall'idea Giffoni, come la realizzazione della Cittadella del Cinema e della Giffoni Multimedia Valley, il recupero del Castello e Borgo Medievale di Terravecchia (descritti in precedenza), dell'ex opificio industriale «Ramiera», del Complesso Monumentale San Francesco, la realizzazione di aule multimediali, l'adeguamento di impianti sportivi, la creazione ed il restauro conservativo di percorsi paesaggistici e parchi rurali ed urbani.

In generale viene osservato che la presenza del Festival a Giffoni negli anni abbia contribuito ad incrementare l'attrattività della cittadina, elevandone sicuramente i livelli di vivacità e di offerta culturale, stimolando servizi ed attività correlate (si pensi ad es. alla presenza dell'unico cinema nell'area aperto tutto l'anno), che ha anche coinciso con una fase di domanda di residenzialità in alcune zone del comune di più recente edificazione (come la zona lungo la SP25, asse viario di collegamento che proviene da Salerno), che secondo EAGE si riscontra a partire dagli anni '90 del secolo scorso (cui viene anche collegato un incremento dei valori del mercato immobiliare[121]). Sebbene non si possa certo stabilire una forma di correlazione diretta, i dati Istat sulla demografia indicano che dal 1991 al 2012 la popolazione residente è aumentata del 15% circa (passando da 10.490 a 12.074 abitanti), per poi decrescere del 4% nel decennio successivo (nel 2022 gli abitanti sono 11.602).

Negli anni recenti Giffoni sta rivolgendo lo sguardo alla più vasta **area dei Picentini** (Figura 3.7) per immaginare in modo più sistemico un progetto di sviluppo evolutivo che coinvolga i comuni gravitanti nell'area (progetto "Picentini 2020"[122]).

---

anche a un collegamento con l'aeroporto di Salerno – Costa d'Amalfi la cui apertura al traffico commerciale è prevista per il 2024.

[119] Esiste ad esempio una specifica linea del settore produzione che realizza video e altri format per promuovere la fruizione culturale da parte dei giovani di luoghi della cultura, come il Museo Nazionale di Pontecagnano ed altre realtà del territorio.

[120] L'OTS riguarda la frequenza media e il numero di opportunità che un pubblico ha di vedere un annuncio pubblicitario. Dati riportati da EAGE certificati dalla piattaforma intermediale Kantarmedia.

[121] Al riguardo non esistono però analisi di dettaglio, né è stato possibile approfondire questo aspetto in occasione della presente ricerca.

[122] Oltre Giffoni Valle Piana, il progetto dovrebbe vedere coinvolti i comuni di Acerno, Battipaglia, Bellizzi, Castiglione dei Genovesi, Giffoni Sei Casali, Montecorvino Rovella, Olevano Sul Tusciano, Pontecagnano Faiano, San Cipriano Picentino, San

Anche l'analisi del territorio condotta dal GAL Colline Salernitane nell'ambito della propria Strategia di Sviluppo Locale in anni recenti[123], evidenzia tra le altre, l'opportunità del Film Festival come "motore trainante della cultura cinematografica e del turismo di nicchia e giovanile", ma anche i rischi collegati ai consistenti tassi di disoccupazione con conseguente alta propensione all'espulsione di giovani con profili professionali elevati, la compromissione del patrimonio culturale e artistico e naturalistico, così come l'incremento di proposte turistiche già solide e molto competitive, legate alle destinazioni nelle zone costiere. Tra i fattori di debolezza sono evidenziati i bassi livelli di strutturazione integrata dell'offerta turistica in ambito rurale, l'assenza di un'immagine identitaria del territorio e delle sue risorse produttive ed ambientali, lo scarso orientamento extra localistico delle produzioni locali, quale portato di fattori culturali, di capacità produttiva e di attività di promozione e sviluppo, la modalità di conduzione aziendale orientata ad un approccio eccessivamente individualistico e scarsamente manageriale, aggravata dall'assenza di servizi reali ai soggetti imprenditoriali in tutte le fasi del processo produttivo. Il punto di vista del GAL evidenzia infatti la necessità che il sistema degli attori locali faccia passi avanti, da un lato per acquisire maggiore capacità di leggere le opportunità che si potrebbero generare (soggetti privati), di indirizzare il territorio in questo processo (Enti Pubblici), e dall'altro per cercare quel punto di saldatura tra Giffoni e le istanze espresse del territorio, nodo ancora irrisolto.

Altre ricerche rivolte al sistema delle imprese locali mettono in evidenza le esperienze di eccellenza da parte di iniziative imprenditoriali operanti in diversi settori dell'economia, nell'area che va dai Monti Picentini al Cilento, tra le quali figura evidentemente anche la realtà di Giffoni Experience[124].

Il brand "I Picentini", marchio nato anni fa, e che è stato anche oggetto di finanziamenti pubblici della coesione[125], è sinora rimasto tra le righe delle dichiarazioni di intenti e nei protocolli d'intesa tra i comuni dell'area. Gli attori locali, le singole amministrazioni, l'Ente Parco Regionale dei Picentini[126], il GAL Colline Salernitane[127], la Comunità Montana Monti Picentini[128], non sembrano sin qui riusciti a portare avanti un progetto coordinato di area, capace di sostenere una visione unitaria per valorizzare il territorio facendo efficacemente leva su dinamiche di sinergia e cooperazione.

La situazione non sembra quindi essere molto cambiata rispetto a quanto concludevano precedenti ricerche[129], dove si evidenziava l'assenza di un soggetto portante le funzioni di pianificazione, attuazione, controllo e revisione delle visioni strategiche sul territorio, in grado di superare "*tendenze allo spontaneismo, alla frammentazione e alla sovrapposizione delle iniziative presenti nell'area*

Mango Piemonte. Inoltre, prendono parte all'iniziativa il GAL Colline Salernitane e il Museo Nazionale di Pontecagnano (EAGE, Giffoni Identity, 2021).

[123] https://www.galcollinesalernitane.it/wp-content/uploads/2019/01/Presentazione-SSL-Gal-Colline-Salernitane.pdf

[124] Cfr. Le eccellenze tra i monti Picentini e il Cilento, in Banca delle Qualità Campane, 2016 (https://www.symbola.net/wp-content/uploads/2018/12/20x20_BATTIPAGLIA_web_1468311072.pdf).

[125] Ad es. il progetto *Picentini Experience – "Territorio d'identità"*: paesaggio, patrimonio culturale, agroalimentare (POC Campania 2014-2020, beneficiario Comune di Giffoni Valle Piana), è consistito in una serie di iniziative realizzate nel 2018 (escursioni e visite guidate ai beni culturali della zona e ad aziende agricole) per la valorizzazione del territorio e delle sue produzioni agroalimentari e che vede coinvolti, oltre a Giffoni Valle Piana, anche i comuni di Pontecagnano-Faiano, Montecorvino Pugliano, Acerno e Castiglione del Genovesi. Tra i prodotti agroalimentari promossi vi è la Nocciola Tonda di Giffoni IGP, il cui omonimo consorzio di tutela ha sviluppato anche una collaborazione con l'Ente Autonomo Giffoni Experience al fine di promuoverla al vasto pubblico festivaliero e sensibilizzare i partecipanti sul tema dei benefici del consumo di frutta secca.

[126] L'ambito territoriale del Parco Regionale dei Monti Picentini comprende i seguenti comuni: Bagnoli Irpino, Calabritto, Caposele, Castelvetere sul Calore, Chiusano San Domenico, Lioni, Montella, Montemarano, Montoro, Nusco, Santa Lucia di Serino, Santo Stefano del Sole, Senerchia, Serino, Solfora, Sorbo Serpico, Volturara Irpina (nella Provincia di Avellino); Acerno, Calvanico, Campagna, Castiglione del Genovesi, Eboli, Fisciano , Giffoni Sei Casali, Giffoni Valle Piana, Montecorvino Rovella, Olevano sul Tusciano, Oliveto Citra, San Cipriano Picentino e San Mango Piemonte (nella Provincia di Salerno), cfr. https://www.parcoregionalemontipicentini.it/Index.aspx

[127] I comuni che aderiscono al GAL sono Acerno, Castiglione dei Genovesi, Giffoni Valle Piana, Montecorvino Pugliano, Montecorvino Rovella, Olevano sul Tusciano, San Cipriano Picentino; San Mango Piemonte, e la Comunità Montana Monti Picentini (https://www.galcollinesalernitane.it/).

