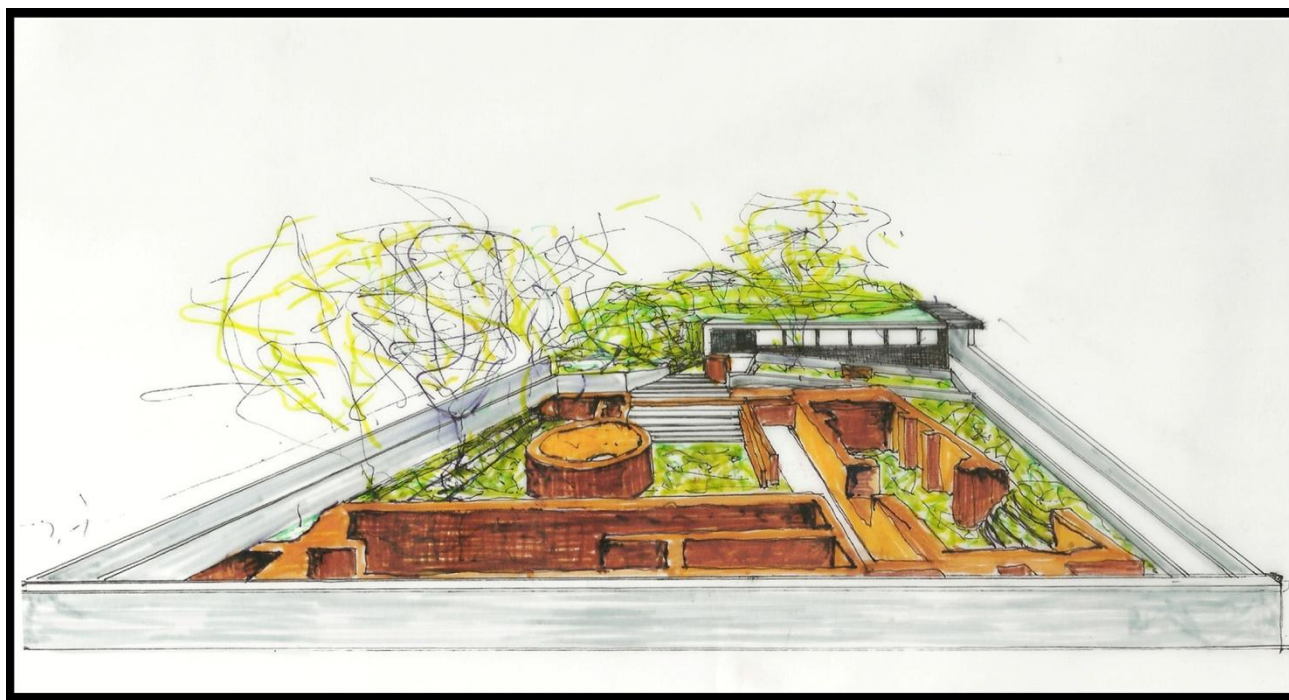


*Oggetto: Progetto per la Conservazione, Fruizione e Gestione del Sito
“Monastero S.Maria di Gesù Superiore - Presunta sepoltura di
Antonello da Messina - Località Viale Giostra (Me)*

PIANO DI MARKETING

DITTA: Società Cooperativa Sociale Onlus “TRAPPER”



Consulente Marketing:

Dott.ssa Francesca Mangano

Da ogni minuscolo germoglio nasce un albero con molte fronde. Ogni fortezza si erige con la posa della prima pietra. Ogni viaggio comincia con un solo passo.

(Lao Tze, Tao Teh King)

