

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA
SCUOLA DI LETTERE E BENI CULTURALI

Corso di laurea in
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E SOCIALE

PIANO DI VALORIZZAZIONE TERRITORIALE:
IL CASO DELL'ACROPOLI DI PATERNÓ

Tesi di laurea in
ECONOMIA DELLA CULTURA

Relatore: Prof. Mazzanti Massimiliano

Correlatore: Prof. Massimo Di Menna

Presentata da: Giusi Meli

Seconda Sessione

Anno accademico

2012-2013

Indice

Introduzione	1
---------------------	----------

Capitolo I

Valorizzare e Comunicare

1.1	Valorizzazione	4
1.2	Comunicazione	5
1.2.1	Comunicazione di un patrimonio culturale: fra tradizione e modernità	7
1.2	Linee guida per la realizzazione di un piano di valorizzazione	9
1.3	Brand	12

Capitolo II

Stato dell'arte: storia, architettura e vincoli burocratici dell'acropoli di Paternò

2.1	Dominazioni: fra strategia e potere	14
2.2	San Francesco alla Collina	19
2.3	Castello normanno: fra arte e ingegno	22
2.3.1	Architettura del castello	23
2.3.2	I tre personaggi chiave della storia del Castello	32
2.3.2.1	Ruggero d'Altavilla	33
2.3.2.2	Federico II di Svevia	34
2.3.2.3	Bianca di Navarra	36
2.4.	Area circostante	38

2.5	Oggi: fra caso mediatico e contesa legale sui diritti di proprietà del castello	39
-----	---	----

Capitolo III

Valorizzazione, ideazione e pianificazione pubblicitaria

3.1	Cultura e creatività: dal macro al micro sistema locale	43
3.2	Pianificazione	46
3.2.1	Prima fase: individuazione degli ambiti di rilevanza e conseguimento delle azioni intraprese	47
3.2.2	Seconda fase: apertura del castello al pubblico	49
3.3	Strategie	51
3.3.1	Blog	52
3.3.2	Concorso delle idee	52
3.4	Programmazione pubblicitaria	53
3.4.1	Preventivo	54
3.5	Fundraising	56
3.5.1	Calcolo del punto di pareggio	59
3.6	Crowdfunding	60

Capitolo IV

Il blog

Paternò: Arte Storia e Guerra

4.1	Ideazione del blog	64
4.2	Target	68

4.3	Obiettivi e strategie	69
4.3.1	Fan Page Facebook e collaborazione con Paternesi.com	71
4.4	Budget, tempi e risorse	72
4.5	Google WebMaster Tools	73
4.6	Misurazione dei risultati	74
4.7	Statistiche di WordPress	75
4.8	Insights Facebook	76
4.9	Figure professionali e collaborazioni	78
Conclusioni		79
Appendice		

Abstract

La comunicazione pubblica è una disciplina che si occupa della gestione da parte delle amministrazioni pubbliche degli interessi condivisi da un gruppo di individui.

Tali interessi possono essere di diversa natura e coinvolgere diverse sfere della vita del cittadino; i soggetti coinvolti partecipano pertanto a questi processi contribuendo attraverso la propria esperienza alla selezione di quelli ritenuti di maggiore rilevanza per il benessere delle comunità.

Una comunicazione ben articolata e aperta alle esigenze reali del contesto in cui si sviluppa è fondamentale per la formazione di nuove strategie e per lo sviluppo di nuovi e sempre più accurati processi per l'innovazione.

La cultura dell'informazione e della trasparenza ha cambiato in meno di una ventina di anni il modo di pensare e di agire delle istituzioni pubbliche, ormai sempre più aperte al dialogo e consapevoli dei limiti imposti dalla mancanza di un legame forte con chi realmente usufruisce dei servizi erogati. Attraverso le scelte operative delle amministrazioni è possibile produrre un incremento sostanziale del benessere percepito dalla popolazione, ottenendo risultati migliori in termini di soddisfazione globale da parte dei cittadini ed un maggiore coinvolgimento dei medesimi alle attività promosse per lo sviluppo sociale, economico e culturale di una città.