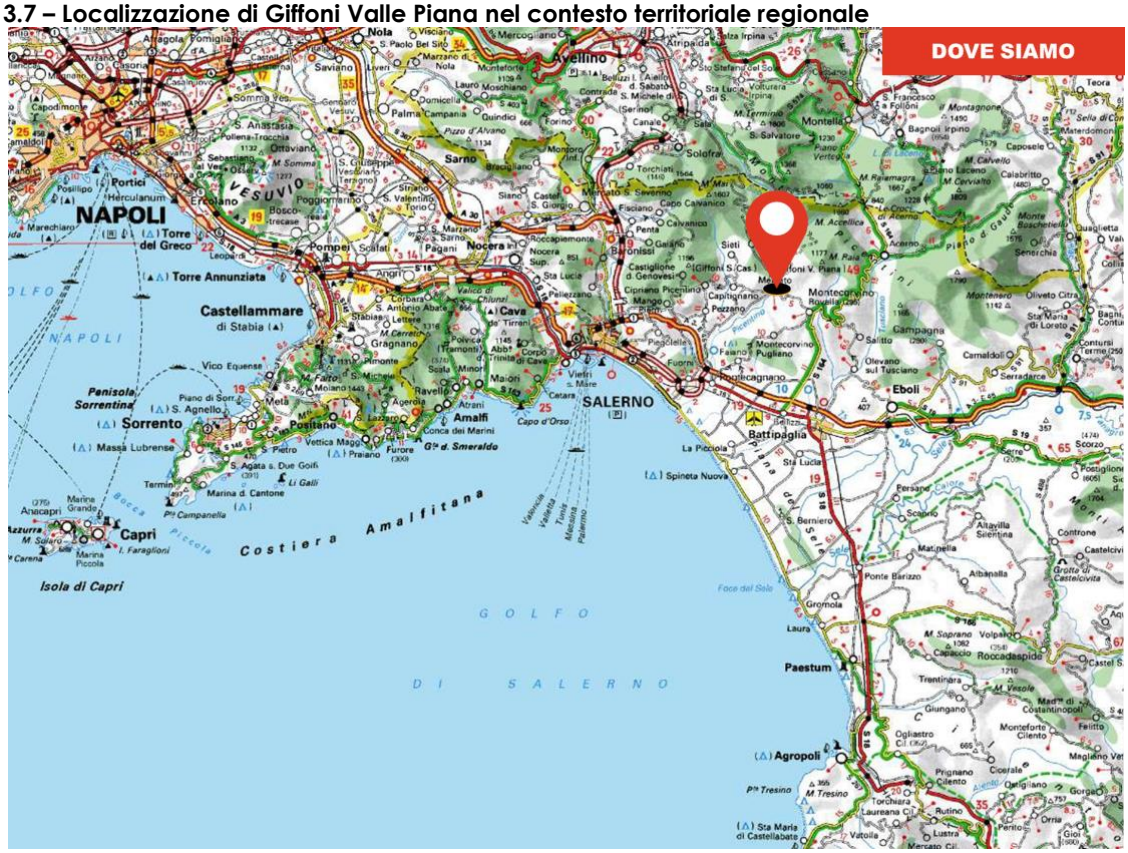
[128] È costituita dai Comuni di Acerno, Castiglione del Genovesi, Giffoni Sei Casali, Giffoni Valle Piana (dove ha la sede), Montecorvino Rovella, Olevano sul Tusciano e S. Cipriano Picentino.

[129] Annunziata Vita, Gli eventi culturali per la valorizzazione del territorio. Il caso del festival di Giffoni, n M.G. Lucia, P. Lazzarini, La terra che calpesto. Per una nuova alleanza con la nostra sfera esistenziale e materiale, Franco Angeli, 2015, pp. 248-272).

picentina", rilevando l'insufficiente consapevolezza maturata tra gli operatori locali, per arrivare ad un sistema di offerta turistica integrata, facendo anche leva sulla piattaforma Giffoni.

EAGE ha avviato delle riflessioni al riguardo, per assumere un ruolo propulsore ed imprimere una nuova spinta verso una visione di area più concreta, "Giffoni e la Valle delle Culture", una rete delle amministrazioni locali della Valle del Picentino, attraverso cui definire e portare avanti una strategia di sviluppo a base culturale[130]. In questa prospettiva la struttura tecnica dell'Ente Giffoni Experience sta organizzando un'azione di "centrale tecnica", offrendo supporto ed affiancamento agli enti locali della zona, a titolo non oneroso, per attività di progettazione, predisposizione di candidature per la partecipazione ad avvisi e bandi, la ricerca di finanziamenti, ecc. In questa area EAGE sta avviando un'indagine conoscitiva delle opportunità e delle criticità, con il coinvolgimento di giovani laureati, anche per restituire conoscenza e consapevolezza agli stessi amministratori, investitori e cittadini, e condividere con essi una lettura delle specificità e potenzialità dei rispettivi contesti. In prospettiva ci si attende di far nascere start up e gruppi di lavoro che affianchino le amministrazioni e le comunità di queste realtà, guardando soprattutto alle giovani generazioni, ad intercettare opportunità e risorse alla scala europea, statale o locale, che possano concorrere ad un progetto comune.

Figura 3.7 – Localizzazione di Giffoni Valle Piana nel contesto territoriale regionale



Fonte: EAGE

[130] Un "piano regolatore culturale" nelle parole di Claudio Gubitosi.

3.4 Esiti dell'indagine sugli investimenti di tutela e valorizzazione del borgo e del castello di Terravecchia

3.4.1 Gli interventi per la rigenerazione del borgo

Il borgo fortificato di Terravecchia è una frazione del Comune di Giffoni Valle Piana, sito su un colle che sovrasta l'abitato di Giffoni, da cui dista poco meno di 3 km.

Sulla sommità del colle al di sopra del borgo si trova il castello di Terravecchia, raggiungibile dal borgo lungo un sentiero pedonale, oppure attraverso una pista carrabile sterrata (Figura 3.8).

Figura 3.8 – Vista del borgo e del castello di Terravecchia

Fonte: Comune di Giffoni Valle Piana, "Borgo medioevale di Terravecchia". Relazione illustrativa (2009)

Il borgo rappresenta un complesso urbanistico di rilevante importanza storica, culturale ed architettonica, le cui origini vengono fatte risalire all'alto medioevo (VIII secolo), e probabilmente sorto su preesistenze di epoca romana. Il tessuto urbanistico segue l'orografia del luogo ed è costituito da edifici che mantengono le caratteristiche delle costruzioni medioevali, con compatte murature in pietra, muri alti ed estesi con poche aperture, corti interne, orti, terrazzamenti, e la sopravvivenza di spazi dedicati sia all'abitare sia alle funzioni produttive e di servizio a quella residenziale (frantoi, forni e cisterne, ecc.).

Alla fine degli anni '90 l'amministrazione comunale[131] ha avviato un'azione di recupero del borgo di Terravecchia e del sovrastante castello, a partire dall'esproprio e l'acquisizione al proprio demanio del castello e la cinta muraria del borgo di Terravecchia, cui alla metà degli anni '80 del secolo scorso era stato apposto il vincolo ministeriale di tutela[132], poi esteso nel 2003 alla maggioranza degli immobili del borgo[133].

La strategia di recupero puntava alla potenziale vocazione turistica del borgo di Terravecchia, favorita dalla sua posizione orografica, esposta a mezzogiorno con vista sul golfo di Salerno e sulla valle dei Picentini, dal contesto paesaggistico di pregio e dal clima mite, unitamente alle attrattive naturali del Comune e delle zone limitrofe (Parco dei Monti Picentini), e alla risonanza internazionale

[131] Guidata dall'allora sindaco Ugo Carpinelli.

[132] DM 14939 del 13 gennaio 1984 (http://vincoliinrete.beniculturali.it/VincoliInRete/vir/vincolo/listavincoliperbene205866).

[133] DM 31649 dell'11 febbraio 2003.

degli eventi legati al Giffoni Film Festival; la relativa facilità di collegamento con Salerno e Battipaglia, porte di accesso alle più consolidate destinazioni turistiche nella costiera Amalfitana e in quella Cilentana[134], avrebbero potuto determinare un rilancio economico del Comune di Giffoni Valle Piana, e dei comuni circostanti, inserendolo in un più ampio sistema di offerta turistica.

In questa prospettiva, il progetto per la rinascita del borgo:

- si inserisce nel Programma di Valorizzazione redatto nei primi anni 2000[135], con la previsione di attrarre nuovi flussi di residenzialità e ospitalità diffusa, e di creare un circuito di offerta di turismo rurale e culturale di qualità, complementare all'offerta del Giffoni Film Festival;
- rappresenta l'*idea-forza* del Progetto Integrato Territoriale (P.I.T.) "Agro Monti Picentini" (2004)[136], che punta alla creazione di un sistema turistico integrato, sviluppando e promuovendo il turismo culturale, scientifico ed ambientale attraverso il recupero e valorizzazione del patrimonio storico-culturale e ambientale esistente; una porta di accesso al comprensorio dei Monti Picentini (con il suo Parco regionale[137]), considerato un valore aggiunto all'offerta già qualificata del salernitano, per la collocazione strategica, tra Salerno, la costiera amalfitana ed il Cilento e le potenzialità legate ad una esperienza di scoperta di un territorio ricco di tipicità, unicità e tradizioni.

La visione strategica e il disegno unitario della progettualità portata avanti con decisione dal Comune per il recupero e la rigenerazione del borgo nei primi anni 2000[138], sembrano essere meno al centro dell'attenzione nei successivi assetti dell'amministrazione locale.

Le progettualità comprese nel programma di recupero del borgo hanno interessato quasi un ventennio a partire dalla fine degli anni '90 del secolo scorso.

In particolare, con il **primo intervento "Rinascita del Borgo Medioevale di Terravecchia", conclusosi nel 2002** (del valore di 9,7 miliardi di lire, pari a circa 5 milioni di euro), sono stati recuperati alcuni edifici significativi dell'insediamento medioevale, congiuntamente alla sistemazione urbanistica di tutto il borgo al fine di dotarlo delle infrastrutture necessarie a promuovere il ritorno degli abitanti del sito, e creare le basi per uno sviluppo turistico dell'area, con un sistema originale di ospitalità alberghiera.