Introduzione

Poche parole che spiegano, meglio di molte altre, la logica che dovrebbe sostenere e ispirare ogni azione, piano e programma di marketing territoriale. Quando parliamo di marketing territoriale facciamo riferimento a un “prodotto”, il territorio, molto particolare con esigenze altrettanto specifiche. Esso richiede, infatti, che vengano soddisfatte contemporaneamente le istanze degli attori interni e dei potenziali attori esterni attraverso un’unica azione, ottimizzando le risorse disponibili e mostrando capacità di ascolto e di programmazione. Ecco perché la logica della cooperazione e la capacità da parte degli attori coinvolti di mettere al primo posto gli interessi comuni risulta fondamentale. L’introduzione del marketing territoriale viene pressoché universalmente fatta risalire, in letteratura, all’incremento di concorrenza tra i territori. Ciò viene imputato a diversi grandi cambiamenti che si sono verificati negli ultimi decenni: la globalizzazione delle imprese (che implica una scelta localizzativa basata sulle opportunità offerte dalle diverse aree geografiche), l’integrazione degli Stati nazionali (che espone le imprese locali alla concorrenza di imprese localizzate altrove), lo sviluppo della tecnologia e la crescita economica di nuove regioni del mondo. Negli ultimi anni un crescente numero di istituzioni pubbliche ha iniziato ad utilizzare la logica dell’analisi di marketing come mezzo per perseguire mete istituzionali. Nonostante questo, e nonostante tali tematiche siano oggetto di studio fin dagli anni Cinquanta, ci sono ancora molti aspetti che meritano un ulteriore approfondimento e tante domande di primaria importanza senza una chiara e/o univoca risposta: bisogna ottimizzare il valore, ma per chi, per quali attori? quali attori, tra quelli che insistono su un medesimo territorio, bisogna ascoltare? Chi ha il compito di ascoltare tali attori? Come trovare un compromesso tra le istanze avanzate dai diversi soggetti che insistono su un territorio?

Il presente elaborato parte dalla convinzione che nella delimitazione del territorio, oggetto del marketing territoriale, occorra superare il ricorso ai confini amministrativi e passare da un'individuazione puramente amministrativa di un territorio all'identificazione delle reti di valore che su di esso si vengono a creare, affinché si adottino scelte strategiche nel comparto turistico. Il turismo riveste un ruolo fondamentale nello sviluppo sostenibile per le forti dinamiche di crescita che lo hanno caratterizzato negli ultimi decenni, per l'importante contributo economico che rappresenta e per il forte impatto che genera sulle risorse materiali e immateriali. Esso può essere interpretato come la risultante dell'interazione fra alcune categorie di soggetti: i turisti, le imprese, la comunità ospitante e il sistema politico-organizzativo locale. Questi soggetti interagiscono sul territorio creando: una forte interazione tra visitatore, comunità locale e ambiente; una fondamentale dipendenza delle attività turistiche dalle risorse locali. Il turismo può generare importanti impatti positivi sulla destinazione (spazi turistici): creando opportunità di occupazione e sviluppo economico per il micro-territorio e le imprese che ivi vi operano; producendo nel contempo valore economico per le risorse naturali e culturali e sviluppando così il confronto e i rapporti interculturali, l'abitudine all'accoglienza e alla tolleranza.

PIANO DI MARKETING

“RESTI ARCHEOLOGICI DEL MONASTERO DI S. MARIA DI GESU’ SUPERIORE – RITIRO” MESSINA

PRINCIPI GENERALI:

All’Associazione Trapper, ideatrice e realizzatrice del progetto spetta il compito di redigere ed attuare un piano strategico di sviluppo e fruizione dei resti archeologici del monastero di S. Maria di Gesù Superiore di Messina, che possa rispondere, da un lato alla “domanda di turismo culturale”, dall’altro al bisogno di identificazione, conservazione e riqualificazione dei quartieri cittadini, luoghi ancora pregni di identità storica, che segnano le tappe della memoria culturale di un territorio e rappresentano un patrimonio di notevole importanza ed un’opportunità strategica per lo sviluppo del territorio stesso.

Su questa strategia, è possibile ipotizzare un modello innovativo di governance territoriale, che si basa su un progetto di conoscenza e valorizzazione, collegata ad una tutela attiva e pienamente condivisa non solo dalla politica locale ma anche dalla popolazione. Infatti un altro strumento di analisi, è legato alla strategia della nascita dei “Spazi turistici” espressioni di potenzialità in termini di attrattivi turistiche ed utilizzo di nuovi sistemi tecnologici a basso costo per mettere in luce i “beni minori” ed i “valori umani” al fine di valorizzare quelle zone turistiche considerate periferiche e spesso economicamente svantaggiate.