Uno studio attento del territorio e delle sue potenzialità contribuisce all'individuazione di tutte quelle variabili utili a una crescita sostanziale dell'economia della città e al suo inserimento in percorsi di rilievo anche a livello nazionale.

L'incremento del turismo è importantissimo per l'economia di un Paese poiché attiva dei processi di produzione e consumo di beni e servizi scambiati su più mercati fra di loro collegati, ed implica l'uso complementare di più risorse (beni pubblici o beni di proprietà comune) che regolamentano la crescita economica di un determinato luogo. Operare nel campo del turismo, pianificando e organizzando al meglio i propri patrimoni culturali, implica la possibilità di sviluppare le potenzialità insite nel territorio al fine di ottenerne nel tempo il

rafforzamento dell'identità locale, prospettando per gli attori di tale processo la possibilità di un guadagno stabile nel futuro.

La valorizzazione dei patrimoni culturali è tutelata dallo Stato ed è soggetta ad una serie di normative, anche internazionali, che tendono a salvaguardare beni materiali ed immateriali indistintamente, nell'interesse non esclusivo del territorio in cui essi sono collocati.

Tutto il patrimonio ereditato nella storia dell'umanità è di interesse pubblico. Deve essere quindi salvaguardato e tutelato nell'interesse delle generazioni presenti quanto di quelle future.

Lo studio effettuato per la realizzazione di questo progetto ha lo scopo di esporre le potenzialità insite nel territorio di Paternò, uno dei comuni più grandi della provincia di Catania.

La ricchezza di questa cittadina è data dalla sua collocazione strategica fra la Valle del Simeto, la piana di Catania ed il vulcano Etna; questa condizione rende ancora più prezioso questo luogo che purtroppo nonostante il patrimonio storico e culturale che lo caratterizza non è ancora stato inserito in un circuito turistico ben definito. La sua posizione geografica favorisce inoltre l'accesso veloce alla riserva dell'Etna e lo sviluppo economico di una fiorente agricoltura locale. La cittadina è posta nel cuore della Sicilia orientale, è legata a tradizioni religiose molto forti ed è ricca di giovani attivamente coinvolti nella vita politica. Le risorse artistiche, ambientali, culturali e folkloristiche di questo luogo, costituiscono degli elementi di discussione importanti; la probabile piaga creata nel cuore della cittadinanza a causa della chiusura al pubblico per motivi prettamente politici e burocratici del suo bene principale, il Castello Normanno, ha già suscitato forme di attivismo locale abbastanza rilevanti.

Il progetto sviluppato ha lo scopo di formulare una proposta di valorizzazione e riqualificazione territoriale partendo dal recupero di alcuni degli edifici della collina storica di Paternò e organizzando la loro messa in fruizione in termini non solo di recupero strutturale, bensì anche di comunicazione e informazione. Le risorse disponibili sul territorio vanno quindi messe in evidenza anche attraverso l'ausilio dei moderni strumenti del marketing della comunicazione.

Nel primo capitolo di questo elaborato viene presentato il tema generale del lavoro svolto attraverso una dettagliata esposizione del significato dei concetti chiave: valorizzazione, comunicazione e patrimonio culturale.

La valorizzazione di un patrimonio culturale è un'azione svolta in genere dalle pubbliche amministrazioni ed ha lo scopo di garantire la diffusione del sapere e della conoscenza attraverso azioni mirate.

Le attività di promozione e comunicazione di un bene vanno sviluppate in maniera organica e traggono spunto in primis da direttive internazionali che orientano verso una visione completa del tema, distinguendo i beni in categorie ben definite spesso fra di loro complementari.

Il secondo capitolo è il risultato di uno studio attento dell'acropoli di Paternò.

Attraverso lo sviluppo di un'analisi precisa dei vari edifici, della storia delle dominazioni sul luogo e dei personaggi storici che vi hanno transitato lasciando le loro tracce, è possibile rilevare l'importanza dell'area dal punto di vista culturale e architettonico, consentendo l'individuazione di tutte le caratteristiche rilevanti per lo sviluppo del piano di valorizzazione e l'elaborazione dei contenuti utili a definire la necessità di un incremento del turismo in loco. Particolare attenzione va rivolta all'Ex Convento di San Francesco alla Collina, monumento per il quale è stata proposta un'opera di restauro molto articolata al fine di ottenerne il totale ripristino, avviando così l'opera di riqualifica dell'intero parco archeologico.

