

## MUSEO DIFFUSO DEI 5 SENSI DI SCIACCA

Siamo stati messi in pausa. Tutto si è fermato.

Anzi, non proprio tutto.

A Sciacca, una città di 45000 abitanti a ovest della costa siciliana, nell'agrigentino, la comunità ha continuato a lavorare tra le mura delle proprie case per creare un progetto di turismo di qualità, empatico, esperienziale, fondato sull'Identità e sulla Bellezza.

Il "Museo Diffuso dei 5 sensi" nasce da un patto che la comunità di Sciacca stringe per tutelare, valorizzare e promuovere le Identità del territorio che diventano Risorse di un'intera Comunità.

Questo è un Museo a Cielo aperto le cui strade sono i corridoi, le piazze le sale di esposizione, le botteghe degli artigiani e persino le case dei residenti sono le teche attraverso le quali scoprire il vero tesoro: le persone.

Da questo Patto di Comunità è nata, nell'aprile 2020, la Cooperativa di Comunità "Identità e Bellezza" con lo scopo di assicurare metodi, governance e competenze per supportare i cittadini di Sciacca nei processi di valorizzazione, tutela e promozione dell'immenso patrimonio storico, artistico, culturale e gastronomico presente da secoli nella città.

**Il progetto è un percorso per coinvolgere i cittadini di Sciacca perché prendano consapevolezza del patrimonio che li circonda e ne diventino i primi promotori e ambasciatori.**

**L'obiettivo** del Museo è puntare sulle Identità del Territorio per un turismo empatico di alto livello che generi Felicità e Bene-Essere per chi Accoglie e per chi Viaggia.

**La missione** è essere un Ecosistema che offre al Cittadino Temporaneo un'Esperienza di Viaggio unica e indimenticabile, basata sull'accoglienza, l'autenticità e il rispetto.

**I valori** del Museo sono proprio identità, bellezza, comunità e sostenibilità.

Una grande comunità formata da circa 50 enti presenti sul territorio saccense, tra i quali rappresentanti delle associazioni sportive, teatrali e culturali, commerciali, artigianali, strutture ricettive, ristoranti, maestri della cartapesta e della ceramica,

**orafi collaborano per creare un turismo esperienziale, basato sui sensi e sulla relazione tra le persone.**

I gestori e lo staff di hotel e b&b facenti parte della rete del Museo Diffuso dei 5 Sensi accolgono i turisti seguendo disciplinari speciali, dove, oltre all' affettuosa ospitalità siciliana, si seguono protocolli di sostenibilità ambientale, spinta che prevede ad esempio il divieto di usare saponette, ma solo sapone prodotto localmente e utilizzato con dispenser. Così nelle colazioni dei b&b, negli aperitivi e nei ristoranti si trovano prodotti locali a cui viene connessa la narrazione degli agricoltori che li coltivano e la possibilità di visitarli per scoprirne la quotidianità.

Esperienze reali che si affiancano a quelle offerte dagli artigiani che raccontano e insegnano i segreti della modellazione dell'argilla, della cartapesta e della decorazione del corallo.

I commercianti, oltre a portare avanti la loro attività, diventano infopoint diffusi, pronti a raccontare Sciacca e la sua storia e a consigliare un'esperienza da fare in città.

Vivere **un'esperienza** al Museo Diffuso dei 5 Sensi di Sciacca significa scegliere di essere protagonista di un viaggio unico fatto di emozioni ed empatia con la gente del luogo.

Si vuole narrare l'identità del posto e fare in modo che il turista possa toccarla con mano, ascoltarne i suoni, respirarne i profumi, gustarne i prodotti più genuini, scoprirne i tratti più autentici.

Sciacca accoglie i turisti come se fossero "**cittadini temporanei**", degli amici che arrivano e vogliono condividere la quotidianità, i monumenti della città, così da renderli parti integranti della comunità.

Per rendere tutto questo tangibile è stata creata la "Carta d'Identità" del cittadino temporaneo, una card che permetterà di avere sconti in tutte le esperienze e attività aderenti al circuito.