Con il **successivo progetto di "Completamento Rinascita del Borgo Medioevale di Terravecchia**" (per almeno 3 milioni di euro)[139], articolato in vari stralci funzionali (Figura 3.9):

- sono stati recuperati immobili vincolati per destinarli a strutture ricettive con la finalità di ampliare la capacità ricettiva, sia per gli utenti ed i visitatori del Borgo e, più in generale, dei turisti in visita al limitrofo Parco Regionale dei Monti Picentini e ai piccoli centri rurali limitrofi dell'entroterra campano, in un'area dall'elevato valore paesaggistico ma ancora turisticamente non affermata, sia per contribuire a risolvere la domanda di ricettività collegata al Giffoni film Festival;

[134] Giffoni Valle Piana dista circa 10 km dai principali snodi autostradali (tangenziale, autostrada Salerno – Reggio Calabria, autostrada A30), mentre la stazione ferroviaria è Pontecagnano, a 12 km circa.

[135] Ai sensi dell'art. 2 della LR n. 26 del 18 ottobre 2002 recante "Norme ed incentivi per la valorizzazione dei centri storici della Campania e per la catalogazione dei beni ambientali di qualità paesistica" (https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2002/12/21/002R0799/s3). Il Regolamento d'attuazione della L.R. 26/02 (DGR n.1751 del 09.05.2003) prevede l'ammissione a contributo degli interventi finalizzati al recupero e rivitalizzazione dei centri storici che sono previsti nei programmi di valorizzazione.

[136] Il PIT "Agro Monti Picentini" è stato approvato dalla Regione Campania nel 2004 (dotazione finanziaria di circa 25 milioni di euro), ad esito dell'iter istruttorio e valutativo del NVVIP regionale (http://www.sito.regione.campania.it/burc/pdf04/burc12or_04/del178_04.pdf). Il PIT riguarda 10 comuni (Acerno, Castiglione dei Genovesi, Giffoni Sei Casali, Giffoni Valle Piana, Montecorvino Pugliano, Montecorvino Rovella, Olevano sul Tusciano, Pontecagnano Faiano, San Cipriano Picentino e San Mango Piemonte).

[137] https://www.parcoregionalemontipicentini.it/Index.aspx

[138] Sono gli anni in cui è Sindaco Ugo Carpinelli.

[139] Nell'interlocuzione con l'amministrazione comunale non è stato possibile ricostruire il dettaglio dell'entità e delle fonti di finanziamento dei vari lotti funzionali.

- sono stati ripristinati e sistemati i percorsi pedonali tra il borgo, il castello, e il centro di Giffoni Valle Piana (zona "Mercato"), sempre nell'ottica di aumentare accessibilità ed attrattività del borgo per alimentare un turismo eco-compatibile, e incontrare la domanda di fruizione indotta dal Festival del cinema;
- è stata restaurata la ex chiesa medievale di Sant'Egidio con funzione di sala conferenze e sono state realizzate le relative dotazioni infrastrutturali e reti di servizio; negli spazi restaurati si celebrano matrimoni con rito civile, conferenze e altri eventi;
- in un edificio non vincolato è stata realizzata una struttura ricettiva da destinare ad ostello (25 posti letto), articolata su più livelli: al piano terra un ristorante (circa 40 posti) e 12 stanze con servizi, ai piani superiori 2 suites. La struttura non è però mai entrata effettivamente a regime perché, a causa dell'insufficienza delle risorse finanziarie disponibili, non è stato possibile completare l'allestimento dei locali con gli arredi necessari, ed attualmente viene aperta solo sporadicamente (e non ad uso ricettivo), in occasione di eventi organizzati nell'ambito del Giffoni Film Festival o di altre manifestazioni legate alla promozione del territorio. L'Amministrazione comunale evidenzia che la struttura ha un costo di gestione molto elevato ed insostenibile per le capacità dell'ente, né ad ora ha potuto concretamente esplorare ipotesi di gestione pubblico-privata.

A partire dai primi anni Duemila l'amministrazione comunale ha intrapreso iniziative per favorire la valorizzazione e la fruizione degli spazi del borgo recuperati e rifunzionalizzati, promuovendo a tal fine la costituzione di un soggetto no profit "Associazione culturale Borgo Medioevale di Terravecchia" [140], che si proponeva di[141]:

- gestire in forma associata le iniziative di valorizzazione e promozione del borgo, sostenendone le attività culturali e ricettive localizzate nel borgo stesso (ove il caso anche per affitti di breve durata);
- fungere da raccordo per tutte le iniziative intraprese da istituzioni pubbliche-ai vari livelli di competenza-e private interessate alla piena valorizzazione dell'identità culturale, economica e sociale del borgo;
- organizzare e gestire itinerari artistici, storici, turistico-culturali, di valorizzazione dei prodotti tipici, rivolti alla promozione dell'offerta culturale del territorio di Giffoni Valle Piana, nonché garantire uno stabile rapporto di cooperazione con agenzie formative, musei, biblioteche, associazioni afferenti ai settori delle arti visive e performative con analoghi scopi di promozione culturale ed insistenti sul territorio di prima istanza locale, ma anche nazionale;
- pianificare in un arco temporale di breve e medio-lungo termine un programma strategico di sviluppo delle funzioni e delle attività sottese alla rivitalizzazione a fini turistico-culturali del borgo;
- promuovere singolarmente, in collaborazione con altri soggetti pubblici e privati, eventi e manifestazioni coerenti con la tradizione culturale del territorio, caratterizzati da particolare rilevanza ed innovazione relative alla restituzione di peculiari aspetti del borgo;
- favorire la localizzazione di centri formativi e di alta specializzazione all'interno del borgo su temi specifici quali la gestione di servizi culturali, la cinematografia, le arti visive e performative;
- svolgere attività di progettazione e di ricerca, anche a carattere internazionale, volte alla diffusione del patrimonio culturale locale e dell'immagine del comune di Giffoni Valle Piana;
- raccordare e promuovere interventi interistituzionali finalizzati all'attrazione di finanziamenti pubblici e privati.

[140] https://www.facebook.com/p/Borgo-di-Terravecchia-Associazione-culturale-100068526515610/?paipv=0&eav=AfaCx4Oc_OS4FBV0BOD3Zdg2rX1GFsmr-m51ATlJoZiZk2t41IZd47jW8Cl7yUuPNjl&_rdr

[141] https://atoka.io/public/it/azienda/associazione-borgo-medievale-di-terravecchia/138937dc7b98

Nel periodo di operatività l'associazione ha organizzato e gestito itinerari artistici, storici, turistico-culturali, operando in network con agenzie formative, musei, biblioteche e associazioni con analoghi scopi di promozione culturale sul piano locale e nazionale. Tra le iniziative più rilevanti e significative ospitate nel borgo vale la pena ricordare[142]:

- lo svolgimento di attività di alta formazione universitaria a cura dell'Università di Salerno nelle aule e nella foresteria all'interno di alcuni immobili resi disponibili dal Comune, attraverso la realizzazione di corsi *post-lauream,* master di tipo europeo-residenziali e stage di formazione di alto livello, tra questi si evidenzia la *Scuola Estiva sul Metodo e la Ricerca Sociale*, nata nel 2004, ed ospitata nel borgo per tredici edizioni (2002-2017)[143];
- FEST – *Festival of European Student Theatre*, un festival gestito da università europee con laboratori di teatro, fotografia, musica videoproduzione e liuteria;
- OLIVEWOOD, un evento di formazione sulla fotografia, sulla pittura e il teatro e anche sul lavoro di liutaio[144];
- *Il Borgo della Poesia*, organizzato in concomitanza con le manifestazioni del GFF, negli immobili recuperati assegnati ai ragazzi componenti delle giurie, agli addetti stampa e operatori dell'informazione, in cui 20 poeti e scrittori, tra i più importanti del circuito internazionale, provenienti da diverse nazioni e continenti, hanno vissuto il Borgo per una settimana, insieme con musicisti e studenti, giovani poeti e appassionati.

In questo periodo gli spazi recuperati del borgo sembrano essere stati connotati da una qualche vitalità ed animazione, grazie alla spinta dell'amministrazione locale, per il tramite della sopracitata Associazione culturale, con una concreta sperimentazione delle potenzialità collegate alla rinascita e valorizzazione dell'area (non si dispone però di dati sulla partecipazione del pubblico a queste iniziative).

Non si dispone di informazioni più puntuali circa modalità e strumenti di regolazione dei rapporti tra il Comune e l'Associazione per l'uso e la gestione degli spazi del Borgo, e pertanto non si possono formulare considerazioni più precise al riguardo.

Con la chiusura dell'associazione nel 2020, la gestione degli immobili è tornata in capo all'amministrazione comunale ed il Comune non ha ancora formulato una strategia chiara ed una visione prospettica circa il futuro del borgo[145].

Più di recente, considerata la necessità di condurre azioni manutentive delle prime opere realizzate sugli immobili recuperati oramai vent'anni fa, sono state attivate ulteriori progettualità:

- "Progetto di tutela, fruizione, valorizzazione, e digitalizzazione del Borgo di Terravecchia" in prevalenza finanziato dal Ministero della cultura (0,5 milioni di euro), e da Regione e bilancio comunale[146];
- recupero e rifunzionalizzazione del cosiddetto edificio "A" destinato a centro di aggregazione sociale con fondi del Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020[147].

