

Sicilia. Il Parco Archeologico della Valle dei Templi: un laboratorio per l'innovazione.

Di Giovanna Barni

Il **Parco Archeologico della Valle dei Templi** è la riduzione in scala di un sistema territoriale complesso: all'interno del grande attrattore trovano attivazione la filiera culturale e turistica, rendendolo luogo da valorizzare ma anche per valorizzare ciò che vive fuori. È ciò che accade ad Agrigento, dove nel 2017 è stata avviata la nuova gestione dei servizi aggiuntivi alla cultura firmata dal **Raggruppamento Temporaneo d'Impresa CoopCulture**, in sinergia e unitarietà di obiettivi con l'Ente Parco. Una nuova palestra di sperimentazione per CoopCulture che trova anche in questa esperienza un modo di esprimere la capacità trasformativa dell'impresa culturale e creativa nei confronti dei propri pubblici, delle comunità in senso più ampio e dei territori in cui opera.

Il Parco Archeologico della Valle dei Templi è uno degli esempi più rappresentativi del principio dell'**Anno Europeo del Patrimonio** di "promuovere modelli innovativi di governance partecipativa e di gestione del patrimonio culturale, coinvolgendo tutti i portatori di interessi, comprese le autorità pubbliche, il settore del patrimonio culturale, gli attori privati e le organizzazioni della società civile". E quindi un caso che si candida ad essere best practice internazionale: il modello sostenibile del Parco Archeologico della Valle dei Templi, che vede coinvolto un Ente Parco autonomo, capace di fare programmazione culturale in autonomia e nel lungo periodo, nell'ambito di un ampio sistema di relazioni con gli stakeholder del territorio¹³. In grado di includere attori terzi, pubblici e privati, tramite specifici accordi di partenariato, nella complessità degli usi e dei possibili sviluppi del bene, per ampliare e moltiplicare i benefici che il parco può produrre. Tra gli attori pubblici, figurano innanzitutto attori locali come la Regione Siciliana e il Comune di Agrigento, ma anche l'Università di Bologna, con cui è stata avviata la ricerca all'interno dell'Insula III del quartiere ellenistico-romano. A questi, si accompagnano attori privati quali il FAI, dal 2011 impegnato nella rimessa a coltura del Giardino della Kolymbethra all'interno della Valle; l'azienda Val Paradiso, che cura la crescita vegetativa degli uliveti della Valle; la cooperativa sociale Al Kahrub, che nel Parco ha trovato un sostenitore decisivo al proprio progetto di apicoltura; la cantina CVA Canicatti, il cui nero d'avola prodotto nei vigneti del tempio di Giunone appartiene alla linea di prodotti biologici del Parco. Non certo da ultimo il soggetto gestore che vede lavorare, a fianco di CoopCulture, un RTI composto da Mondomostre, Skirà, Bluecoop, Ipacem e Cooperativa Archeologica, che a maggio 2017 inaugurava al Parco una nuova storia, improntata su pochi ma chiari principi guida: qualità e innovazione, accessibilità, partecipazione, inclusione sociale, dialogo, interculturalità, territorio, con la massima attenzione alla sostenibilità economica e organizzativa dell'impegno gestionale nel suo complesso. Tali principi si sono tradotti in azioni e le azioni in risultati.

Presso il Parco sono state attivate **90 nuove posizioni lavorative** ricoperte da altrettanti giovani siciliani (selezionati su 3000 candidati tramite 600 colloqui), donne al 63%, laureati nel 60% dei casi, padroni di 11 lingue straniere complessivamente. In un'ottica di miglioramento dell'accoglienza dei visitatori sono stati talvolta riqualificati, talvolta progettati ex novo, spazi a tal fine destinati: due nuove biglietterie con bookshop e welcome point e un terzo varco aperto in prossimità delle nuove aree di scavo. Al fine di rafforzare il legame con il vicino Museo Archeologico Pietro Griffo, in un'unica grande agorà è stato inaugurato un innovativo concept store presso il Museo, dove sono state allestite le nuove funzioni di biglietteria, welcome point,

bookshop e caffetteria. A vantaggio di un'accessibilità in continuo miglioramento, sia al momento dell'ingresso al sito, sia all'interno dell'area archeologica, dove i pubblici "deboli" (disabili motori, bambini e anziani) possono contare su un servizio di navetta tramite auto elettriche, ulteriormente potenziamento per la prossima estate.