La parte di fine di questo capitolo è invece dedicata all'analisi della situazione attuale in termini più critici e rileva con precisione i limiti burocratici imposti principalmente sull'edificio normanno, soggetto di una contesa legale ancora in atto fra l'amministrazione locale e la Regione Sicilia.

Il terzo capitolo sviluppa al suo interno il piano di valorizzazione territoriale del patrimonio culturale della città di Paternò. Dopo infatti un'analisi attenta delle qualità e degli elementi critici del bene in questione si passa all'ideazione del progetto attraverso lo sviluppo delle varie fasi in cui deve essere articolato; seguono poi, la fase di pianificazione delle strategie comunicative dei vari locali e la strutturazione dei preventivi pubblicitari connessi all'attività di promozione degli eventi culturali conseguenti all'apertura degli edifici storici.

La cultura è una fonte di ricchezza inesauribile, un bene il cui effettivo consumo produce una crescita globale della cittadinanza e l'affermarsi

dell'identità nazionale. Attraverso l'impiego di forme innovative di sviluppo economico, quali il *fundraising* ed il *crowdfunding*, applicate ad iniziative di tipo culturale, è possibile prospettare il reperimento di fondi economici adeguati alle azioni perseguite senza scopo di lucro, bensì mirate ad un'adeguata finalizzazione delle entrate anche per lo sviluppo di processi partecipativi della cittadinanza e dove possibile inclusivi per eventuali forme di finanziamento anche da parte di azionisti privati.

Il quarto ed ultimo capitolo, è suddiviso sostanzialmente in due parti. Nella prima parte si espongono le modalità di realizzazione del blog, nella seconda le indagini svolte grazie agli strumenti offerti da Google per potenziarne la visualizzazione sui motori di ricerca.

Le aziende, pubbliche quanto private, hanno un sostanziale interesse nel realizzare una pagina di consultazione online, poiché dalla medesima si attendono dei risultati specifici.

Nel caso del blog realizzato sulla città di Paternò, lo scopo primario è quello di aumentare la visibilità del patrimonio artistico rafforzando l'identità territoriale. Il blog si propone quindi come una vetrina attraverso cui parlare di temi culturali di rilievo con un linguaggio accessibile e mirato alla piena valorizzazione del bene materiale e di tutte le sue varianti immateriali. Ciò consente di aumentare il valore percepito del "prodotto" raggiungendo anche fasce di pubblico non esplicitamente interessate alla sua esistenza grazie alla diffusione virale dei suoi contenuti.

Google WebMaster Tools, gli strumenti di analisi di *WordPress* e i dati rilevati dalle *Insights* di Facebook (il social network scelto per il lancio del blog) sono utili a monitorare l'andamento del progetto e ne consentono il miglioramento globale. É pertanto fondamentale seguire costantemente i risultati di visualizzazione e di portata da parte del pubblico al fine di incrementare l'inserimento dei contenuti meglio percepiti, rispondendo alle esigenze dei visitatori che esprimono il loro gradimento attraverso la costante consultazione delle pagine ritenute più interessanti.

Per un buon andamento del lavoro è fondamentale applicare tecniche SEO adeguate agli obiettivi prestabiliti poiché una buona indicizzazione nel tempo contribuirà ad una maggiore fruizione da parte dei turisti sul territorio consentendo alle amministrazioni la formulazione di nuove fasi di lavoro sempre più articolate e pertinenti ai propri interessi economici.

Conclusioni

Il piano di valorizzazione sviluppato è stato il risultato di un'intensa attività di ricerca.