Per l’attuazione del progetto, la Trapper ,interverrà come supervisore di tutte le opere che si realizzeranno per la messa in opera dello “spazio turistico”, partendo dalla riqualificazione del Monastero S. Maria di Gesù Superiore da un punto di vista

infrastrutturale, dalla messa in opera degli allestimenti, del Front-Office, fino alla messa in opera delle infrastrutture tecnologiche per la cablatura informatica. La Trapper, pertanto, per mezzo delle proprie risorse umane, in qualità di ideatrice e realizzatrice del progetto, avrà il compito, oltre che di redigere e curare il piano di gestione ed il sistema di marketing territoriale integrato, anche quello di seguire i lavori di realizzazione affiancandosi alla direzione dei lavori con una “direzione tecnica” che possa conciliarsi con la direzione esecutiva al fine di garantire che l’idea e la stesura iniziale premiata con i finanziamenti regionali, statali, europei o privati, trovi piena ed univoca applicazione per la realizzazione del sistema originario. Una volta completato e messo in opera lo “spazio turistico”, la Trapper avrà il compito di accompagnare l’amministrazione comunale per l’espletamento di tutte le funzioni necessarie affinché la concezione del progetto, trovi piena applicabilità delle strategie di marketing e posizionamento descritte nel piano di gestione di cui si dovrà dare obbligatoria esecutività. Pertanto, lo scopo è quello di sviluppare una strategia o un insieme di strategie collegate che permettano, tutte insieme, di posizionare “lo spazio turistico” e con esso la città, tra le mete d’interesse culturale con particolare riguardo alla memoria storica di Antonello da Messina. Il progetto, nel suo insieme sarà identificato come uno spazio fisico e virtuale attraverso il quale sarà permesso, al turista, di addentrarsi a piedi, o mediante un sistema virtuale, per mezzo dell’uso di tecnologie informatiche, all’interno di un sistema, in cui potrà acquisire conoscenze diverse della vita, delle opere ospitate nei musei di tutto il mondo, nonché le fedelissime riproduzioni, attraverso una mostra permanente del grande artista **Antonello da Messina**.

Per mezzo di strumenti tecnologici, sarà possibile far apprezzare al turista, non solo la rappresentazione fisica dell’opera d’arte, ma sarà possibile evocarne sensazioni ed emozioni. L’azione per la creazione dello “spazio turistico” può divenire, così, l’espressione della volontà di creare un elemento di attrazione e di competitività per un sano ed efficiente sviluppo del territorio, adatto ad impostare, nel contempo,

strumenti in un'ottica di costruire un vero e proprio “spazio turistico” di alta qualità, intercettando i cambiamenti per accrescere competitivamente il territorio.

Tuttavia, poiché anche per il turismo culturale si riscontra attualmente una forte concentrazione dei turisti in alcune località, in particolare nelle maggiori e più celeberrime città d'arte, appare come una priorità negli interventi di politica turistica europea quella di decentrare i flussi turistici, indirizzandoli verso le località non ancora congestionate, meno famose, ma non meno attraenti per valori storici e culturali.

Per la realizzazione del piano di sviluppo e marketing la Trapper lavorerà su tre direttrici:

1. Realizzazione della mappatura del territorio (Spazio Turistico - Resti Archeologici del Monastero di S. Maria di Gesù Superiore - Ritiro);
2. Realizzazione del piano di marketing;
3. Realizzazione delle linee guida del piano strategico integrato;

1. MAPPATURA DEL TERRITORIO (SPAZIO TURISTICO-RESTI ARCHEOLOGICI DEL MONASTERO DI S .MARIA DI GESU' SUPERIORE - RITIRO)

Realizzare una mappatura completa dello spazio turistico, degli elementi di qualità architettonica, artistica, e paesistica significativi in chiave di memoria storica. Di esso, si redigerà una scheda contenente informazioni quali:

- **La denominazione;**
- **La tipologia del sito;**
- **Cosa sia** (in breve la sua storia, a cosa sia stato adibito, chi l'abbia fatto/progettato/ideato);
- **Cosa ospita** (esposizione permanente di opere riprodotte fedelmente di Antonello da Messina o collezioni temporanee)
- **Informazioni** di contatto o per la visita come: Indirizzo, telefono, e-mail, sito internet, orari e giorni di apertura;
- **Foto e Immagini.**

Tale mappatura comprenderà i principali resti architettonici, gli spazi espositivi (che ospitano collezioni permanenti o temporanee)

La definizione di una “griglia” contenente “campi” determinati consentirà tuttavia di utilizzare in seguito la stessa per molteplici attività e funzioni, consentendo forme avanzate di ricerca e la migliore rappresentazione delle informazioni anche tramite web.

