

### Tavolo Acireale città museo e reti museali incontro 3

Giorno 18 settembre 2015 alle ore 17,00 , presso il Palazzo del Turismo ad Acireale si è svolto il secondo incontro del tavolo tematico *Acireale città museo e reti museali* attivato nell'ambito dell'iniziativa *Acireale learning city* che si propone di far aderire la città alla rete PASCAL.

Hanno partecipato all'incontro, oltre agli animatori e all'Assessore all'Urbanistica Avv. Francesco Fichera;

Il sig. Carmelo Musmeci (TDM socio di Cittadinanzattiva)

Il sig. Puccion Luigi (TDM socio di Cittadinanzattiva)

Il prof. Gaetano Puglisi (socio Sicilia antica)

L'arch. Sabrina Tosto (arch. libera professionista)

L'arch. Maria Coppolino (arch. libero professionista)

L'arch. Sebastian Carlo Greco (arch. libero professionista, membro Fondazione Architetti di Catania)

L'arch. Claudio Patanè (arch. libero professionista)

Il dott. Antonio Coniglio (presidente Fondazione del carnevale)

Il sig. Luca Scandura (Calusca, artista ascese, editore Newl'ink)

Il prof. Giuseppe Rossi (Professore emerito, membro dell'Accademia Zelantea)

Il prof. Salvatore D'ambra (insegnante)

Il dott. Antonio Borzì (Rotary club)

La dott.ssa Mariella Fischietti (associazione Vietraverse)

La dott.ssa Alfia Maugeri (associazione Vietraverse)

L'ing. Salvatore di Stefano (caposettore LL.PP)

Il sig. Carmelo Musmeci legge il documento della proposta Acireale città del Natale, attraverso la creazione di un museo del presepe. Oltre alla tradizionale "Rutta", noto presepe settecentesco nei pressi di Acireale, negli anni sono nate sempre più le associazioni e realtà locali che si occupano di realizzazioni ed esposizioni di presepi artigianali, alcuni anche di particolare pregio. Oggi si trovano sparsi in varie parti del territorio, sarebbe allora auspicabile riorganizzarli in un'unica *location*. Si propone che un'apposita commissione si riunisca per la scelta dei presepi secondo alcuni criteri e categorie prima stabiliti.

Inoltre si ritiene necessario che l'amministrazione metta a disposizione un edificio di sua proprietà, nelle vicinanze del centro storico e facilmente accessibile. Si andranno a creare oltre alle sale, di esposizione temporanea e permanente, direzione, magazzino, ecc.

Il prof. Gaetano Puglisi è dubbioso della capacità di scrivere un documento entro i tempi stabiliti e teme che ci si possa perdere in discorsi molto ampi. Fa notare che l'idea di museo diffuso del presepe esiste già nelle chiese, che espongono durante il Natale, presepi di diversa fattura. Sarebbe allora auspicabile mettere intanto a sistema queste realtà già presenti e farle crescere, attraverso la presenza di guide e tour.

Il prof. Puglisi propone inoltre di valorizzare i luoghi della tradizione, come torchi, frantoi e mulini, che sono testimonianza di ciò di cui il nostro paese viveva. Creare un museo diffuso esistente con quello che c'è. Importante pressare per l'aspetto amministrativo.

L'arch. Sebastian Carlo Greco, propone il museo della timpa, ospitata magari all'interno di una delle gallerie del tracciato dismesso della vecchia ferrovia.

Il sig. Luca Scandura, che negli incontri precedenti aveva proposto un percorso che dalla Zelantea arriva fino alle sentiero Le chiazette, oggi, concentrandosi sugli aspetti dell'arte contemporanea, propone una boutique da aprire lungo il percorso, in cui si creano degli oggetti con immagini artistiche, che oltre ad attrarre professionisti del settore, facciano rivivere la storia dell'Internazionale di Arte Contemporanea che si teneva ad Acireale.

Inoltre propone di utilizzare il Teatro Bellini come contenitore per l'arte contemporanea, attraverso una semplice messa in sicurezza e lasciarlo grezzo così com'è. Il sig. Scandura invierà una bozza di progetto che si allega al presente report.

Per quanto riguarda il Carnevale e la cartapesta, motivo di notorietà della città di Acireale, il sig. Luca Scandura, ritiene fondamentale tramandare le tecniche della cartapesta e magari invitare contemporaneamente un artista che si confronti con questo materiale, anche attraverso laboratori da tenere nelle scuole.

Sono tanti anche gli istituti IPAB che potrebbero ospitare mostre, laboratori e residenze, per esempio l'ex collegio Santo Noceto e si potrebbe utilizzare l'Angolo di Paradiso presso al Villa Belvedere una mediateca con i libri della rassegna d'arte.