---

[142] https://www.borghi-reloaded.polimi.it/borgo-di-terravecchia/index.html

[143] https://www.giovani.unisa.it/dodicesimascuolaestiva

[144] https://www.nadir.it/recensioni/OLIVEWOOD/olivewood.htm

[145] Per la manutenzione e gestione di altri immobili comunali fuori dal Borgo, come ad es. il complesso monumentale dell'ex Convento di San Francesco, sito alle pendici del colle di Terravecchia e anch'esso recuperato ad inizio anni Duemila, il Comune si avvale della sua in house "Azienda del Cittadino", operativa dal 2001 (https://www.aziendadelcittadinogvp.it/gestione-struttura-monumentale-ex-convento-s-francesco/).

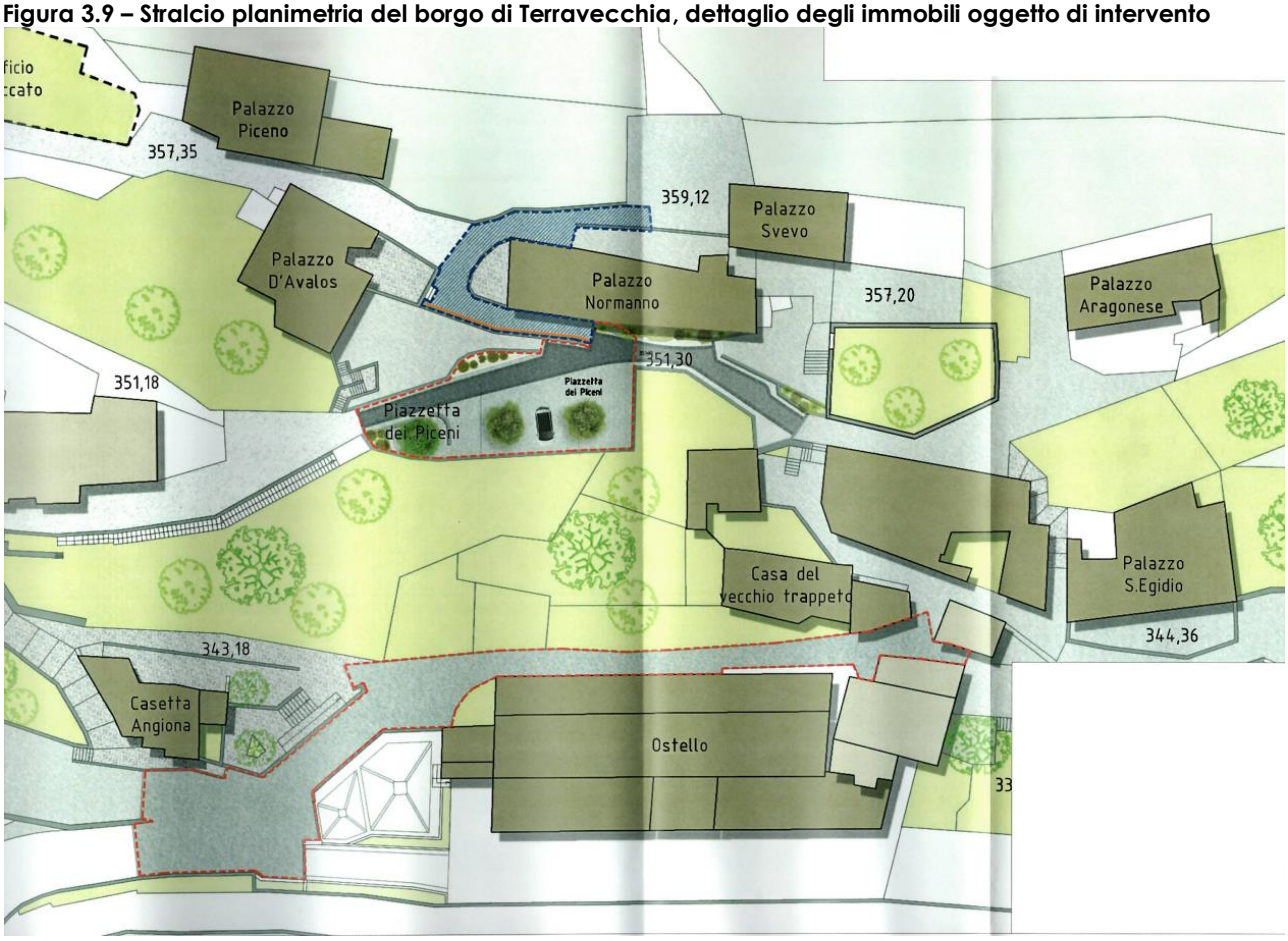
[146] Non è stato possibile acquisire dal Comune dettagli sull'importo e sullo stato di attuazione. Dall'intervista ad EAGE è emerso che l'Ente aveva partecipato nella prima fase di definizione del progetto ma non è stato coinvolto nelle fasi successive. La gara di appalto è stata indetta ad agosto 2022 (https://ww2.gazzettaamministrativa.it/opencms/opencms/_gazzetta_amministrativa/amministrazione_trasparente/_campania/_giffoni_valle_piana/110_ban_gar_con/020_att_amm_agg_pro/2023/0002_Documenti_1673609145205/).

[147] Non è stato possibile acquisire dal Comune dettagli sullo stato di attuazione.

Negli ultimi anni quindi l'atteso processo di rigenerazione sembra aver subito una battuta di arresto, che ha rallentato, e per certi aspetti compromesso, ed il raggiungimento degli obiettivi prefissati dal programma di investimenti, considerato che:

- le strutture realizzate negli immobili di proprietà comunale a fini di ospitalità e ricettività turistica di fatto non sono attive (se non sporadicamente ad es. in occasione del Festival ma solo per ospitare piccoli eventi), sono esposte a rischi di ammaloramento e degrado e necessitano di opere manutentive;
- l'aspettativa di incremento della residenzialità non sembra essersi verificata (il dato relativo ai circa 50 attuali proprietari di abitazioni e/o residenti non sembra essere molto dissimile dalla situazione di partenza e non sono disponibili dati ufficiali sulla situazione antecedente i lavori di recupero)[148].

Figura 3.9 – Stralcio planimetria del borgo di Terravecchia, dettaglio degli immobili oggetto di intervento



Fonte: Comune di Giffoni Valle Piana

3.4.2 Gli interventi per il recupero del castello

L'attivazione del circuito di offerta culturale legato alla rinascita del borgo di Terravecchia ha certamente risentito delle vicende legate alla conservazione e al restauro del castello, anch'esso caduto in stato di abbandono e avanzato degrado.

Il castello soprastante il borgo presenta un'articolazione planimetrica sviluppata intorno ad una corte centrale. È circondato da una doppia cinta muraria, mentre un ulteriore tratto di cinta parte

[148] https://fondoambiente.it/luoghi/borgo-di-terravecchia-giffoni-valle-piana?ldc. Non si dispone invece di dati sulla situazione preesistente agli interventi di recupero.

dal castello e, correndo lungo tutto il perimetro sud-ovest della collina, racchiude il borgo nella parte bassa, più vulnerabile difensivamente (Figure 3.10 e 3.11).

Eretto probabilmente in epoca precedente alla nascita del borgo (V-VI sec.), il complesso fortificato ha subito diversi rifacimenti in seguito a successive occupazioni, come si osserva dalla sovrapposizione di vari strati di muratura, sia nella parte interna che lungo la cinta muraria.

Il secondo e più significativo rimaneggiamento del complesso è riconducibile all'intervento di epoca sveva, voluto da Federico II. In seguito, il castello passa agli Angioini che si impegnano nella sistemazione delle fortificazioni, e poi in epoca aragonese appartiene alla famiglia D'Avalos e altri feudatari, fino ad arrivare agli inizi del XVIII secolo alla proprietà del duca di Torsi Don Carlo Doria. Con l'abolizione del regime feudale, agli inizi del XIX secolo il complesso fortificato viene acquistato dalla famiglia giffonese dei Dini, cui si attribuisce l'ultimo e più significativo intervento di restauro, risalente al 1880.

La successione delle differenti fasi costruttive con murature non perfettamente coese tra strutture esistenti e nuove addizioni, alternate a fasi di abbandono, nonché una serie di eventi sismici (l'ultimo risalente al 1980) determinarono lo stato di degrado che caratterizzava il complesso agli inizi degli anni '90.

Dopo l'espletamento delle procedure di esproprio, nel 2009, l'amministrazione comunale ha avviato una complessa operazione di conservazione e rifunzionalizzazione del complesso fortificato (costo complessivo di circa 4,5 milioni di euro, cfr. Tabella 2,4)[149], conclusa nel 2017, che ha interessato sia le porzioni superstiti sia quelle in stato di rudere, per la realizzazione di un centro polifunzionale ospitante un'area espositiva, una sala convegni, e una zona destinata a ricettività di lusso[150] (Figura 3.10).

Le lunghe tempistiche attuative sono dovute ad alcune varianti progettuali sopraggiunte, e alla difficoltà di gestione della logistica di cantiere, su cui ha gravato l'assenza di collegamenti tra il borgo ed il castello, rendendo necessario creare una viabilità alternativa, che a tutt'oggi rappresenta l'unica percorrenza carrabile, seppur non particolarmente agevole (pista non asfaltata né illuminata), tra il borgo e il castello.

L'assenza di una viabilità carrabile ordinaria[151], unitamente alle difficoltà dell'amministrazione comunale ad assicurare un presidio costante nel castello, costituisce un grosso impedimento alla pubblica fruizione del complesso, che viene aperto solo su richiesta e per gruppi organizzati.