I limiti riscontrati durante il reperimento del materiale di studio sono stati superati grazie alla collaborazione di diverse figure interne all'apparato amministrativo: i consiglieri locali Giovanni Parisi (commissione per le attività produttive ed il turismo) e Francesco Rinina (commissione solidarietà sociale, igiene pubblica e servizi demografici), il responsabile dell'Ufficio alla Cultura Orazio Palumbo, gli impiegati dell'Urp, dell'Archivio Storico e della Biblioteca Comunale. Grazie al loro contributo è stato possibile anche il trasferimento di materiale e informazioni utili a distanza.

Le autorità amministrative hanno collaborato al progetto fornendo parte del materiale inserito in *Appendice* e auspicando inoltre per il futuro, la possibilità di realizzare una conferenza in loco per la presentazione al pubblico del piano di valorizzazione e delle tematiche del progetto legate alla sfera della comunicazione.

Il conflitto giudiziario con la Regione Sicilia in merito ai diritti di proprietà del Castello Normanno rallenta già da tempo lo svolgimento dei programmi politici di incentivazione al turismo rendendo inattivo l'apparato politico-amministrativo e lasciando l'economia turistica del paese in una fase di stallo. In questo caso specifico ha impedito la formulazione dettagliata delle strategie di promozione del medesimo.

Il patrimonio se pur noto sul territorio siciliano risulta comunque poco pubblicizzato anche a causa della mancanza di un riconoscimento nazionale; ciò crea una netta incoerenza fra le esigenze interne di sviluppo e le sue reali possibilità. La mancanza di fondi di finanziamento regionali e nazionali rallenta questo processo di crescita mettendo a rischio ogni iniziativa promossa.

Parlare quindi di valorizzazione o riqualificazione è molto complesso poiché molti sono i limiti burocratici imposti dalla situazione; non va però tralasciata la possibilità di apertura nei confronti di nuovi mercati e l'estensione delle risorse insite nel territorio ad un target maggiormente qualificato in termini di cultura,

architettura e conoscenza, sostanzialmente stabilendo una collaborazione migliore con il sistema turistico della città di Catania.

Sarebbe pertanto proficuo trovare accrediti nei fondi dell'Unione Europea o attivarsi per la ricerca di risorse fundraising adeguate ai progetti promossi.

Il blog e la sua pagina di consultazione su Facebook, hanno raggiunto dei picchi di visibilità relativamente alti. Dal confronto con altre pagine già esistenti, si denota uno scarso interesse sul territorio alle tematiche proposte, rilevando una maggiore partecipazione a discussioni e pagine di carattere ludico, polemico/provocatorio nei confronti delle amministrazioni locali e delle problematiche legate all'urbanistica della città.

La mancanza di un nome accreditato dietro l'elaborazione del blog è stato certamente un limite: è chiaro quanto influisca la fama di chi investe in un'attività sulla rilevanza stessa del prodotto; d'altronde tale condizione può definirsi anche un vantaggio, poiché l'assenza di un'immagine specifica in cui identificare la creazione e l'elaborazione dei contenuti ha permesso agli utenti una maggiore libertà di immedesimazione, prescindendo principalmente dall'individuazione di un indirizzo politico o identificativo/associativo di partenza. Attraverso il blog infatti, è stato possibile trovare la disponibilità degli autori degli articoli proposti (ciascuno competente nel suo campo di studio) e la disponibilità di alcuni fotografi amatoriali per l'arricchimento della *Galleria Fotografica*.

Tale condizione ha permesso inoltre l'avvicinamento delle associazioni locali che hanno dato disponibilità per il filtraggio dei propri comunicati stampa: *Paternò in Linea*, *Officina 21* e *l'Associazione Culturale Ideattiva* (di Catania).

È stata significativa infatti la collaborazione con quest'ultima poiché con la medesima si è riscontrato l'interesse comune nella realizzazione di un "contest fotografico" a Paternò.

L'associazione dopo aver consultato il blog, ha trovato interessanti i suoi contenuti definendoli pertinenti ai propri fini e si è resa disponibile per una qualsiasi forma di collaborazione, in seguito concretizzata attraverso l'inserimento dei propri comunicati nella *homepage* del blog e fra gli argomenti principali della pagina Facebook.