Il dott. Coniglio ci informa che la Fondazione del Carnevale vuole inserire il Carnevale in un progetto organico e turistico della città. Creare un percorso della cartapesta, attraverso l'istituzione della scuola della cartapesta, museo e botteghe della carta pesta. Inoltre si sta provvedendo ad investire nella cittadella del Carnevale, per renderla fruibile oltre che ai visitatori, anche agli stessi carristi. Insieme all' Assessorato del Turismo si sta pensando di attivare delle procedure per costituire dei punti di informazione turistica.

Il sig. Luca Scandura propone di realizzare una pubblicazione per ogni edizione del Carnevale acese, in cui vengano raccolte immagini, bozzetti, ecc, per avere un vero archivio.

Il prof. Rossi afferma di dover puntare sulla storia del Carnevale, con una struttura istituzionale che si prende cura del processo. Si può inoltre progettare un sistema turistico territoriale, permanente e declinato in vari sotto progetti, ad esempio porta Le quattro stagioni del calatino, come dimensione temporale della progettualità. Anche a Castiglione di Sicilia, attraverso il patto fluviale dell'Alcentara, ha sviluppato un offerta turistica unica in sinergia con altri comuni.

Il dott. Antonio Borzì concorda sulla necessità di partire da quello che abbiamo, ma, nell'ambito territoriale, auspica ad una lettura moderna, affinché non siano progetti che necessitano un sostegno esterno, in modo tale da essere autonomi.

Il professore Salvatore D'Ambra precisa che partire dalla realtà locale è fondamentale al fine di ricostruire la storia acese, coinvolgendo anche le scuole. Inoltre spiega come il Carnevale abbia avuto una sua evoluzione, una volta erano gli artigiani che nel tempo libero costruivano i carri, oggi è diventato un mestiere. Un' attenzione particolare è da rivolgere al tema ambientale, al mare e alle spiagge acesi.

La dott.ssa Mariella Fischietti riprende il discorso del museo dell' Etna, come volano della riserva della Timpa. Esprime alcuni dubbi sulla gestione di tutte le idee che sono emerse dagli incontri, e chiede al gruppo quali idee verranno sviluppate in concreto.

Il prof. Filippo Gravagno rivede il quadro dei problemi dello stato di fatto. I limiti della città quali, organizzazione politico-amministrativa, società civile ed economia acese. L'assenza di politica e progetti determina un'impossibilità di sviluppo di progetti pensati. I progetti hanno bisogno innanzitutto di soggetti in grado di implementarli, oltre a dover avere una visione di breve, medio e lungo termine. Prima di arrivare al progetto di un museo è necessario studiare come questo debba essere implementato e da chi. Propone di utilizzare questo Natale come occasione per sperimentare dialogo tra le varie associazioni e soggetti che si occupano di questi temi, al fine di attivare delle dinamiche verso obiettivi concreti. La creazione di una Fondazione (Amici del Museo) può essere l'inizio per creare un soggetto che si faccia carico di responsabilità e inizi un percorso di crescita e di sviluppo di progetti.

Riassume i filoni culturali che finora sono stati individuati, con i quali si costruirà il documento. Il mondo dell'accademia, con l'Accademia degli Zelanti, è un filone con una sua progettualità. Un secondo filone con buone potenzialità è la Fondazione Bellini con il tema dell'arte contemporanea. Un altro è quello del carnevale con la Fondazione del Carnevale. La Diocesi, soggetto che si sta già organizzando al fine di essere promotore di iniziative. Inoltre vi sono almeno altri due soggetti in formazione: un gruppo che promuove il tema della tradizione presepistica acese; un altro gruppo che si propone per il tema del museo naturalistico.

L' arch. Sebastian Carlo Greco legge un progetto di brandizzazione della città, City-Brand, che già era stato proposto all'amministrazione nel 2013. Il progetto tratta di creare un'immagine coerente della città, al fine di presentare la città e la sua identità. Tale progetto di allega al presente report insieme alla proposta di semi()atelier.

Si concludono i lavori alle ore 19:15.

Acireale 19/09/2015

# NEW L'INK

LSC

edition di Luca Scandura | via Giuseppe Vitale n. 29 - 95024 Acireale (CT) | [lsc.edition@libero.it](mailto:lsc.edition@libero.it) | [www.new-link.it](http://www.new-link.it)

ACIREALE LEARNING CITY | *Proposta per una città dell'arte, dell'artigianato e delle reti museali*

Al Gent.mo  
**Ing. Filippo Gravagno**  
c/o Ufficio del piano  
95024 Acireale (CT)  
[ufficiodelpiano@comune.acireale.ct.it](mailto:ufficiodelpiano@comune.acireale.ct.it)

PROGETTO DI MASSIMA DELLA PROPOSTA CON ADEGUATA RELAZIONE  
ILLUSTRATIVA CHE COMPIUTAMENTE DESCRIVA L'IDEA PROGETTUALE E DESIGNI LE  
QUALIFICAZIONI DEI SOGGETTI INTERESSATI.