Sull'altro versante, la filiera produttiva operante sul territorio nei più ampi settori della cultura e del turismo è stata attivata e coinvolta nella **riprogettazione delle attività commerciali**, affinché gli spazi di ristoro e il museumshop divenissero vere e proprie vetrine del territorio. Ad oggi il 70% dei fornitori proviene dalla terra di Sicilia e arricchisce il punto vendita di linee di prodotti appositamente ideate per il sito nell'80% dei casi (ceramiche, bigiotteria artigianale, prodotti tessili). Particolare attenzione meritano poi sia le strategie di audience development, che quelle di community engagement, in una nuova visione di Museo che accoglie per includere e stimolare il dialogo a partire dal patrimonio. Tra le prime vanno annoverate: la progettazione di nuovi strumenti multimediali a supporto della visita, sia in fase di preparazione all'esperienza, sia all'interno del sito; i numerosi canali di informazione e comunicazione dedicati al pubblico, alle scuole e ai tour operator che poggiano su un moderno sistema integrato di biglietteria on line; un articolato piano di attività di promozione che ha raggiunto un database di 2800 destinatari di newsletter periodiche, ottenuto l'apprezzamento di oltre 13 mila fan e follower sui social e supportato, nel solo 2017, 184 giornate evento che hanno trovato un larghissimo consenso di pubblico, soprattutto in occasione delle Albe nella Valle.

Non da ultimo, un'intensa azione di sensibilizzazione condotta presso tour operator italiani e stranieri, per lo più attivi nei mercati nordamericano, europeo e asiatico, ha fatto sì che l'anno 2017 si sia concluso con un risultato molto importante in termini di visitatori: 860 mila presenze, ovvero il 31,6% in più rispetto all'anno precedente, che l'anno successivo hanno sfiorato il milione di unità. Quanto alle strategie di community engagement, hanno trovato compimento progetti di rafforzamento del legame tra il Parco e le diverse comunità locali in un'ottica di incontro interculturale e inclusione sociale tra persone e realtà di diversa provenienza. Tra tutti, il progetto **La cultura dell'accoglienza. L'accoglienza della cultura** che ha promosso definitivamente la città di Agrigento a luogo di accoglienza e integrazione tra i popoli. 90 minori agrigentini e altrettanti minori migranti non accompagnati, ospitati nei centri di accoglienza della provincia, sono stati coinvolti in un percorso di riscoperta di origini e patrimoni culturali comuni che, iniziato nel vicino Museo Griffo, ha visto la sua terza e ultima tappa presso il Tempio della Concordia, simbolo di pace tra gli uomini.

I risultati raggiunti grazie all'impegno, umano prima che professionale, in primis della Direzione del Parco, sono stati analizzati e misurati attraverso le grandi lenti della sostenibilità economica, culturale, sociale e organizzativa al fine di valutare il valore creato, il suo impiego e i benefici diretti indiretti. Un metodo, questo, alla base del **Rapporto di Sostenibilità del Parco 2017**, che non si limita alla rendicontazione delle azioni e dei dati ma va alla ricerca di indicatori in grado di valutare, su scala più ampia, i benefici all'interno ed all'esterno, quantificabili e non e, soprattutto, di indicare come correggere o potenziare, laddove necessario, gli sforzi comuni.

Tra i dati maggiormente degni di nota, segnaliamo la capacità del modello di governance, inclusiva e cooperativa, messa in atto dal Parco, di incidere sullo sviluppo economico dei territori e sul welfare delle comunità. Ogni euro di spesa sostenuta dai visitatori ha avuto una ricaduta sul territorio di 2,64 €, e occupazionale pari a 2,13 nuove risorse umane attivate sul territorio per ogni risorsa impiegata al Parco. Non è difficile ravvisare in questo il contributo di CoopCulture che, oltre

ad essere il principale tra gli attori terzi che sussidiariamente si occupano della gestione, in quanto cooperativa ha potuto contare su un forte radicamento territoriale e ha posto al centro qualità e dignità del lavoro, mutualità e relazioni cooperative con i soggetti con i quali è entrata in contatto, sempre guardando, oltre che agli obiettivi di impresa, anche allo sviluppo del contesto e alla capitalizzazione per le generazioni future.

Ecco dove l'esperienza di Agrigento può davvero fare scuola, nell'aver non solo riconosciuto l'importanza di una **governance partecipata** ma di aver identificato in concreto un modello di impresa, quella **cooperativa**, ed un sistema di relazioni, quello del **network territoriale intersettoriale**, in grado di migliorare gli impieghi e amplificare gli impatti derivanti dalla gestione di un bene culturale. Si tratta quindi di una esperienza agli antipodi rispetto alla pratica, tutta italiana, di supportare la cultura concentrando attenzione e risorse nella tutela dei beni e nella loro valorizzazione. Se si pensa alla consistenza e diffusione del patrimonio culturale nel nostro Paese, si rende evidente come un cambio di paradigma nelle scelte politiche, che dia centralità ai modelli di governance improntati alla partecipazione e alla semplificazione amministrativa, a misure per l'innovazione delle competenze, a network cooperativi culturali e creativi in grado di produrre anche innovazione sociale sui territori, ben potrebbe porci al passo con i paesi nordeuropei o statunitensi, rendendo il nostro patrimonio motore di una crescita sostenibile probabilmente esponenziale.