L'evento si è svolto presso il *Palazzo delle Arti* della città, dal 28 di settembre al 20 ottobre 2013, ottenendo soddisfacenti percentuali di affluenza; l'attività di *fundraising* sul territorio è stata affidata alla sottoscritta in

collaborazione ad una risorsa interna all'associazione. Il blog ha pertanto seguito l'evento durante l'ultima fase di realizzazione entrando di diritto fra i siti promotori; ha inoltre canalizzato tutti i comunicati stampa ottenendo spazio pubblicitario a sua volta anche sulle pagine web dedicate alla mostra; nelle medesime è stato proposto al pubblico partecipante all'evento la consultazione delle pagine del blog per una lettura leggera e di intrattenimento (di tipo culturale), rilevante per l'occasione in quanto i fruitori sono stati principalmente turisti, critici o curiosi.

Il confronto inoltre con Francesco Finocchiaro, direttore dei lavori della perizia presentata alla Regione Sicilia per il restauro dell'Ex Convento di San Francesco alla Collina, è stato indispensabile nel determinare l'orientamento di questo progetto. Attraverso uno scambio formativo di opinioni ed un confronto diretto ed esplicativo sui contenuti dei vari progetti di recupero intrapresi nel tempo è stato possibile individuare gli aspetti di maggiore rilevanza per la messa in fruizione del patrimonio.

La scelta di questo tema è coerente con gli interessi professionali che ho maturato nella mia carriera universitaria e si lega fortemente all'amore per la terra in cui sono cresciuta.

L'esperienza intrapresa mi ha dato la possibilità di concentrare in un unico lavoro diversi argomenti appresi durante il corso dei miei studi.

La collaborazione con le associazioni locali ed il contatto diretto con gli uffici amministrativi mi ha permesso di comprendere meglio le dinamiche e le procedure che ciascuno dei medesimi segue per il corretto svolgimento della propria attività.

La progettazione del blog e il coordinamento dei cittadini coinvolti nella stesura degli articoli mi ha dato la possibilità di dare impulso alle mie capacità logistiche e relazionali, potenziando allo stesso tempo la mia esperienza nel campo della gestione delle pagine social e dell'elaborazione di contenuti su piattaforma WordPress.

Bibliografia

- Agnello, G., 1958-1959, *Il castello di Paternò*, in A.S.S.O. (Archivio Storico per la Sicilia Orientale);
- Agnello, G., 1965. *In Castellum n.2*, in A.S.S.O. (Archivio storico per la Sicilia Orientale);
- Bancel, M., 2007. *La campagna di raccolta capitali: fare fund-raising per affrontare le esigenze patrimoniali di un'azienda nonprofit*; tradotta da Valerio Melandri, 2007. Forlì: Philanthropy;
- Benhamou, F., 2001. *L'economia della cultura*. Bologna: Il Mulino;
- Chiari, M. e Ciccio A., 1995. *La collina storica di Paternò*. Nicolosi: Ed. F.lli Chiesa XXIII Distretto scolastico;
- Colbert, F., 2009. *Il marketing dell'arte e della cultura*. Milano: Etas;
- Corriere della Sera.it – Dizionari, 2008, *Il Sabatini Coletti – Dizionario della Lingua Italiana*, [online], disponibile su http://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/C/comunicare.shtml (data di accesso: 20 Aprile 2013).
- Corriere della Sera.it – Dizionari, 2008, *Il Sabatini Coletti – Dizionario della Lingua Italiana*, [online], disponibile su http://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/V/valorizzare.shtml (data di accesso: 20 Aprile 2013).
- Cunsolo S. e Rapisarda Tripi B., 1976. *Note storiche su Paternò* vol. 2. Paternò: Tipolitografia IBLA;

