

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

fèstival – **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



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 **realtà 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, negozi, 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.

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 plaît!
- La notte bianca "Giordano & friends"

DIMENSIONE SOCIALE

- Involgimento 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



FESTIVAL
GIORDANO INTERNATIONAL OPERA FESTIVAL

Le 3 lettere sono state integrate con elementi e personaggi delle opere di Umberto Giordano: da Fedora alla corona de Il Re, dai musici 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.

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



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.



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 ATTIVITA 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