In quanto libero cittadino di questa città (come del mondo) che ha scelto di dedicare professionalmente il proprio tempo, la propria vita all'arte, alla pittura - *Calusca* - e alla diffusione della cultura attraverso la testata giornalistica *Newl'ink*, quadrimestrale free-press d'arte e cultura (segue scheda; si allegano inoltre, a titolo esemplificativo, copie di alcune uscite), e la relativa casa editrice *LSC edition* titolare del marchio editoriale *Newl'ink* (si allega pubblicazione esemplificativa dei propri prodotti editoriali), entrambe di mia proprietà con sede legale ad Acireale ed in collaborazione con l'*Associazione Culturale Art'è* (della quale sono fondatore e segretario) operante nella stessa città con sede in Piazza Porta Cusmana n. 10, in relazione ai diversi tavoli tematici (artigianato, arte contemporanea, reti museali) tenutisi presso il Palazzo del Turismo di Acireale nel mese di settembre ed organizzati dall'Ufficio del Piano in merito all'iniziativa "Acireale Learning City" propongo quanto segue:

1 - realizzare **una rete di percorsi** che attraverso alcuni nodi focali sappiano creare dinamiche culturali, turistiche e commerciali radicate sul territorio del centro storico e che da questo sappiano irradiarsi, dilatarsi verso le aree periferiche più idonee alla produttività laboratoriale e alla formazione in istituti professionali e strutture pubbliche o religiose adibite a centri ricreativi e sociali.

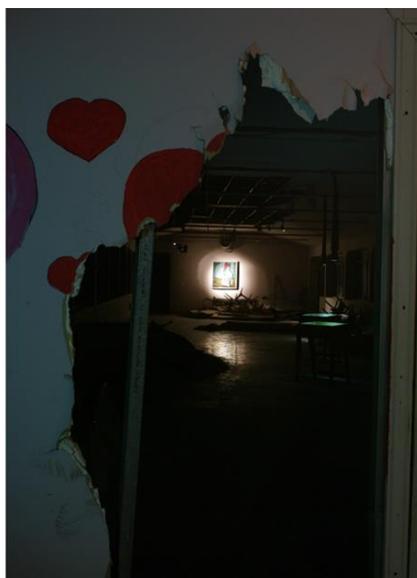
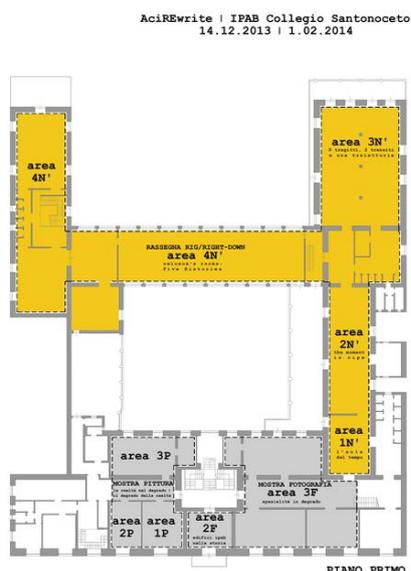
Questo dovrebbe avvenire soprattutto attraverso la definizione e creazione di un **primo** e più turistico "**Percorso narrativo**" (da ovest verso est) che dalla storia raccolta e documentata tra i testi e le opere d'arte custodite nella *Pinacoteca e Biblioteca Zelantea* (istituzione che andrebbe 'svecchiata' e resa dinamica), sita in via San Giuliano, sappia poi condurre il visitatore ora informato lungo una passeggiata che dalla chiesa di San Domenico passando per piazza Duomo e la chiesa del Suffragio, attraverso la via Cavour e Romeo in cui saranno collocate diverse botteghe artigianali dedicate alla vendita e/o produzione di gadget artigianali in carta pesta, ferro, pietra, etc. (per mezzo di convenzioni e agevolazioni sull'eventuale affitto scaturite da accordi tra i proprietari e l'amministrazione e con la possibilità di consulenze di tipo legale/amministrativo sulla gestione dell'attività da parte di giovani artigiani) giunga dalla

storica Fortezza del Tocco (le ‘Chiazzette’; passeggiata paesaggistica unica al mondo che si potrebbe attrezzare con strutture effimere da collocarvi nella stagione primaverile e in quella estiva per degustazioni di prodotti tipici o semplici granite) al mare di Santa Maria la Scala. Ovviamente il tutto segnalato con una cartellonistica appositamente ideata.