**Sciacca diventa il primo laboratorio sociale dove un'intera comunità, di dimensioni importanti, sceglie di scrivere il proprio futuro fondandolo su un'economia sostenibile, l'identità e la bellezza come contenuto e il turismo come strumento. Lavorando in sinergia continua tra tutti i suoi membri, con la cura di una famiglia e l'efficienza di una DMO (Destination Manager Organization), connettendo tutti i settori per un'offerta totale della propria identità. Iniziando a sfruttare appieno le immense potenzialità che il proprio territorio offre.**

## L'OFFERTA DEL MUSEO DIFFUSO 5 SENSI

- Qui tutto è narrazione. Un viaggio alla scoperta di un patrimonio storico, artistico e culturale unico al mondo reso possibile dalla collaborazione tra scuole, artigiani, commercianti, residenti e l'intera comunità di Sciacca.
- Un'esperienza sensoriale da vivere assaggiando, respirando, ascoltando, toccando, osservando da vicino le Identità del territorio.
- Offrire i **profumi** di una terra antica, in ogni stagione dell'anno. L'aroma delle zagare lungo le strade, i percorsi delle erbe aromatiche, le inebrianti essenze dei vini, le sfumature degli olii e di puntare sulle Identità del territorio per un turismo empatico di alto livello che generi felicità e bene-essere per chi accoglie e per chi viaggia, per un'economia dell'identità e della bellezza.
- Cibare lo **sguardo** del turista con mille sfumature di bellezza. Nelle grotte dove atterrò Dedalo, tra le onde ad ammirare il corallo dell'isola che non c'è, tra i vicoli intrisi di street art.
- Fare scoprire che il **cibo** da noi non è solo alimentazione, ma prima di tutto un'esperienza intima ed esaltante. È colore, arte, gioia, cura, esplosione dei sensi.
- Fare scoprire la nostra terra anche ad occhi chiusi, facendola **ascoltare**. Ascoltando i cantastorie, riconoscendo suoni della vita quotidiana, scoprendo le voci del mercato e i pescatori al loro rientro nel porto.
- Accogliere gli altri come se fossero dei **Concittadini Temporanei**, degli amici che arrivano e vogliono condividere con noi la nostra quotidianità, i nostri momenti, i nostri rituali giornalieri. Questa sarà davvero la vostra casa.

## LE ESPERIENZE

TATTO: carnevale, ceramica, corallo, frutta martorana, molitura dei grani antichi, pane, pasta, pizza;

GUSTO: Cooking class, formaggio making class, Gambero Rosa di Sciacca Ittiturismo, Gelsi Rossi della Chiana, il vino più antico del mondo, olio making class, vino, vendemmia making class;

OLFATTO: aroma e saponi, erbe aromatiche, cocktails siciliani, odore del vulcano, tour dei profumi, yoga con oli essenziali;

VISTA: Dedalo e le sue Terme, La leggenda della Giulietta Siciliana, la Sciacca contadina, la Sciacca delle maestranze, la Sciacca marinara, street art;

UDITO: la Fede e le sue voci, mercato di Sciacca, rientro dei pescatori al porto.

## **L'ORGANIZZAZIONE**

La struttura organizzativa si articola in:

- CDA di 5 membri guidato da Viviana Rizzuto Voiry, Presidente Cooperativa di Comunità ed Emilio Casalini, Direttore Creativo;
- Management board, composto da 10 membri responsabili di: gusto, tradizioni, sapori; tutela e valorizzazione dell'ambiente; vista, racconti, emozioni; beni culturali; bandi e fondi comunitari; lettere e comunicazione; udito, miti e leggende; infopoint diffuso; coordinamento dei progetti con le associazioni; immagini, colori e ricordi.

Il compito è quello di implementare la strategia e raggiungere gli obiettivi indicati dal CDA per assicurare che ogni attività della Cooperativa rispetti degli standard di qualità elevati e che il turista venga sempre accolto adeguatamente e accompagnato alla scoperta della città;

- Supervisory board, costituito dai rappresentanti di ogni categoria, consorzio e associazione della città di Sciacca, il cui compito principale è quello di controllare che le azioni intraprese dalla cooperativa rispettino lo statuto e i principi su cui è basato il Museo ovvero comunità, sostenibilità, identità, tutela e valorizzazione del territorio.

## **TRAGUARDI RAGGIUNTI**

Dalla "think-tank SoS" che si è svolta a Sciacca (45000 abitanti, Sicilia) all'inizio di gennaio 2019, il progetto è passato dal tentativo di rispondere ad un'esigenza contingente, cioè quella di rilanciare l'economia puntando su un turismo responsabile e di qualità, alla realizzazione di un MODELLO DI GOVERNANCE che è stato preso a modello e definito "best practice" in diversi convegni sul turismo e sulle innovazioni sociali, come Favara Cultural Farm e TravelExpo - Global Tourism Exchange.