Lo stato di parziale abbandono in cui versa il complesso fortificato, aggravato dai frequenti atti di furto e vandalismo (registrati anche in fase di cantiere) e dall'assenza di attività di manutenzione ordinaria, rischia di vanificare il consistente intervento di restauro realizzato, comportando la necessità di ulteriori risorse finanziarie per una corretta conservazione del complesso e per assicurare lo stato dei luoghi sicuro e fruibile.

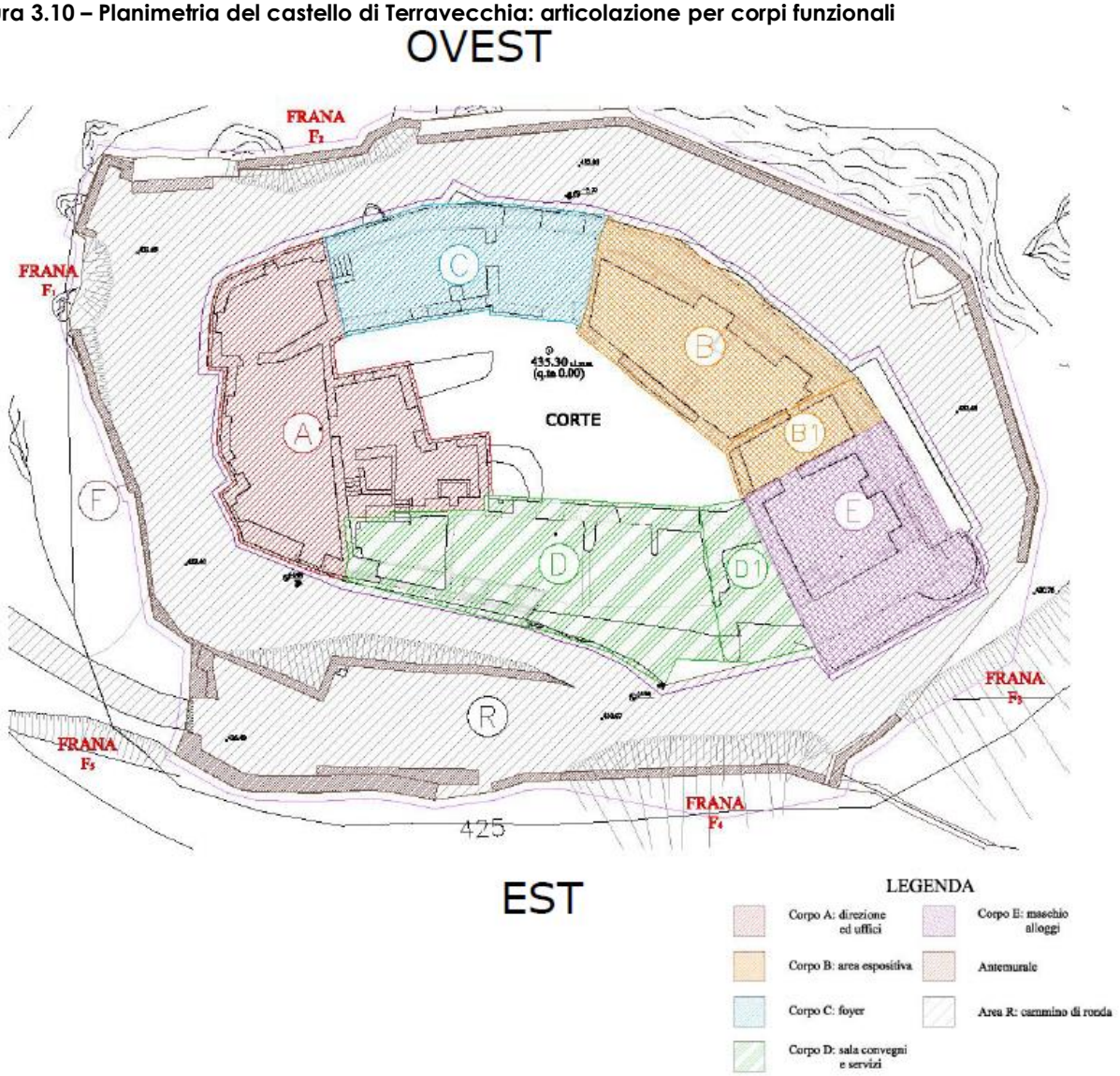
Anche per il complesso del castello resta aperto il tema cruciale della gestione degli immobili recuperati e di proprietà comunale, considerato che l'amministrazione non dispone delle risorse finanziarie e di personale per garantire una fruibilità continuativa, e né ha maturato una chiara intenzionalità sulle funzioni e sugli usi da assegnare al complesso, sulla base di un piano gestionale che dovrebbe considerare l'insieme degli asset entrati nelle disponibilità del comune, per un'analisi della complessiva sostenibilità economico-finanziaria, propedeutica a qualsivoglia ipotesi di coinvolgimento di altri soggetti, pubblici o privati.

[149] Progetto finanziato per la gran parte nell'ambito dell'Accordo di Programma Quadro Stato-Regione Beni Culturali e per la parte residua con la programmazione europea come iniziativa per l'accelerazione della spesa a valere sull'Obiettivo specifico 1.9 Beni e siti culturali del POR FESR Campania 2007-2013.

[150] Comune di Giffoni Valle Piana, *Relazione Tecnica e Paesaggistica. Restauro del castello*, 2014; Progetti Territoriali Integrati Spa, *Castello di Giffoni* (https://www.ptispa.it/wp-content/uploads/2016/03/PUBLIGVP1_ritagliato.pdf).

[151] L'amministrazione comunale dispone già da qualche anno di un progetto per il rifacimento della viabilità (asfaltatura e illuminazione), mancante di copertura finanziaria.

Figura 3.10 – Planimetria del castello di Terravecchia: articolazione per corpi funzionali



Fonte: Comune di Giffoni Valle Piana, Relazione Tecnica e Paesaggistica. Restauro del castello, 2009, p. 10

Figura 3.11 – Vista dall'altro del Castello di Terravecchia

Fonte: EAGE

4. EVIDENZE E APPRENDIMENTI VALUTATIVI

4.1 Cosa è cambiato a Giffoni Valle Piana

LE TRAIETTORIE E LE RAGIONI DEL CAMBIAMENTO: IL GIFFONI FILM FESTIVAL

Giffoni Film Festival è una storia eccezionale, un'esperienza unica, un'idea in cammino da oltre un cinquantennio, concepita e concretizzata grazie alle capacità e all'impegno di un attore locale, dalle spiccate attitudini relazionali, un forte senso di appartenenza a Giffoni Valle Piana - il piccolo centro della valle Picentina nell'entroterra salernitano dove questa esperienza è tuttora fortemente radicata – con l'aspirazione ad innescare processi di sviluppo in questo territorio.

Nei suoi cinquant'anni e più di esistenza lo schema stesso del Giffoni Film Festival è cambiato: nato come iniziativa prettamente locale, nel corso degli anni ha saputo evolvere divenendo una manifestazione di richiamo internazionale e sviluppando attività parallele e complementari che andassero a rafforzarne la portata, estendendo al contempo il periodo ed il ventaglio di attività dell'Ente e degli altri soggetti nati sotto il suo ombrello, fino a costituire un organismo articolato, che nelle pagine precedenti abbiamo descritto e definito come "ecosistema Giffoni".

In questo ampio orizzonte temporale, il Festival ha tracciato un articolato percorso di crescita e di evoluzione dell'idea originaria, e con esso è cresciuto e si è consolidato l'ente organizzatore, soprattutto sotto la spinta del suo fondatore, affiancato dal team che via via si è venuto strutturando in un'organizzazione che oggi conta più di cento addetti impegnati tutto l'anno.

L'evoluzione del "progetto Giffoni" può essere stilizzata attraverso gli attributi che lo hanno qualificato nel tempo: Giffoni come "*Experience*"(dal 2009) rappresenta l'espansione, sia temporale sia territoriale, che porta il Festival ed i suoi giovani partecipanti a fare esperienze anche fuori dai confini regionali e nazionali, a confrontarsi ed interagire sistematicamente con altri mondi e altre realtà; Giffoni come "*Opportunity*", che segna la fase attuale, con una apertura ad altri ambiti e settori di attività, dalle nuove tecnologie, all'innovazione e alla creatività, al green, al sociale, anche attraverso la nascita, nell'orbita dell'Ente autonomo, di nuove realtà associative e imprenditoriali con specifiche vocazioni e specializzazioni, che definiscono una nuova stagione di opportunità per Giffoni, la sua comunità di riferimento, ma non solo.

Oggi Giffoni si pone e si propone come *factory* culturale, con l'ambizione di creare nuove generazioni di creativi, artisti e innovatori.

La vicenda di Giffoni è, quindi, affatto scontata, né per la sua genesi, né per il progressivo e continuo divenire, imponendosi non solo tra gli eventi più rilevanti sulla scena nazionale e internazionale nel settore della cinematografia rivolta alle giovani generazioni, ma modellando un format a misura dei giovani, protagonisti assoluti dentro e fuori dallo schermo, in veste di giurati, di spettatori, organizzatori, ospiti. Tutto il meccanismo di Giffoni è pensato in funzione dei giovani, delle relazioni tra questi e la produzione e la fruizione culturale, e del loro posizionamento nella famiglia e nella società, esplorati attraverso i linguaggi e le narrative dell'arte cinematografica.