Il **secondo** percorso, ortogonale al primo, dovrebbe essere di tipo intellettuale e dovrebbe attraversare la città da nord a sud percorrendo la vie Vittorio Emanuele, Ruggero Settimo e il corso Umberto sino alla Villa Belvedere passando dalla piccola chiesa di S. Antonio da Padova, dalla splendida Basilica di San Sebastiano percorrendo le piazze Lionardo Vigo (in cui suggerirei l’inserimento di una tabella biografica informativa con anche stralci di testi del nostro illustre letterato), Duomo (con la chiesa dei SS. Pietro e Paolo e la Cattedrale), Garibaldi e Indirizzo.

Questo sarà un **“Percorso Culturale”** poiché al suo interno vede già collocate la *Galleria del Credito Siciliano* (p.zza Duomo) e la struttura sita all’interno della Villa Belvedere del **nuovo complesso dell’ex Angolo di Paradiso** (attualmente priva di una destinazione d’uso specifica) in cui propongo di costituire un piccolo **Museo / Biblioteca specialistica** in cui recuperare e divulgare la memoria storica dei vent’anni di *Rassegna Internazionale d’Arte* rendendo fruibili e consultabili le pubblicazioni (cataloghi) prodotti per ciascuna delle edizioni che dal 1967/69 al 1991 si sono susseguite ad Acireale ed esporre il materiale conservato in archivio (fotografie, articoli, lettere, opere donate, video, etc.) e quanto prodotto dall’indagine antropologica specifica condotta e coordinata nella primavera del 2008 da Marina Sorbello con l’iniziativa “Pillole del Contemporaneo”, manifestazione voluta e finanziata dall’amministrazione acese e dalla Regione siciliana e della quale oggi non è rimasta traccia. Inoltre, tra i due edifici succitati, nel corso Umberto si trova l’ampia struttura del **Collegio Santonoceto**, oggi interamente in disuso, e che si presterebbe a diventare un polo artistico importante in cui poter svolgere diverse attività di carattere artistico contemporaneo strutturandola con aree espositive temporanee e permanenti (una vera e propria **Galleria d’Arte Contemporanea acese** con esposizione di opere, attraverso donazioni e/o acquisizioni, di artisti acesi del novecento e contemporanei), residenze d’artista (ospitalità, soggiorno) con disponibilità di atelier e aule / laboratori d’arte.

A tal proposito, a titolo di mero esempio di riutilizzo low cost dell’ampio contenitore in questione, cito l’evento *“Rig/Right-Down”* da me curato con Newl’ink attraverso la partecipazione di 12 artisti contemporanei italiani e il coinvolgimento di alcune classi del Liceo Artistico e realizzato nel gennaio del 2014 all’interno della manifestazione “AciRewrite” (evento a cura del Gruppo Rinnovaci). Qui sotto alcuni scorci di due dei 5 ambienti dell’ampia installazione *“Calusca’s rooms. Five histories”* da me realizzata per l’evento *Rig/Right-Down*.



A sinistra, in giallo l’area del Collegio Santonoceto adoperata per a realizzazione dell’evento *Rig/Right-Down*.  
A destra: *Calusca’s rooms. Five histories*, 2014 (le prime due stanze).

Il **terzo** che denominerei “**Percorso Creativo**”, esterno ai primi due, dovrebbe comprendere l’area di Piazza Dante in cui attualmente si trovano collocati i capannoni per la realizzazione dei carri in carta pesta. Strutture che andrebbero ri-adequate, ampliate ed ultimate per essere fruite comodamente dal pubblico e in cui gli artigiani possano lavorare in modo confortevole alle proprie grandi creazioni allegoriche e insegnare le tecniche della lavorazione e decorazione della carta pesta all’interno di aule e laboratori appositamente realizzati, conservando e tramandando così la perizia di un mestiere che rischierebbe di perdersi. Sarebbe anche opportuno realizzare una struttura capace di accogliere e mostrare almeno uno dei carri (il primo classificato dell’anno) in movimento e con luci e musiche così come viene presentato durante la sfilata.

Tali laboratori artigianali legati alla promozione e produzione gadget d’arte e artigianato (carta pesta), in forte dialogo con la Fondazione del Carnevale, potrebbero essere realizzati anche in altri quartieri disagiati (San Cosmo, etc.) all’interno di strutture preesistenti pubbliche o religiose.