Inoltre, per mezzo della mappatura del territorio (spazio turistico) si cercherà di scoprire l'esistenza o meno, di altri “Spazi Turistici” con l'intento di individuare, nel territorio, differenti percorsi che consentono la fruizione di luoghi di eccellenza storico –artistico - culturale.

Saranno garantiti percorsi ad hoc specificamente pensati per le singole esigenze dei fruitori. Ogni singolo percorso proposto potrà essere modificato dall'utente in base al tempo di permanenza nel territorio e alle personali esigenze.

2. STESURA PIANO STRATEGICO DI GESTIONE E PIANO DI MARKETING

OBIETTIVO:

Redigere il dettaglio esecutivo del piano di marketing già abbozzato, al fine di renderlo applicabile ed operativo per la gestione dello “Spazio Turistico” individuando compiti e responsabilità.

CONTENUTI E METODOLOGIA OPERATIVA:

Oggetto dell'azione sarà la realizzazione di un elaborato definito “Piano Strategico di sviluppo e Marketing esecutivo”, chiaro, sintetico e di immediata applicabilità operativa. Lo studio realizzato, definirà l'ottimizzazione del marketing mix volto a determinare il profilo del prodotto “Spazio Turistico - Resti archeologici del Monastero di S. Maria di Gesù Superiore - Ritiro ” che massimizzi la qualità ed il valore percepito dell'offerta turistica messinese.

In una prima stesura del piano di marketing, è stata analizzata la vocazione del territorio ,esplorando e rintracciando percorsi turistici possibili; la stesura operativa del piano di marketing, punterà adesso, alla messa a punto di strategie e di azioni per “promozionare e sponsorizzare” il prodotto turistico “Spazio Turistico – Resti archeologici del Monastero di S. Maria di Gesù Superiore - Ritiro”, chiaramente identificato e localizzato dal piano di gestione del progetto.

Il piano di sviluppo e Marketing esecutivo sarà in grado di :

- Valutare il mercato potenziale (profilo clienti target, loro bisogni, competitors);
- Individuare gli obiettivi (clienti, possibile fatturato futuro ,marginalità);
- Delineare il giusto prodotto/servizio (caratteristiche, pacchetti, tariffe abbonamento, tariffe utilizzo, etc);
- Verificare l'interesse della proposta del prodotto/servizio presso i diversi target potenziali;
- Definire le metodologie di promozione;
- Definire i possibili e futuri canali di vendita.

Il piano di marketing esecutivo si concentrerà sull'elaborazione dei seguenti capitoli d'indagine:

- Identificazione e identità del prodotto (Spazio Turistico - Resti archeologici del Monastero di S. Maria di Gesù –Ritiro)
- Identificazione del prezzo (studio su un eventuale futuro prezzo da applicare per la fruizione del sito – Spazio Turistico)
- Posizionamento. Definizione dei segmenti obiettivo e del posizionamento relativo
- Promozione (Pubblicità, Internet, Sito dedicato, newsletter, PR – eventi, Materiali informativi, Servizi specifici, Visite)
- Distribuzione (strategie e canali per la distribuzione)
- Sponsorizzazioni e Catalogo degli aderenti allo “Spazio Turistico” (Individuazione dei target interni, strategie e realizzazione delle pubbliche relazioni, Comunicazione interna sui piani di marketing esterni, Collegamento con i piani di marketing relazionali esterni).
- Piano operativo di azione (Tempi di azione, responsabilità ed economics)

- Risultati attesi (costruzione di un sistema strutturato per la rilevazione continua degli indicatori di risultato per monitorare che il prodotto/servizio sia sempre allineato con la domanda).

