

# GIO FESTIVAL

GIORDANO INTERNATIONAL OPERA FESTIVAL

Il festival del territorio **Gargano – Daunia**  
per una nuova **attrattività turistica**

Alessandra Arcese

*Coordinatrice Area Qualificazione Territori e Imprese*



CAMERA DI COMMERCIO  
FOGGIA



ISNART  
ISTITUTO NAZIONALE RICERCHE  
TURISTICHE E CULTURALI



## DAL VOCABOLARIO

**festival** – **1.** Festa popolare, spesso all'aperto, con musiche, balli, luminarie. **2.** Serie di manifestazioni e spettacoli, musicali, teatrali, cinematografici, per lo più periodici: *f. della canzone, f. del cinema; il f. di Sanremo, di Cannes, ecc*

(alla fr. **festivàl**; raro **festivale**) s. m. [dall'ingl. *festival* <fèstëvël> , che è dal fr. ant. *festival* <festivàl> «festivo», lat. mediev. *festivalis*].

TRECCANI

I festival possono essere una **risposta accessibile e diffusa** che consente a tanti e a tante di partecipare a programmi artistici, con un patto sostenibile e onesto stretto tra pubblico e comunità.

I festival devono essere anche **luoghi che si prendono cura** di chi vi partecipa, che si chiedono come poter migliorare e come garantire a tutte le persone di vivere esperienze uniche, di **stare bene** e di sentirsi, in qualche modo, a casa. Un festival non è un luogo asettico e neutrale.

Può e deve essere **un luogo in cui si prende parte.**



# LA MISSION



- **Valorizzare turisticamente** il territorio utilizzando la leva della **cultura locale**.
- **Riscoprire** la figura di **Umberto Giordano** e **riconnetterla** alla città di Foggia e alla Terra di Capitanata.
- Modificare la narrazione del territorio foggiano attraverso un **personaggio di levatura internazionale**.
- **Lanciare una proposta** integrata per un **evento di destinazione** capace di valorizzare e promuovere i territori **Gargano – Daunia**.



# IL FESTIVAL NEL CONTESTO ISTITUZIONALE

Il progetto, oltre ad essere in perfetta coerenza con le **finalità statutarie** e le competenze istituzionali dell'Ente camerale, si inserisce organicamente nelle **linee guida regionali**.

I **2 temi** della **Cultura** e del **Turismo**, infatti, sono stati affrontati dalla **Regione Puglia**, grazie al confronto con gli **stakeholder territoriali**, in maniera specifica e focalizzata su ciascun ambito, ma con un **dialogo continuo** tra gli attori delle due filiere, così come emerge dal Piano strategico regionale.

## 5 ambiti da approfondire e integrare



### ...nel **TURISMO**:

#### 5 AREE

Comunicazione  
Promozione  
Accoglienza  
Innovazione  
Prodotto

#### 5 PRODOTTI TURISTICI

Arte e tradizioni, enogastronomia,  
sport natura benessere,  
mare e nautica, MICE e wedding



### ...nella **CULTURA**:

#### 5 TEMI

Prodotto  
Identità  
Innovazione  
Impresa  
Lavoro

#### 5 SETTORI CULTURALI

Editoria, audiovisivo,  
beni culturali, arti visive e design,  
spettacolo dal vivo

PUGLIA365



ISNART  
ISTITUTO NAZIONALE RICERCHE  
TURISTICHE E CULTURALI



# IL FESTIVAL: IDENTITA' E VALORI



## INCLUSIVO

unisce **soggetti pubblici**  
(Comuni ed Enti  
sovracomunali) e **privati**  
(imprese culturali e creative,  
imprese della ristorazione, della  
ricettività, tour operator, etc.)



## DIFFUSO

potrà includere tutti i  
**comuni** della provincia  
di **Foggia** che vorranno  
**ospitare iniziative**  
previste dal progetto



## TRASVERSALE

**cultura e turismo**  
collaborano alla  
**valorizzazione**  
dell'intero **territorio**



## MULTITARGET

l'Opera che esce dai  
teatri e contamina altre  
arti e interessa un  
pubblico ampio



## PROIETTATO

Un **impegno su più anni**:  
il 2025 è stato l'anno di  
preparazione e il 2026  
l'anno di lancio e  
svolgimento del Festival.



# GLI OBIETTIVI: CULTURA, COMUNITÀ, TERRITORIO



## CULTURA APERTA E ACCESSIBILE

**Musica classica, moderna e bandistica, teatro, cinema, arte,** visita ai luoghi culturali della città e dei borghi che ospiteranno gli appuntamenti del Festival Umberto Giordano.



## COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ

Contest e iniziative per i **giovani** e partecipazione delle **istituzioni**, delle **realità associative** e delle **imprese locali**.



## VALORIZZAZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO

Il momento clou del Festival vedrà protagonista la **città di Foggia**, ma gli appuntamenti proseguiranno nei borghi di **Gargano** e **Daunia** per coinvolgere i turisti già presenti e richiamare i potenziali.



# UN PROGETTO: MOLTEPLICI TARGET



## TURISTI

Visitatori attratti dall'evento, dal contesto territoriale e dalla cultura che esso può offrire.

## COMUNITÀ LOCALE

Residenti, famiglie, negozianti, artigiani: tutta la popolazione che vive in prima persona il territorio e lo riscopre grazie alle attività del festival.

## MELOMANI E APPASSIONATI

Gli amanti della lirica, della musica classica, del teatro e della danza, anche senza competenze tecniche

## NUOVE GENERAZIONI

Studenti di scuole, università e accademie coinvolti tramite attività dedicate.