- 2 – Dare spazio seriamente all’arte contemporanea rimettendo in carreggiata Acireale riaprendo quei canali internazionali che ad oggi ancora la rendono nota, almeno ad un pubblico specialistico (anche attraverso lo studio sulle pubblicazioni all’epoca prodotte e ad oggi qui disperse, date al macero). È inutile ribadire l’importanza dei vent’anni di Rassegna d’Arte sapientemente concretizzati da Grasso Leanza e che hanno visto il passaggio di importanti nomi (artisti e critici) del panorama artistico mondiale e dei relativi movimenti (Transavanguardia, Arte Povera, etc.) come è fondamentale capire l’urgenza della costituzione di un relativo e omonimo archivio/museo (vedi sopra; punto 1) e soprattutto il rilancio della stessa. È proprio questo che propongo, il **ripristino della storica Rassegna Internazionale d’Arte attraverso una nuova edizione biennale strutturata su residenze e scambi culturali**, magari inizialmente avviati esclusivamente con paesi europei (anche attraverso la partecipazione a bandi appositamente formulati: p.es. ‘*Europa Creativa*’) per poi evolversi e svilupparsi negli anni a livello internazionale.

La nuova rassegna da me ipotizzata dovrebbe prevedere l’ospitalità, nel corso di 18 mesi, di tre ‘differenti’ artisti di fama internazionale (un pittore, uno scultore/installatore e un video maker/performer) con un soggiorno di circa 3/6 mesi per la realizzazione in situ di una propria opera monumentale (di grande formato e dal forte impatto visivo) da realizzarsi in un ampio contenitore contestualmente fruibile; a tal fine suggerisco l’utilizzo dell’edificio incompiuto del **Teatro Bellini** (ad oggi e su mio consiglio all’attuale amministrazione in parte riutilizzato - il foyer - e aperto al pubblico) ed in particolare il relativo boccascena. Mantenendo la struttura nello stato attuale (cemento a vista), sottolineandone l’aspetto ‘underground’, basterebbe poco per renderlo uno spazio fortemente caratterizzato e dal notevole impatto. Sarebbe sufficiente una piccola spesa (comunque contenuta) per metterla in sicurezza, tamponarne le bucatore, illuminare e climatizzare l’ambiente, attivare dei servizi igienici, rivestire il piano di calpestio della platea con un tavolato grezzo e definire i percorsi fruibili ottimizzandoli. Il tutto attraverso la partecipazione di aziende private sensibili che sappiano essere partner attivi del progetto attraverso la fornitura di prodotti e/o servizi.

L’ospitalità degli artisti coinvolti potrebbe concretizzarsi con la realizzazione (vedi punto 1) di mini appartamenti (monolocali) all’interno del **Collegio Santonceto** in cui, contestualmente in altre aree dello stessa struttura andrebbero strutturati e attivati e collocati anche i relativi laboratori / atelier in cui gli artisti ospitati, con ausilio di giovani studenti del Liceo Artistico e tutor accademici, possano elaborare e sviluppare bozzetti e quant’altro di utile per la realizzazione (presso il Teatro Bellini) della propria grande opera che rimarrebbe di proprietà del Comune o dell’ente (pubblico/privato) che gestirebbe l’intero progetto.

Tutto il materiale artistico prodotto da ciascuno dei tre artisti in ausilio alla ricerca del soggetto da sviluppare nell’opera finale sarà esposto, a chiusura dei 18 mesi di ricerca, in singole mostre in cui le opere (su carta, su tela o quant’altro e nei formati più canonici e commerciali) possano essere acquistate dal pubblico; e fondamentale che l’impostazione della gestione del progetto sia prettamente galleristica e quindi remunerativa, capace di rendersi autonoma nella conduzione. Queste mostre daranno il via alla fase conclusiva e più mediatica della rassegna il cui apice sarà

la presentazione delle tre opere finali monumentali in tre siti differenti: l'opera pittorica presso il Teatro Bellini, l'opera scultorea o installativa e quella video o performativa in due spazi aperti del centro storico (nel secondo caso, anche semplici facciate di edifici, come potrebbe essere il fronte curvo del 'palazzaccio' in piazza Marconi).

La stagione della manifestazione di chiusura della Rassegna, dalla durata di circa tre/sei mesi, dovrebbe essere quella primaverile/estiva.

La gestione dell'intero progetto potrebbe essere realizzata in compartecipazione tra un ente/ditta/associazione privata e l'ente pubblico, nel caso specifico anche in dialogo con la giovane Fondazione Bellini.

- 3 – Suggestivo, inoltre, un approccio mediatico (di marketing e relativa strategia) incentrato sulla più nota e popolare caratteristica turistica di Acireale: la carta pesta ed il Carnevale. Ipotizzerei, pertanto, uno sviluppo della tecnica della **carta pesta come leitmotiv (a 360°) delle attività e dell'immagine della città e della relativa divulgazione** per mezzo di una forte interazione tra arte contemporanea e artigiano della carta pesta nelle relative e auspicate (vedi punto 1) botteghe e nei laboratori.