Il “prodotto” che si intende promuovere con il piano di gestione e marketing esecutivo, è rappresentato da un insieme di beni, servizi ed eventi del territorio di Messina che, messi a sistema, compongono un’offerta in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica. In quest’ottica, si risponderà alla domanda formulata dal turista con una combinazione di servizi, di mercato e non, in modo sincronico (nel caso si acquisti un pacchetto turistico), che diacrono (se turista individuale).

La strategia di creare un circuito per la scoperta degli “spazi turistici” che conservano la memoria storica, l’identità del territorio stesso, rappresenta la risposta alla domanda del target turistico di Messina, il quale considera la città principalmente come “luogo di approdo e di passaggio” e non si addentra alla ricerca di nuove forme di cultura, questo in virtù del fatto che, oggi, non esiste sul territorio un circuito strutturato che risponda a queste esigenze.

Lo studio del piano di gestione e marketing si concentrerà sulla valorizzazione del prodotto e sulla sua promozione, per incrementare i flussi turistici a Messina e per valorizzare lo “spazio turistico”. Inoltre lo studio proporrà soluzioni ed effettuerà analisi socio-economiche al fine di identificare potenziali fonti finanziarie per l’auto-sostentamento del circuito oltre il termine del finanziamento concesso, attraverso la stipula, ad esempio, di convenzioni, di patrocini e di sponsorizzazioni.

Per la definizione di ciò è prevista la realizzazione diretta di specifiche analisi (anche attraverso la consultazione della clientela potenziale) e l’accesso ad analisi di mercato già esistenti.

In particolare, la Trapper si occuperà di realizzare:

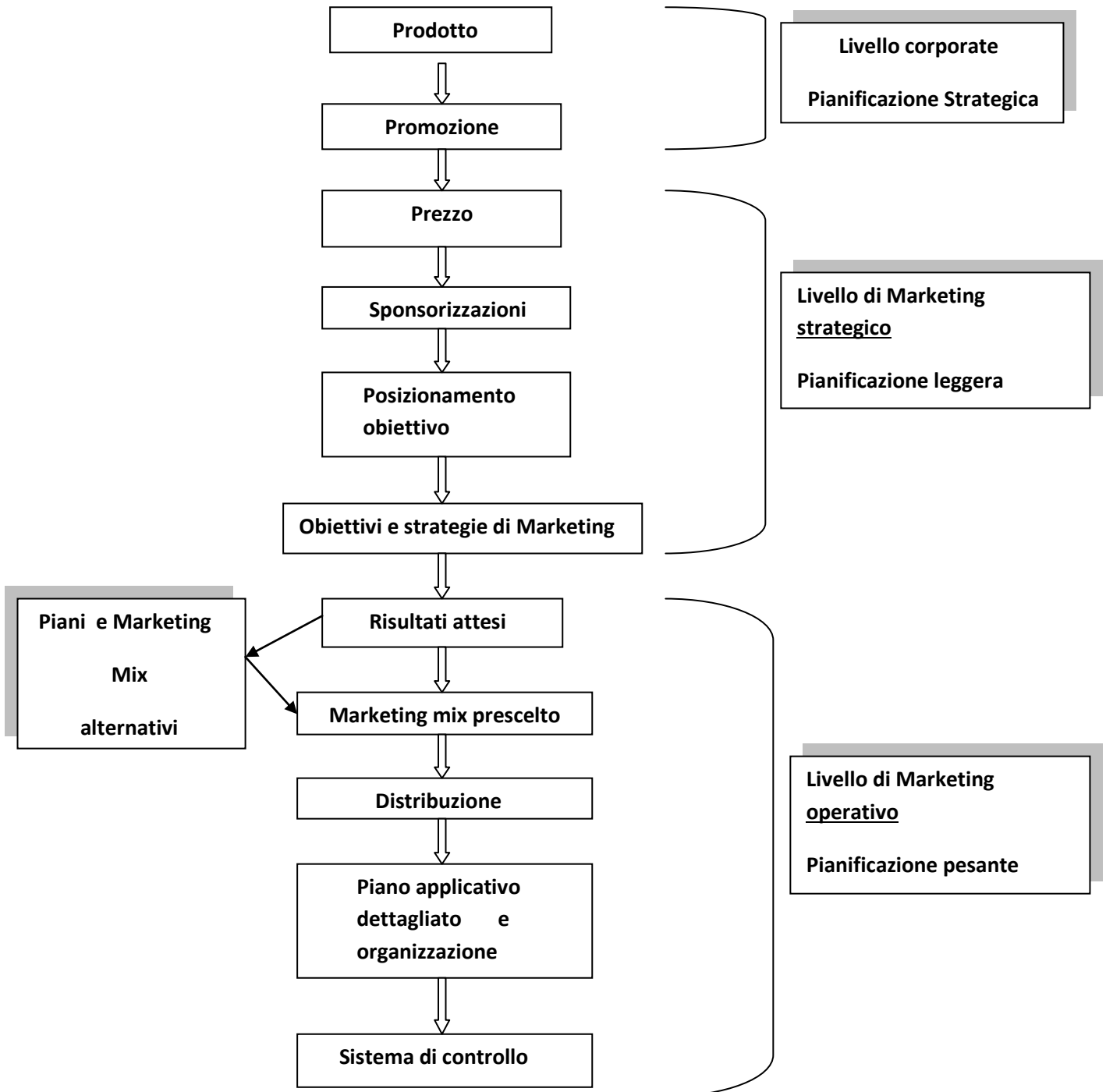
- Un'indagine diretta sui potenziali clienti/fruitori dello “Spazio Turistico – Resti archeologici del Monastero di S. Maria di Gesù Superiore - Ritiro”, mediante l'esecuzione di interviste e/o l'acquisizione diretta di informazioni per la verifica del loro grado di potenziale interesse al servizio, per l'individuazione di nuovi eventuali segmenti di target, e per l'ideazione di una politica di prezzo, misurato sulla realtà del mercato ma anche sul valore riconosciuto al nuovo prodotto dal cliente, pensando anche a formule ad hoc per il target specifico, che facilitano l'avvicinamento e la fidelizzazione della clientela potenziale, ecc.
- Un'indagine diretta sui potenziali operatori economici locali interessati ad aderire allo “Spazio Turistico – Resti archeologici del Monastero di S. Maria di Gesù Superiore - Ritiro”, (sponsorizzazioni, patrocini, etc.) mediante l'esecuzione di interviste e/o l'acquisizione diretta di informazioni per la verifica del loro grado di potenziale interesse all'adesione allo “Spazio Turistico” e per l'ideazione di una politica di prezzo, misurato sulla realtà di mercato ma anche sul valore riconosciuto al nuovo prodotto.