## CURIOSI

Spettatori generalisti e turisti in cerca di un'esperienza culturale e di intrattenimento

## ESPERTI

Artisti, tecnici, operatori culturali che lavorano e crescono grazie al festival.



ISNART  
ISTITUTO NAZIONALE RICERCHE  
TURISTICHE E CULTURALI

# UN FESTIVAL, QUATTRO PROSPETTIVE

## DIMENSIONE ARTISTICA

- Allestimenti operistici
- Concerti
- Giordano, la danza, il teatro
- Giordano in jazz
- Giordano al cinema

## DIMENSIONE CULTURALE

- Incontri giordaniani
- Mostre "La Giordaniana"
- Visite guidate ai luoghi giordaniani
- Masterclass e workshop per giovani cantanti e musicisti
- Un Giordano di classe

## ENTERTAINMENT

- La Notte di Giordano
- Un Giordano, s'il vous plait!
- La notte bianca "Giordano & friends"

## DIMENSIONE SOCIALE

- Coinvolgimento della comunità e delle attività imprenditoriali locali
- Opportunità di socializzazione e creazione di reti sociali





# RACCONTARE IL FESTIVAL: IL LOGO COME IDENTITÀ VISIVA

## Il logo e lo studio sull'applicabilità



Le 3 lettere sono state integrate con elementi e personaggi delle opere di Umberto Giordano: da Fedora alla corona de Il Re, dai musicisti ai cantanti, da Andrea Chenier agli elementi scenici.

Il tutto in un tripudio di colori, per sottolineare le sfumature dei significati e dei personaggi di Giordano.



ISNART  
ISTITUTO NAZIONALE RICERCHE  
TURISTICHE E CULTURALI

# RACCONTARE IL FESTIVAL: IL LOGO COME IDENTITÀ VISIVA

Verifica della leggibilità e della versatilità in diversi contesti grafici.  
**Bicromie** – il test in versione **black** and **white** per



ISNART  
ISTITUTO NAZIONALE RICERCHE  
TURISTICHE E CULTURALI

# RACCONTARE IL FESTIVAL: IL LOGO COME IDENTITÀ VISIVA

## Realizzazione del logo e studio sull'applicabilità

Il logo è stato sperimentato su **vari supporti** – locandine, merchandising, poster pubblicitari – per garantirne l'efficacia comunicativa in ogni declinazione.





# RACCONTARE IL FESTIVAL: IL LOGO COME IDENTITÀ VISIVA

Altri esempi di applicazione.



ISNART  
ISTITUTO NAZIONALE RICERCHE  
TURISTICHE E CULTURALI



# RACCONTARE IL FESTIVAL: LE ATTIVITA DI COMUNICAZIONE & PROMOZIONE

- **Conferenza stampa a Milano**, città in cui Umberto Giordano trovò la fama, dove visse gli ultimi anni della sua vita e dove morì.
- **Evento di presentazione e di anteprima** del Festival al territorio foggiano presso il Teatro Umberto Giordano di Foggia.
- **Comunicazione e promozione** rivolta al pubblico nazionale – con un’attenzione particolare dedicata ai melomani – per la prima edizione ma con l’ambizione di **uscire dai confini nazionali** dalle prossime edizioni, senza dimenticare **il coinvolgimento dei turisti che sono già sul territorio**.
- **Una landing page e un’app del GIO Festival** ospiteranno il programma degli eventi, le informazioni utili e le imprese aderenti all’iniziativa.



# RACCONTARE IL FESTIVAL: LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE & PROMOZIONE

## Conferenza stampa di lancio

A Milano, città in cui Umberto Giordano trovò la fama, dove visse gli ultimi anni della sua vita e dove morì.

In corso di verifica la possibilità di organizzare l'evento presso il Teatro Alla Scala.

## Evento di apertura

del Festival al territorio foggiano presso il Teatro Umberto Giordano di Foggia.

## Comunicazione e promozione

rivolta al pubblico nazionale – con un'attenzione particolare dedicata ai melomani – per la prima edizione ma con l'ambizione di **uscire dai confini nazionali** dalle prossime edizioni, senza dimenticare **il coinvolgimento dei turisti che sono già sul territorio.**

## Landing page e app dedicate

ospiteranno il programma degli eventi, le informazioni utili e le imprese aderenti all'iniziativa.



# COSA CI ASPETTIAMO DA **GIO FESTIVAL**

**GIO FESTIVAL** vuole essere un **acceleratore di trasformazione urbana a trazione turistica sostenibile**, pensato e fatto per abitare e far vivere luoghi, non per trasformarli in location.

**GIO FESTIVAL**, nasce dalla condivisione di **un'idea contemporanea della festa**:

- dove provare a **costruire spazi di senso e ricordi** che sappiano **sopravvivere alla durata dell'evento**
- che possa **generare esperienze culturali trasformative**, capaci di diventare **i veri attrattori turistici**
- che si faccia **spartito** su cui si dipaneranno le note della musica giordaniana, **colonna sonora di un cambiamento** che potrà contribuire al riscatto civile e allo sviluppo utile e sostenibile per l'intera provincia foggiana.

Una iniziativa che **non può prescindere dalla comunità civile, sociale ed economica**: una sfida che è **costruzione collettiva** verso il recupero di una **memoria di valore** con Umberto Giordano che si fa icona e che diventa risposta ai desideri di riappropriazione culturale prima ancora che di promozione turistica territoriale.



# Grazie per l'attenzione.

Alessandra Arcese

*Coordinatrice Area Qualificazione Territori e Imprese*



CAMERA DI COMMERCIO  
FOGGIA



ISNART  
ISTITUTO NAZIONALE RICERCHE  
TURISTICHE E CULTURALI