Anche nel caso dell'anelata riedizione della Rassegna Internazionale d'Arte, come sopra illustrato (vedi punto 2) si potrebbe prevedere l'obbligo dell'utilizzo della carta pesta (con accostamento e assemblaggio con altri materiali) nella realizzazione dell'opera monumentale di uno degli artisti ospiti, nello specifico l'opera dello scultore/installatore. Così operando non solo si nobiliterebbe un medium solitamente considerato povero, popolare ma soprattutto se ne diffonderebbe la forza storica e concettuale grazie alla collaborazione tra diverse figure e su più livelli professionali e formativi. L'artista ospite si arricchirebbe attraverso l'apporto delle perizie dei nostri artigiani e quest'ultimi si emanciperebbero grazie al confronto intellettuale con un artista apprezzato nel mondo. Lo stesso avverrebbe con gli stessi studenti/assistenti e gli eventuali tutor.

Inoltre si potrebbe anche bandire un concorso d'arte contemporanea in cui si invitano artisti italiani o internazionali di comprovata e valida storia curriculare a confrontarsi con l'ideazione e progettazione di un carro allegorico grottesco. Il bozzetto vincitore verrebbe realizzato dai nostri artigiani in collaborazione sinergica con l'artista presso i capannoni siti in piazza Dante e presentato durante i giorni del Carnevale.

- 4 – La realizzazione di una bottega (sempre all'interno dei percorsi suggeriti nel punto 1) in cui esporre e vendere una produzione di gadget d'autore con finalità divulgative relative alla memoria storica della Rassegna Internazionale d'Arte (cartoline, taccuini, etc. con immagini di opere esposte ad Acireale dal 1969 al 1991) e alla propaganda dell'eventuale nuova edizione biennale. **Una sorta di 'punto informativo' permanente della Rassegna** e ovviamente correlato all'auspicato e permanente Museo/Biblioteca specialistica ipotizzato e collocato all'interno del '*Percorso Culturale*' illustrato nel punto 1.

- 5 – Infine, suggerirei l'attivazione di una **rete digitale** che sappia mettere in relazione dinamica e istantanea tutte le dinamiche culturali e artigianali sopra proposte.

Auspicanone la concretizzazione, ovviamente legata ad una fruizione prettamente pedonale della città, resto in attesa di un Vostro cordiale riscontro, una forte stretta di mano,

Acireale, 22 settembre 2015

*Luca Scandura (Calusca*

È vietata la riproduzione / diffusione in assenza di autorizzazione al di fuori delle attività inerenti all'iniziativa 'Acireale Learning City'

Nell'ambito dell'iniziativa *Acireale learning city* e a seguito degli incontri del tavolo tematico *Acireale città museo e reti museali*, **semi()atelier**, in qualità di gruppo informale di architetti che opera sul territorio, avanza la sua proposta sul tema della comunicazione.

**Pianificare** significa esplorare oltre lo spazio fisico del costruito, guardando alle relazioni, sempre più complesse, afferenti all'intangibile.

Tale definizione è ancor più calzante quando oggetto della pianificazione è un messaggio, intelligente e inequivocabile, che possa rappresentare una Comunità/Città.

Un ambito della pianificazione è il **cultural planning** le cui strategie sono basate sull'interazione tra le Risorse Culturali disponibili e le Politiche aventi un ruolo nello sviluppo del territorio stesso.

**Pianificare la Comunicazione** significa raggiungere le persone attraverso le esperienze collettive e private generate dai mezzi di comunicazione più diffusi, individuando chi, quando, con quale messaggio e come.

Un piano di comunicazione prevede:

<b>CHI</b>	il target di pubblico;
<b>CHE COSA</b>	i messaggi chiave;
<b>QUANDO</b>	i tempi (il momento opportuno di consegna per ogni messaggio);
<b>PERCHÉ</b>	i risultati desiderati;
<b>COME</b>	il veicolo di comunicazione (come verrà consegnato il messaggio);
<b>DA CHI</b>	il mittente (determinare chi fornirà le informazioni e come viene scelto lui o lei).

L'identificazione di questi elementi avviene attraverso un'attenta analisi che, partendo da punti di forza (risorse) e debolezze (rischi), deve individuare il perimetro d'azione, cioè il contesto generale di riferimento; definirne gli obiettivi, tanto più precisi, quanto misurabili; il ruolo che rivestono gli attori/promotori (pubblici e/o privati) della pianificazione.