L'impatto dell'esperienza Giffoni sui giovani coinvolti nell'esperienza di giurati è indicativo del portato di politiche rivolte a promuovere la partecipazione culturale, sia a livello individuale sia di gruppi e collettività, con benefici che si distribuiscono in diverse aree dell'esistenza e nel caso delle giovani generazioni, gli effetti si riversano nel campo dell'apprendimento e dell'attenzione, dell'autostima e della leadership, dei disagi mentali e del comportamento, della capacità di scelta e valutazione. Se poi questa esperienza presuppone anche il dialogo interculturale e l'interazione

tra coetanei di diversi paesi e culture, le ricadute sono ancora più importanti per i valori di integrazione, inclusione e socialità.

Questo processo di progressivo consolidamento ed evoluzione dell'universo Giffoni è stato possibile grazie al contributo pubblico (riconosciuto con norma regionale dal 1984), e, in particolare, alla politica di coesione di fonte regionale, che dal 2010 assicura un finanziamento annuo all'Ente Autonomo Giffoni Experience per organizzare e realizzare l'edizione annuale del Festival, assumendo che il Giffoni Film Festival:

- rappresenta la più importante rassegna al mondo di cinematografia per ragazzi, ed è un'esperienza globale che intercetta tutti i campi della creatività e della cultura;
- costituisce un complesso di iniziative e di eventi che si articola per 250 giorni l'anno, coinvolgendo giovani di tutte le età, rappresentanti della cultura, artisti e operatori del settore, nonché famiglie italiane e all'estero;
- negli anni è stato in grado di attivare processi di carattere internazionale e potenziare il flusso turistico nelle aree interne della regione, valorizzando l'immagine della Regione Campania.

La relazione tra EAGE e Regione è quindi solida e accreditata. Emergono, tuttavia, alcuni punti da chiarire: il ruolo di "finanziatore spettatore" cui la Regione si sente relegata, con l'auspicio di una maggiore considerazione nella costruzione e attuazione della progettualità da parte di EAGE; la necessità di dover riaprire ogni anno l'iter negoziale sui tavoli regionali per la determinazione e concessione del contributo, e la conseguente difficoltà per l'Ente di immaginare la programmazione su più annualità, che pure avvantaggerebbe tutto il processo.

Come illustrato in precedenza (Cap. 3), il Festival e le altre tante attività che sono nate negli anni e che ad oggi sono calendarizzate praticamente per tutto l'anno, hanno sicuramente interagito con importanti processi di trasformazione di Giffoni Valle Piana e della sua comunità.

L'apparato organizzativo del Film Festival e delle altre attività che si svolgono collateralmente ad esso (laboratori, eventi musicali, seminari, presentazioni, dibattiti, ecc.), muove annualmente diversi milioni di euro di indotto che si riversa direttamente sul territorio di Giffoni e, a geometrie variabili, interessa un'area più vasta che dalla costa arriva al comprensorio dei Picentini. L'indotto diretto riguarda principalmente l'ambito occupazionale dell'Ente (la quasi totalità degli addetti è di provenienza locale), le filiere dell'accoglienza, ospitalità e ricettività (i giurati, gli ospiti, i talenti, ecc.), e quella della ristorazione e del commercio.

L'impatto reputazionale alle diverse scale - locale, nazionale, internazionale - e la forza comunicativa di Giffoni, hanno fatto sì che esso divenisse un marchio identitario e riconoscibile per il territorio, con ricadute sull'offerta e sulla domanda turistica.

Negli anni più recenti si sono sviluppate nuove attività economiche collegate al "Giffoni Experience", sia come effetto del Festival e delle altre attività offerte sul territorio, sia come indotto delle funzioni e dell'organizzazione dell'Ente Autonomo Giffoni Experience.

La ricaduta complessiva diretta e indiretta del fenomeno Giffoni non è però facile da apprezzare nel dettaglio: manca una analisi sistematica ed esaustiva dei suoi impatti diretti ed indiretti (né è stato possibile affrontarla nell'ambito della presente ricerca); tuttavia in occasione di alcuni studi condotti negli anni passati è stato stimato il potenziale effetto moltiplicatore determinato dal volume di risorse sviluppato annualmente da Giffoni, stimando che l'area interessata dai cambiamenti indotti dal GFF sia ben più ampia dei confini comunali, estendendosi al comprensorio dei Monti Picentini e, più in generale all'intera provincia salernitana.

A GIFFONI È L'EVENTO CHE ATTRAE L'INFRASTRUTTURA

La crescita della visibilità e dell'interesse attorno al fenomeno Giffoni ha facilitato, se non determinato, le condizioni per una rilevante operazione infrastrutturale, anch'essa sostenuta in massima parte dagli strumenti della politica di coesione a titolarità regionale (soprattutto a carico della programmazione nazionale "complementare" a quella dei fondi europei), dispiegatasi in oltre vent'anni, relativa alla progettazione ed edificazione della Cittadella del Cinema prima (attiva dai primi anni Duemila), e la Multimedia Valley poi (ultime opere in fase di completamento). Tale azione ha profondamente plasmato l'identità, l'immagine e la percezione dei luoghi (una zona poco fuori la parte più storica dell'abitato, in precedenza non urbanizzata), posizionando Giffoni in una prospettiva nazionale e internazionale, che arricchisce la sua comunità di esperienze umane e di valori creativi.

Tale complesso di infrastrutture è non solo funzionale all'evento del Film Festival, ma, come descritto in precedenza, rappresenta il baricentro attorno a cui gravita l'universo "Giffoni *Opportunity*".

L'iniziativa GFF ha quindi catalizzato l'attenzione istituzionale e amministrativa, nonché attirato il flusso delle risorse finanziarie necessarie all'amministrazione locale per realizzare questo complesso organico di infrastrutture funzionali alla manifestazione. Le opere sembrano aver comportato una serie di effetti trasformativi in termini urbanistici e socio-economici nell'area delle nuove edificazioni (che meriterebbero specifiche analisi per sostenere con maggiori evidenze quantitative la portata dei fenomeni ad oggi localmente percepiti): nascita di servizi e attività commerciali, fluttuazioni positive dei valori associati agli asset immobiliari.

Parallelamente, in altre zone dell'area urbana sono stati recuperati e rifunzionalizzati alcuni complessi ed immobili di particolare pregio storico architettonico (es. ex Convento di San Francesco, messo a reddito attraverso la gestione esternalizzata a soggetto in house dell'amministrazione locale), o testimonianze tangibili dei processi produttivi dell'economia locale (es. Antica Ramiera), poi entrati nel circuito degli eventi e delle manifestazioni promosse nell'orbita del Giffoni Film Festival.

Un'altra significativa operazione infrastrutturale realizzata dall'Amministrazione comunale con le risorse della coesione, già dai primi anni Duemila, è quella che ha riguardato una decina di immobili nello storico borgo di Terravecchia con il soprastante castello (a poca distanza da Giffoni Valle Piana), restaurati e recuperati per una loro rifunzionalizzazione in grado di attrarre nuova domanda sia di residenti sia di visitatori – turisti, con l'aspettativa di attivare nuove forme di economia del territorio, che potessero fare leva sulle risorse dell'area dei Picentini. Nonostante la progettualità abbia in buona sostanza assicurato la fase di riqualificazione fisica delle porzioni del tessuto edilizio del borgo, e più di recente delle strutture del castello (che resta comunque pressoché inaccessibile per problemi di viabilità), sembra invece essere mancata una solida analisi di quali fossero le opzioni strategiche e operative per conseguire gli attesi obiettivi di rigenerazione, attraverso la creazione di nuove attività collegate alla produzione e fruizione culturale e ai flussi turistici nell'area. Questo ha influito evidentemente sulla effettiva concretizzazione delle aspettative di cambiamento per Terravecchia e sugli attesi effetti di sviluppo per Giffoni e l'area circostante.

Una qualche forma di animazione del borgo, realizzata dall'associazione che per conto del comune si è occupata di gestire gli spazi comunali, si è registrata fino a pochi anni fa; oggi sia il borgo sia il castello sono di fatto inutilizzati, le strutture ricettive non del tutto fruibili, e le opere realizzate a suo tempo necessitano di nuovi interventi. A livello locale continua però a mancare una riflessione sul futuro di questo pezzo di identità giffonese, sui soggetti da coinvolgere e i processi da attivare; EAGE auspicherebbe di poter svolgere un ruolo, per dare nuovo impulso alla rivitalizzazione dell'area, che rappresenta in potenza un utile bacino di ricettività per i flussi di persone legate al Film Festival.

4.2 Dalle domande agli apprendimenti valutativi

Giffoni Valle Piana è uno degli otto casi individuati in sei regioni del Mezzogiorno per rispondere a tre macro-quesiti alla base della ricerca valutativa.

Per ciascuna delle tre domande valutative si forniscono a seguire argomenti e considerazioni derivanti dallo studio condotto a Giffoni Valle Piana.

4.2.1 In che termini e a quali condizioni gli interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale influiscono sui sistemi e le modalità di offerta, fruizione, uso dei beni?

A Giffoni questa componente della ricerca è stata esplorata in relazione agli interventi di tutela e valorizzazione degli immobili vincolati e di proprietà del Comune nel borgo storico di Terravecchia, e del vicino castello, con finalità di rigenerazione socio-economica ed aspettative di nuovi usi nel borgo per un'offerta ricettiva in termini di ospitalità diffusa, di promozione e attivazione di servizi ed attività legate alla fruizione turistico-culturale dell'area, a partire dalla domanda indotta dal Film Festival. Il castello sarebbe dovuto diventare un centro culturale e spazio museale di riferimento per tutto il territorio.