- De Nobili, F., 2012. *Lavoro web - Costruisci il tuo sito per crearti opportunità di lavoro*. Bologna: Area51 Publishing;
- De Nobili, F., 2013. *SEO Google - Guida al web marketing con gli strumenti di Google*. Bologna: Area51 Publishing;
- Di Matteo, S., 1996. *Paternò Nove secoli di storia e di arte*. Palermo;
- Fallica, V., 1991. *Storia di Paternò*. Catania: Opera Universitaria di Catania;
- Fallica, V., 2000. *Bianca di Navarra*. Palermo: Oltre;
- Francesco Crisafi, Il castello conteso da Comune e Regione, [pdf], disponibile su http://www.francocrisafi.it/web_secondario/la%20Sicilia%202011/02%2007%2011.pdf (data di accesso: 19 marzo 2013);
- Grandi, R., 2007. *La comunicazione pubblica*. Roma: Carrocci Editore;
- La Mantia, V., 1903. *Le consuetudini di Paternò*. Palermo;
- Liuzzo, M., 2009. *La torre normanna di Paternò*. Catania: Il Lunario;
- Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, *Come si migliora la comunicazione*, [pdf], disponibile su <http://valorizzazione.beniculturali.it/it/comunicazione-del-patrimonio.html> (data di accesso: 22 Aprile 2013);
- Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, *Linee guida per la elaborazione del programma di valorizzazione*, [pdf], disponibile su [http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1306827645107_ALLEGATO\(2\).pdf](http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1306827645107_ALLEGATO(2).pdf) (data di accesso: 22 Aprile 2013);

- Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, *Valorizzazione del patrimonio culturale statale*, [pdf], disponibile su <http://valorizzazione.beniculturali.it/it/valorizzazione-del-patrimonio-culturale-statale.html> (data di accesso: 20 Aprile 2013);
- Ministero per i beni e le attività culturali, Commissione sulla Creatività e Produzione di Cultura in Italia, 2009. *Libro Bianco sulla Creatività*. Roma: Ufficio Studi;
- Pastore A. e Bonetti E., 2006. *Il brand management del territorio*. In Sinergie, Rapporti di Ricerca, n. 23;
- Pierantoni P., 2002. *La comunicazione istituzionale. Dieci anni di riforme nella pubblica amministrazione*. Pisa: ETS;
- Pira F., 2000. *Di fronte al cittadino. Linee di comunicazione dell'ente pubblico nel territorio*. Milano: Franco Angeli;
- Rapisarda C., 1999. *Paternò Medievale*, S.M. Licodia: Edizione Aesse;
- Rovinetti A., 2002. *Diritto di parola. Strategie e professioni, tecnologie della comunicazione pubblico*. Milano: Il Sole 24 Ore Pirola;
- Sacco P.L., 2006. *Il fundraising per la cultura*, Roma: Meltemi;
- Santagata W., *La fabbrica della cultura*, il Mulino, Bologna, 2007;
- Savasta G., 1905. *Memorie storiche della città di Paternò*, Catania: Galati;
- Solima L., 2003. *Gli attori del sistema in l'impresa culturale*. Roma: Carrocci Editore;
- Turrini A., 2009. *Politiche e management pubblico per l'arte e la cultura*. Milano: Egea;

- Xhaet G., 2012. *Le nuove professioni del Web*. Milano: Hoepli.

Sitografia

Comuni Italiani: <http://www.comuni-italiani.it>

Consob: <http://www.consob.it>

Eppela: <http://www.eppela.com>

FanPage “Paternò|Arte Storia e Guerra”:

<https://www.facebook.com/PaternoArteStoriaEGuerra>

Google AdPlanner: <https://www.google.com/adplanner/#siteSearch>

Google Alerts: <http://www.google.it/alerts>

Google WebMaster Tools: <http://www.google.com/webmasters>

GoogleTrend: <http://www.google.com/trends>

Gruppo Collezionisti Paternò: <http://gruppocollezionistipaterno.blogspot.it>

MiBact: <http://valorizzazione.beniculturali.it>

Paternesì.com: <http://paternesì.com>

Paternò Genius: <http://www.paternogenius.com>

Paternò Giovane: <http://www.paternogiovane.altervista.org/homepage/index.html>

Paternò Giovane: <https://adwords.google.com>

Paternò|Arte Storia e Guerra: <http://artestoriaguerra.wordpress.com>

Siamo Soci: <http://www.siamosoci.com>

Franco Crisafi: http://www.francocrisafi.it/web_secondario/index.html