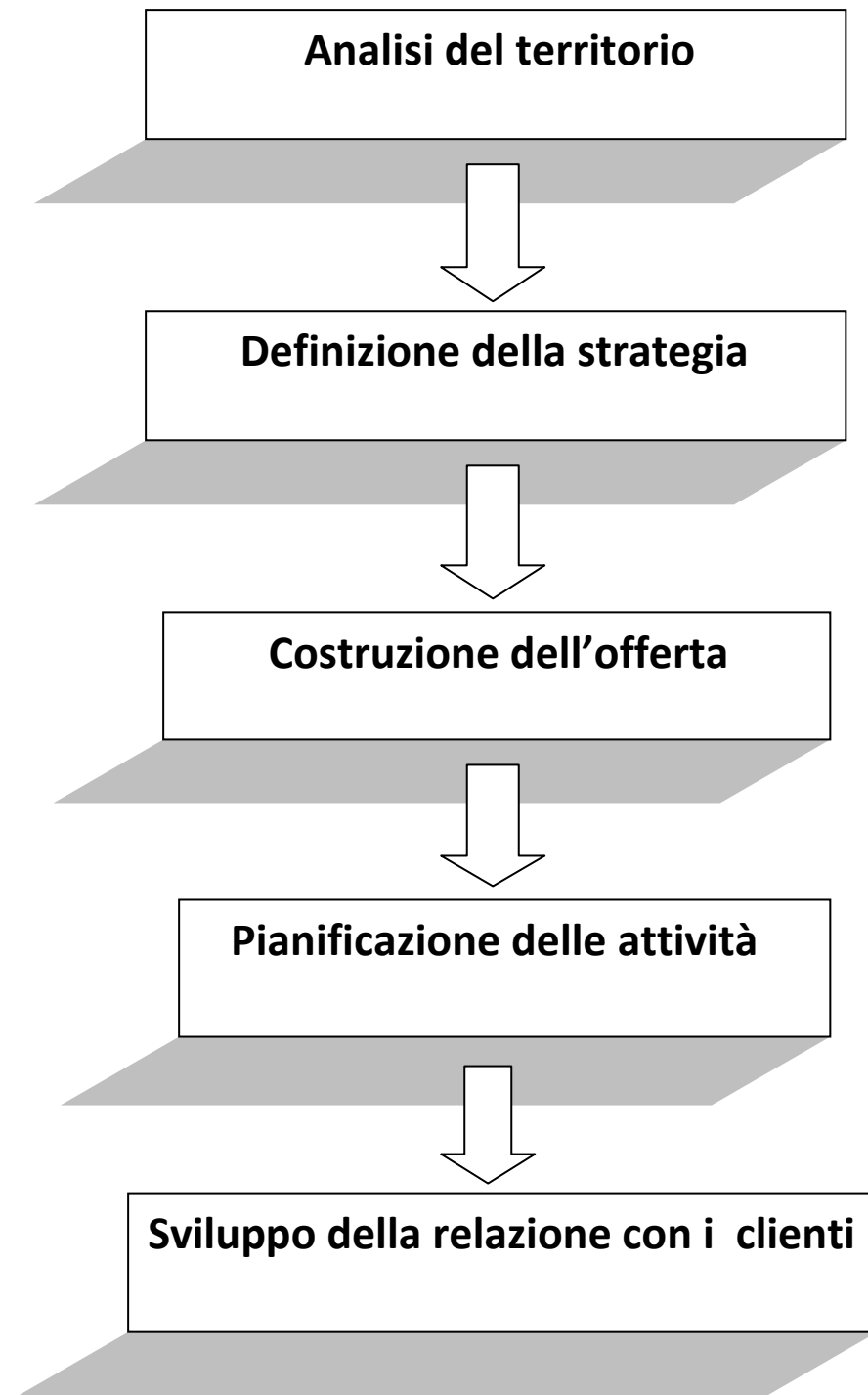
Le indagini faranno ricorso alle metodologie quantitative (di natura statistica) per ottenere le stime di tali fattori, da implementare poi nel Piano di marketing.