Come è stato anticipato in precedenza, questa correlazione tra progetto ed effetto non si è potuta dispiegare, sia per la mancata finalizzazione della funzionalità di alcune opere che ne ha limitato l'effettiva entrata a regime (es. Ostello parzialmente funzionante, mancata realizzazione viabilità di collegamento al castello), sia per una debole visione preventiva degli scenari attesi, dell'effettiva sostenibilità gestionale dell'iniziativa e delle formule più appropriate.

Come sovente riscontrato in analoghi contesti di policy, la progettualità rivolta al ripristino della dotazione fisica dei beni del patrimonio culturale, non viene accompagnata da un ragionamento approfondito sulle funzioni, le attività e le modalità gestionali che a tali beni si vuole associare, magari rinviando questa riflessione ad opere concluse. A Terravecchia la strategia di rigenerazione sembra aver sostanzialmente poggiato sulla progettualità di recupero degli asset immobiliari, ma non è stata esplicitata una pianificazione complessiva, alla luce di analisi di fattibilità e sostenibilità delle ipotesi progettuali e di un disegno più ampio che interessa anche la governance gestionale.

Successivamente alla conclusione dei primi interventi di restauro l'amministrazione comunale aveva comunque optato per demandare la gestione degli spazi rifunzionalizzati del borgo ad un'associazione di emanazione dell'ente stesso (scioltasi qualche anno fa). Per diversi anni tale assetto ha prodotto una certa frequentazione e conferito vitalità all'area, dimostrando le potenzialità di alcuni percorsi di fruizione e partecipazione culturale, anche con il coinvolgimento della comunità locale ed altri soggetti ed istituzioni del territorio. Pur in assenza di informazioni puntuali su questa esperienza e sulle ragioni della sua conclusione (nell'interlocuzione con l'amministrazione comunale non è stato possibile approfondire questo aspetto), emerge tuttavia abbastanza chiaramente che essa non avrebbe potuto ambire a soddisfare tutte le aspettative di sviluppo e di crescita socio-economica dell'area, come implicate dagli investimenti per la rigenerazione del borgo.

Anche il monumentale castello soprastante il borgo, seppure oggetto di un'azione di restauro terminata anni fa, rimane accessibile solo a piedi (manca il collegamento carrabile, il Comune è alla ricerca di finanziamenti per realizzarlo), e non è aperto al pubblico. L'Amministrazione locale non ha una visione chiara circa funzioni, modalità e soggetti da coinvolgere per la gestione, e a quali condizioni di sostenibilità ciò possa avvenire. Su questo fronte si registra tuttavia la consapevolezza circa la necessità di individuare quanto prima soluzioni in grado di dare un futuro a queste realtà, restituendole alla collettività, e scongiurare il rischio che le opere progressivamente

realizzate nell'ultimo ventennio vengano compromesse dal degrado derivante dal mancato uso e dall'incuria.

4.2.2 Quanto e in che termini gli interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale favoriscono la nascita e l'attrazione di attività economiche collegate e promuovono occasioni di sviluppo territoriale?

Giffoni Valle Piana ha acquisito notorietà per l'importante e consolidato attrattore culturale rappresentato dal Film Festival, che ha catalizzato l'attenzione e l'interesse nazionale ed internazionale su questo spicchio di territorio dell'entroterra salernitano, caratterizzato da una economia sostanzialmente rurale, dotazioni e risorse territoriali con potenzialità ancora da attivare, e piuttosto marginale rispetto ai flussi turistici di cui beneficiano le destinazioni localizzate sul versante costiero.

In oltre 50 anni il Film festival si è sempre più affermato in Italia e all'estero ed è diventato un brand autorevole e riconoscibile, che ha definito l'immagine di questo territorio ed ha dimostrato di generare ricadute per l'economia locale e regionale. La "macchina Giffoni" muove l'economia locale, favorendo la nascita di nuove attività economiche di servizi collegati al festival (esercizi di ristorazione e strutture ricettive, trasporti e logistica, sicurezza e altri servizi tecnici), offrendo opportunità di lavoro ai giovani laureati e diplomati del luogo, grazie anche alla collaborazione con il sistema dell'istruzione e dell'alta formazione, sostenendo ed accompagnando la nascita di startup ed organizzazioni che operano in diversi settori della creatività e dell'innovazione, con un focus sulle nuove generazioni e sul loro ruolo nel futuro della società.

Abbiamo già ampiamente rappresentato la circostanza per cui, grazie alla spinta e all'effetto traino del Festival, sul territorio di Giffoni Valle Piana siano confluiti negli anni importanti investimenti della politica di coesione per costruire spazi adeguati alla portata della progettualità di Giffoni Experience e per il recupero funzionale di beni del patrimonio pubblico esistente. Sono così nate la Cittadella del Cinema, inaugurata nel 2001, e poi la Giffoni Multimedia Valley, inaugurata nel 2017, un complesso architettonico che ha dell'eccezionale, per dimensioni, concentrazione e integrazione di funzioni, apparato e dotazioni tecnologiche; e senza considerare il capitale umano e la dimensione creativa che già oggi gravitano attorno a queste infrastrutture pubbliche, che hanno consentito l'ampliamento del pubblico e la moltiplicazione delle attività, aprendo ad una significativa fase di trasformazione evolutiva dello schema Giffoni, tuttora in corso. Nei prossimi anni si potrà osservare se ed in che termini le ulteriori funzioni che dovrebbero essere attivate nella Multimedia Valley (in particolare, Arena Grandi Eventi, spazi museali ed espositivi, ecc.), permetteranno di incrementare ed espandere l'attrattività di Giffoni oltre le date ed il target del Film Festival.

Tutto ciò è evidentemente avvenuto anche perché il Comune di Giffoni Valle Piana e l'Ente Autonomo hanno trovato un valido canale di interazione, che ha permesso negli anni di concretizzare i progetti e trovare le soluzioni per dare vita all'idea del Film Festival, consentirne lo sviluppo e l'espansione. Questo processo ha richiesto capacità di collaborazione, impegno e determinazione amministrativa per creare le necessarie condizioni di fattibilità urbanistica, finanziaria e tecnica. Presso i soggetti più direttamente coinvolti, Ente Autonomo, Comune, Regione, è unanime il convincimento e la soddisfazione per il lavoro sinergico che negli snodi cruciali ha compattato la filiera istituzionale nelle interlocuzioni con i livelli centrali e con l'Europa.

Oggi più che mai appare fondamentale rinsaldare questo dialogo cooperativo in una rinnovata dimensione partenariale, per definire le formule giuridico-amministrative, istituzionali e tecniche più appropriate ad assicurare la massima funzionalità gestionale degli asset pubblici, che, anche superando approcci e meccanismi tradizionalmente basati su logiche concessorie tra pubblico e

privato, permettano di sostenere al meglio il ruolo di presidio culturale e di hub della creatività a servizio del territorio, che costituisce uno dei profili di eccellenza della vicenda giffonese.

Il processo di confronto tra enti ed istituzioni locali dovrebbe ricostruire una visione unitaria sul futuro di Giffoni riprendendo le fila della strategia di rivitalizzazione del borgo e di rifunzionalizzazione del castello a Terravecchia. Come si è visto in precedenza, qui i flussi di investimento hanno riguardato gli interventi di recupero strutturale, ma è mancato un disegno strategico complessivo, e le pre-condizioni per costruire nuove opportunità di sviluppo non si sono effettivamente tradotte in effetti socio-economici interessanti e duraturi. Le strutture realizzate sono di fatto sottoutilizzate ed in certi casi non funzionanti, comportando oneri manutentivi e ulteriori fabbisogni finanziari, e producendo disvalore che va a detrimento dell'immagine e della reputazione delle amministrazioni preposte.

L'obiettivo di rigenerare il borgo di Terravecchia in chiave turistico-culturale ambiva anche ad un posizionamento strategico di un piano di sviluppo del più ampio comprensorio dei Monti Picentini, un'idea progetto che viene da lontano, e che la politica di coesione ha già incontrato nel passato (Progetto Integrato Territoriale 2000-2006 "Agro Monti Picentini"). Ad ora non si colgono esiti significativi di quella che voleva essere una politica integrata di valorizzazione territoriale capace di promuovere in modo unitario questa area, favorendone una maggiore attrattività e vivibilità.

Queste aspettative sembrano essersi in parte scontrate con una governance locale che tende ad essere frammentata e discontinua, e che fatica ad armonizzare le prospettive e le diverse velocità degli attori in gioco, mettendole a vantaggio di obiettivi comuni e di una strategia chiara e condivisa sul percorso da intraprendere. Sulla carta sembrano esserci le pre-condizioni per una attivazione di sistema degli opportuni livelli istituzionali ed amministrativi e dei soggetti intermedi presenti sul territorio (gli enti locali coinvolti nella progettualità della Valle Picentina, il GAL Colline Salernitane, l'Ente Parco Regionale Monti Picentini, nonché l'Ente Autonomo Giffoni), ma nella pratica questo fatica ad avvenire.

In questa trama dal disegno ancora non ben definito, Giffoni è una realtà solida ed evidente, che si muove su traiettorie piuttosto mirate, traguardando obiettivi di medio-lungo periodo con velocità di pensiero e di progetto, cui gli altri attori locali, a partire dalle amministrazioni, faticano a stare dietro.