Oggi Sciacca, per la prima volta:

- ha una COMUNITÀ IMPEGNATA con tutte le categorie coinvolte

- artigiani, gestori di strutture ricettive, ristoratori, proprietari di bar/pub, associazioni culturali, gestori di musei, commercianti, piccoli e medi imprenditori, studenti, e potenzialmente ogni singolo cittadino;
- ha fondato la sua prima COOPERATIVA SOCIALE NO-PROFIT il cui stakeholder è la comunità impegnata;
- è stata definita il PRIMO LABORATORIO DI INGEGNERIA SOCIALE in Italia per la vastità del territorio e la trasversalità dei soggetti coinvolti.

I. PATTO DI COMUNITÀ: Gli individui della comunità non sono più interessati a lavorare solo per raggiungere obiettivi a breve termine e individualistici, ma preferiscono stabilire una serie di rapporti di collaborazione per progredire verso obiettivi comuni. Il raggiungimento di questo processo dal basso verso l'alto ci ha permesso di gettare le basi durevoli e solide per lo sviluppo di tutti in collaborazione con le istituzioni pubbliche.

II. VISIONE CONDIVISA: Utilizzando l'IDENTITY BUSINESS MODEL CANVAS si è raggiunta una visione condivisa degli obiettivi che si vogliono perseguire e delle azioni per raggiungerli.

III. CAMBIO DI MENTALITÀ: Gli individui nella comunità sono stati ispirati a cambiare la loro mentalità da un atteggiamento e un comportamento passivo e rinunciatario alla consapevolezza del loro potenziale e alla volontà di svilupparlo agendo attivamente.

IV. RECUPERO E CURA DEL PATRIMONIO CULTURALE: È stato avviato un processo di valorizzazione del patrimonio che possediamo, recuperando e valorizzando quelle peculiarità e identità che sono state trascurate e abbandonate per troppo tempo.

V. NARRAZIONE IDENTITARIA: Sono state sviluppate competenze comunicative volte a raccontare il patrimonio culturale/storico/artistico nel modo giusto attraverso i canali giusti.

VI. PRODOTTI TURISTICI: Sono state create più di 40 “esperienze” per vendere ai compratori, cercando di fare un uso ottimale delle risorse ambientali, materiali e immateriali e contribuendo alla conservazione del patrimonio naturale e della biodiversità.

VII. BUSINESS PLAN: È stato creato un business plan per trasformare le Identità del territorio in risorse per un turismo responsabile e sostenibile.

VIII. GOVERNANCE: È stato sviluppato e implementato un metodo per organizzare, controllare e monitorare un insieme di azioni condivise. Gli sforzi degli individui non

sono più disorganizzati e confusi, ma sono ora coordinati e controllati attraverso KPI oggettivi e mirati.

IX. RETE: Sono stati stabiliti 54 partnership attraverso la firma di protocolli d'intesa con associazioni, categorie professionali e istituzioni pubbliche e private, che hanno portato a collaborazioni con più di 2.000 persone. Sono state inoltre avviate collaborazioni con l'Ufficio Regionale del Turismo, la Curia Vescovile di Agrigento e l'Assessorato Regionale al Turismo e ai Beni Culturali.

X. RICONOSCIMENTI: Il Museo Diffuso dei 5 Sensi ha ricevuto il riconoscimento ufficiale da parte della Giunta Regionale Siciliana, dell'Assessorato Regionale al Turismo e ai Beni Culturali e del Comune di Sciacca. Nel febbraio 2020 è stato tra i primi 11 Ecomusei riconosciuti dalla Regione Sicilia.

XI. CASE STUDY & BEST PRACTICE: nell'ultimo anno è stato chiesto di portare le "best practice" in diversi convegni sul turismo e le innovazioni sociali, oltre che in ambito universitario come, ad esempio, al master in Management dei Beni Culturali e del Patrimonio UNESCO dell'Università di Palermo e all'Università Federico Secondo di Napoli per presentare il modello di governance a una conferenza per ispirare ed educare i giovani che competono per il bando "Fermenti" di fronte ad una platea di 154 imprenditori di innovazione sociali.

Siamo stati inseriti nella prestigiosa rubrica Atlante dell'Enciclopedia TRECCANI. Siamo diventati Case Study per una tesi di Laurea discussa al Dipartimento di Scienze Giuridiche ed Economiche della Facoltà di Economia all'Università La Sapienza di Roma, dal titolo: "Lo sviluppo sostenibile applicato al turismo: l'esperienza dei 5 Sensi di Sciacca."