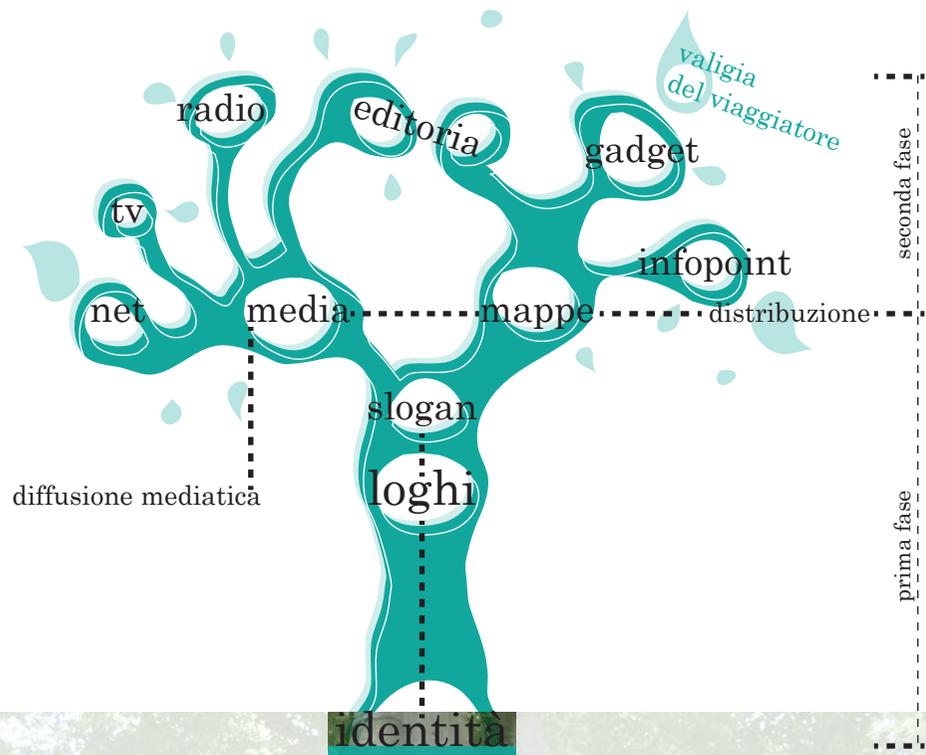
Servendoci degli strumenti descritti e certi che la partecipazione attiva ad una azione, generi un senso di appartenenza alla stessa, la strategia del progetto di comunicazione pianificata qui proposta, volta a connettere in maniera orizzontale le risorse presenti sul territorio, non può che partire dal loro stesso coinvolgimento.

Il nostro progetto è fondato sulla creazione di una **campagna di sensibilizzazione al dialogo e al confronto**, rivolta alla Comunità Acese.

In un contesto sempre più sopraffatto dalle divisioni e dove l'Istituzione viene vista ormai troppo spesso come qualcosa che "non rappresenta tutti", il Dialogo può e deve essere il modo per raggiungere l'obiettivo di crescita collettiva.

Tale campagna potrà generare **curiosità** servendosi del **disegno**, anche quello più rudimentale e semplice, che è una delle prime forme di comunicazione che l'uomo impara a comprendere.

La sua diffusione avverrà attraverso la creazione di manifesti, collocati in punti strategici della Città; flyer e brochure, distribuiti nei luoghi di incontro e scambio sociale; claim lanciati attraverso spazi pubblicitari sui Media locali.



Identità



**semi()**atelier  
presenta

City-brand Acireale





## Il City Branding

***Il City branding è un'attività volta alla creazione di un Brand, di un marchio per la città.***

Esso è un fenomeno crescente che ha visto come protagoniste non solo le grandi capitali europee ma anche ***le piccole realtà che vogliono presentare il loro biglietto da visita nel panorama globale.***

E' un'azione programmatica che attraverso la comunicazione di un'immagine innesca un fenomeno di marketing.

### Perché creare un Brand?

La finalità è duplice: ***creare un'immagine coordinata e coerente della città sul mercato globale,*** e generare nuove risorse per uno sviluppo economico complementare al turismo.

## Il Brand

Il Brand nasce attraverso l'individuazione della ***"Identità"*** del luogo che si intende promuovere, è il mezzo di comunicazione tra un mondo fortemente globalizzato e una realtà che non intende rinunciare alla propria tradizione ed alla propria ***"dimensione locale"***.

Gli enti pubblici italiani hanno già una loro carat-

terizzazione visiva costituita dal proprio stemma, generalmente araldico, che ne rappresenta la loro immagine istituzionale. Lo stemma, talvolta sottoposto a interventi di re-design, può essere utilizzato esclusivamente per gli scopi istituzionali. Negli ultimi tempi si è affermata l'esigenza, per le amministrazioni pubbliche di affiancare allo stemma ufficiale un ulteriore logo da utilizzare più liberamente per azioni di promozione turistica e commerciale. Un logo cioè che contribuisca all'affermazione del "brand" cittadino, il cui sfruttamento commerciale vada a vantaggio dell'amministrazione.