Giffoni Experience può contare sulla propria autonomia decisionale, su un modello organizzativo fluido ed adattivo, e, grazie al contributo pubblico, sulla sostanziale certezza di bilancio. Questo rappresenta un fattore di stimolo e traino per le filiere territoriali, ma può anche ingenerare alcune forme di spiazzamento nelle dinamiche locali. Infatti, se gli interlocutori locali rimandano nel complesso segnali di riconoscimento e di apprezzamento per i benefici e le ricadute del Film Festival sul territorio e per l'azione di animazione svolta dall'Ente Autonomo, traspare anche da parte di questi soggetti una certa aspettativa di maggiore coinvolgimento.

Nella consapevolezza che comporre la visione strategica significa anche coniugare il marchio Giffoni con le altre identità territoriali, e, allo stesso tempo, superare l'attitudine alla frammentazione localistica e elevare la qualità progettuale, EAGE sta cercando di innescare alcuni meccanismi di apprendimento e di capacitazione, mettendo a disposizione delle collettività locali competenze e know-how maturati in questi anni, cercando un potenziale posizionamento in uno spazio della governance locale ancora fragile e a tratti disfunzionale, come è emerso dalle analisi dell'esperienza passata.

4.2.3 A quali condizioni le misure per la competitività di imprese e altri soggetti operanti nel Settori Culturali e Creativi stimolano processi innovativi e collaborativi di promozione, fruizione e uso del patrimonio culturale?

L'Ente Giffoni Experience è a tutti gli effetti un operatore della filiera culturale e creativa tra i più rilevanti ed interessanti sicuramente in Campania e a livello nazionale, ma in questo caso il meccanismo di sostegno analizzato non deriva dalle misure di incentivazione di imprese e altri operatori privati per incrementarne la competitività, solitamente attuate nell'ambito della politica di coesione.

Giffoni ha una sua fisionomia specifica, una sua natura e progettualità, legata intimamente al genio e alle capacità del suo carismatico ideatore, che svolge un fondamentale ruolo di indirizzo strategico. L'idea ha trovato realizzazione grazie alla visione condivisa dal gruppo di persone che negli anni sono state coinvolte nell'impresa, una fortunata combinazione di fattori che ha saputo trovare la chiave per consolidare e sviluppare il progetto, radicandolo in questo territorio e allo stesso tempo rendendolo un format universale, capace di entrare in sintonia con il resto del mondo. La vicenda di Giffoni è unica nel panorama nazionale, non è facile assimilarla o paragonarla ad altre realtà, che pure agiscono in questo ambito.

Questo carattere di unicità viene formalmente rimarcato a poco più di un decennio dalla nascita della manifestazione, quando verso la metà degli anni '80 il Festival viene riconosciuto dalla Regione Campania attraverso una norma regionale che ne sancisce l'alto valore quale mezzo di espressione artistica e di formazione e comunicazione sociale, strumento di promozione turistica e di diplomazia culturale dell'intero territorio regionale. Con questo riconoscimento si abilita un canale di sostegno pubblico, che, come si è visto in precedenza, dal 2010 viene formalmente incardinato nei programmi regionali della politica di coesione, rappresentando la voce finanziariamente più consistente delle entrate annue del bilancio dell'Ente Autonomo.

Con queste risorse viene assicurata la copertura integrale dei costi di organizzazione e realizzazione del Film Festival. In assenza del contributo pubblico l'apparato Giffoni non sarebbe sostenibile, come appare chiaramente dall'esame dei bilanci, in cui i costi di funzionamento – ed in particolare le voci relative al personale – incidono per oltre il 30% degli oneri, e sono interamente a carico dell'Ente.

Come già evidenziato, negli oltre cinquant'anni di esistenza, il Film Festival del cinema per ragazzi di Giffoni ha attraversato evoluzioni e trasformazioni che sono il riflesso dei cambiamenti della società, delle comunità e dei singoli individui - i bambini, i giovani, le loro famiglie, i docenti e gli educatori, e tutti gli operatori che si occupano della loro formazione e della loro crescita equilibrata. Già da tempo quindi Giffoni non è più solo il Festival, è anche un centro di produzione video e cinematografica, di formazione e di innovazione per il settore audiovisivo, un centro di sensibilizzazione e di conoscenza sulle tematiche ambientali e sociali che punta a raggiungere bambini e ragazzi in età scolastica attraverso il linguaggio del cinema.

Di conseguenza si è evoluto anche l'assetto dell'organizzazione, progressivamente articolata nei diversi rami di attività, con la nascita di nuovi settori come l'innovazione, la produzione e la formazione. Ha gemmato, nel corso degli anni, anche diversi ulteriori soggetti giuridici, profit (Giffoni Multimedia Service) e non profit (l'Associazione Aura), per rispondere alle sfide del mercato e offrire prodotti e servizi specialistici.

Se da un lato il flusso di risorse pubbliche e con esso le infrastrutture realizzate in funzione di Giffoni, hanno ovviamente favorito la stabilità dell'Ente, è anche vero che quest'ultimo ha usato questa condizione per moltiplicare le opportunità di azione, ed esplorare e sviluppare nuovi percorsi e progetti, che a loro volta hanno dato luogo alla nascita di soggetti autonomi e separati dall'Ente, che oggi rappresentano realtà interessanti ed in crescita. Come nel caso di Giffoni Innovation Hub

Srl, che si sta affermando nel campo dell'accompagnamento e dell'accelerazione di impresa, valorizzando e capitalizzando competenze e capacità maturate nello specifico contesto di Giffoni; e la Multimedia Valley, che è il nuovo motore di attività legate all'innovazione con un'attenzione specifica alla formazione e all'inserimento nelle nuove professioni dell'audiovisivo e del digitale.

Per realizzare questo ampio portafoglio di "attività culturali diverse", poste in essere in maniera sempre più determinata dall'Ente in vari campi della promozione e del welfare culturale, dell'inclusione e dell'innovazione sociale, della creatività e dell'innovazione tecnologica, una componente operativa della struttura dell'Ente è dedicata alla predisposizione di progetti e candidature per cogliere opportunità di finanziamento, sia nazionali sia europee (in media negli ultimi 4 esercizi finanziari 2019-2022 questa componente ha rappresentato il 6% degli oneri e il 10% dei proventi complessivi). A queste si aggiungono alcune "attività accessorie", di natura commerciale (che pesano il 3% degli oneri e il 6% dei proventi), tra cui figura però anche la gestione del cinema multisala, attività non economicamente vantaggiosa per via della domanda sottodimensionata rispetto ai costi di gestione, ma che viene comunque mantenuta in esercizio in quanto rappresenta un presidio culturale a servizio di un ampio bacino territoriale.

Giffoni assolve quindi di fatto ad una missione di interesse pubblico, che l'amministrazione locale non potrebbe altrimenti assicurare in questi termini, configurandosi come un soggetto capace di ibridare la sua natura no profit e solidaristica, con l'assetto di un'impresa sociale e la missione di un'istituzione culturale.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

AA.VV., (2016), "Giffoni Experience 2016. Un anno da vivere intensamente", Area Blu Edizioni

AA.VV., (2016), "Giffoni Experience. Il festival", Area Blu Edizioni

Annunziata, V., (2015), "Gli eventi culturali per la valorizzazione del territorio. Il caso del festival di Giffoni", https://www.iris.unisa.it/handle/11386/4647618

Apolito, P., (2004), "Il gioco del festival. Il romanzo del Giffoni Film Festival", L'Ancora del Mediterraneo editore

De Angelis M., Gaeta A., Orciuoli F., Parente M. (2020), "Designing situated learning experiences for smart cities: the Inf@nziaDigiTales3.6 experience", https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10494820.2020.1799024?journalCode=nile20

El Tarabishy, A; Parente, R. (2020), "Giffoni Film Festival: How to Morph a Rural Area in an Innovation Cluster in the Digital Arts Production", SAGE Publishing

Faraci, T.; Wallie (2020), "Un sogno chiamato Giffoni", Feltrinelli editore

Gallucci, C.; Bellelli, P.; Addeo, F. (2014), "The assessment of cultural experience through the measurement of cross-cutting skills: the Giffoni experience case study", https://www.iris.unisa.it/handle/11386/4507261?mode=complete

Istat, I percorsi museali in Italia nel 2018 (https://www.istat.it/it/archivio/245902

MIPA, Rapporto Finale, Servizio di Valutazione indipendente del PON Cultura e Sviluppo FESR 2014-2020, Valutazione del Programma "Cultura Crea" (Asse II), Marzo 2023 (http://ponculturaesviluppo.cultura.gov.it/my_uploads_pcs/2023/10/Rapporto-valutazione-Cultura-Crea.pdf)

Pallumbo, R. (2015), "Requisite variety in action: The "Giffoni Experience" case study", https://www.iris.unisa.it/handle/11386/4643891

Piredda M. (2022), "I festival del cinema in Italia. Forme e pratiche dalle origini al Covid-19", Carocci

Regione Campania, (s.d.), Le imprese culturali e creative della Campania, Repertorio degli interventi finanziati dal POR Campania FESR 2014-2020, Azione 3.3.2 https://regione.campania.it/assets/documents/295x200-impreseculturali-corretto-2.pdf

Vitolo, G. (2010), "L'energia della comunicazione giovanile. Analisi delle produzioni orali e scritte dei giovani giurati del Giffoni film festival", Aracne editore