***Il brand non si costituisce solamente dal logo, ma esso è parte di un'immagine coordinata a cui si affianca il pay-off (slogan), il packaging, il merchandising e quant'altro può costituire un elemento di riconoscibilità visiva.***

### Un Brand per Acireale

È in questa logica che si configura la nostra proposta per la creazione di un Brand per la ***città di Acireale.***

***Comunicare quei valori che da sempre costituiscono il dna cittadino, mediante un brand inseribile in diversi contesti, negli eventi che vedono protagonista la città ed il suo territorio, secondo immagini differenti, capace però di riferirsi al***





**volto di Acireale, sempre e in maniera inequivocabile ed esclusiva, in cui il cittadino si riconosca e che il visitatore sappia riconoscere.**

Riteniamo che il Brand per Acireale debba assolvere il compito di attirare l'attenzione di un turismo culturale, ma anche dinamico, attento all'ambiente ed al paesaggio, ma che in maniera fresca sappia fare anche dell'autoironia.

Lo scopo è quello di **individuare il ruolo futuro che la città vuole assumere nel panorama europeo, quindi Acireale quale città della cultura, della tradizione, della ricchezza artistica, architettonica, paesaggistica e della creatività.**

Si propone l'individuazione di elementi caratteristici da veicolare, quali:

**il barocco e i suoi mascheroni,  
i campanili,  
il salto di quota con la Timpa,  
i pupi,  
il carnevale,  
il mito di Aci Galatea,  
la Zelantea,  
la granita,  
i limoni,  
il gergo popolare.**

A seguire si propongono alcuni **casi studio** relativi a city brand e place brand a livello internazionale che si distinguono per peculiarità contemporanee.

Si tratta di visualizzazioni di una idea di brand e di città / luoghi, molte delle quali dinamiche, variabili, improntate quindi a concetti di forte variazione. È chiara infatti la visione che un city brand è qualche cosa di più di un semplice marchio / logotipo o di un payoff. Ma è altrettanto chiaro che per esprimere efficacemente un sistema di valori articolato può essere necessario ricorrere a sistemi visivi articolati. **Costruire una dote comunicativa e visiva quindi che sia ricca ed espressiva.**

Comunicare una città lo si può fare con differenti espressioni visive: si può comunicare il volto istituzionale mediante elementi simbolici, anche di matrice araldica (come nel caso di Roma); un servizio o un sistema di servizi (come Zurigo); il più articolato sistema di valori e di espressioni, della città e del territorio come marca (come nell'esemplare caso del Südtirol / Alto Adige); e si può comunicare l'unicità storico-naturalistica (come Matera o Siracusa). Vi sono brand unici come il "I Love NY" di Milton Glaser, o vi sono città che sono esse stesse già un brand (Venezia, Roma). E vi sono città che si sono dotate di sistemi comunicativi estremamente efficaci come Amsterdam o Berlino.





Il progetto City-brand Acireale mediante lo sviluppo di steps successivi, direttamente connessi, si articola in due fasi:

#### PRIMA FASE

##### *Attività di Ricerca:*

###### **01#**

Individuare il ruolo futuro che la città vuole assumere nel panorama europeo, quindi Acireale quale città della cultura, della tradizione, della ricchezza artistica, architettonica, paesaggistica e della creatività.

###### **02#**

Individuazione degli elementi caratteristici da veicolare, quali: il barocco e i suoi mascheroni, i campanili, il salto di quota con la Timpa, i pupi, il carnevale, il mito di Aci Galatea, la Zelantea, per poi passare al gusto attraverso la granita e i limoni e ad immagini legate al gergo popolare.

##### *Attività Grafica:*

###### **03#**

creazione di un logo sintetico per la città, dei loghi corrispondenti ai singoli elementi caratteristici, l'headline, la mappa urbana/territoriale e le brochures tematiche informative.

#### SECONDA FASE

##### *Attività di progettazione:*

###### **04#**

Ideazione di gadgets turistici

###### **05#**

Progettazione esecutiva di elementi di arredo urbano, cartellonistica, info-point.

##### *Attività di comunicazione e promozione:*

###### **06#**

Ideazione di spot pubblicitari

###### **07#**

Diffusione mediatica attraverso media, radio, internet.

###### **08#**

Distribuzione attraverso shop e infopoint.

Ideatori e responsabili - progetto **City-brand Acireale semi()atelier**

Arch. Coppolino Maria

Arch. Greco Sebastian Carlo

Arch. Patanè Claudio

Arch. Tosto Sabrina