Dette stime poggeranno su tecniche “qualitative “ e “quantitative” rigorose e oggettive (con riguardo alla previsione delle vendite, alla valutazione dell'impatto della pubblicità, all'ottimizzazione della combinazione dei livelli dei fattori di marketing, all'ottimizzazione degli investimenti nella distribuzione, alla segmentazione del mercato, al posizionamento della marca e dei prodotti, alla soddisfazione della clientela).

Il piano di Marketing esecutivo sarà lo strumento necessario per la PIANIFICAZIONE e la REALIZZAZIONE dello “Spazio Turistico – Resti archeologici del Monastero di S. Maria di Gesù Superiore - Ritiro”, divenendo contenitore di diverse soluzioni operative e di dettaglio delle attività da compiere, indicando i ruoli principali nelle responsabilità.

SCHEMA LOGICO DEL PIANO DI MARKETING ESECUTIVO:





TEMPISTICA: Dieci mesi dalla data di approvazione del progetto

2. LINEE GUIDA DEL PIANO STRATEGICO INTEGRATO

OBIETTIVO

Identificazione dello “Spazio Turistico – Resti archeologici del Monastero di S. Maria di Gesù - Ritiro” e di altri “Spazi turistici” paralleli o complementari.

CONTENUTI E METODOLOGIA OPERATIVA:

L'azione prevede lo studio del territorio Messinese e l'individuazione, in termini di Marketing, di altri “prodotti turistici”, oltre al sito già identificato dello “Spazio Turistico – Resti archeologici del Monastero di S. Maria di Gesù Superiore - Ritiro”. Ciò al fine di pervenire ad una gestione e a una fruizione turistica di tutta l'offerta Messinese.

Le linee guida del Piano Strategico Integrato, saranno il risultato dell'ultima fase di studio del territorio e andrà letto insieme al Piano di Marketing esecutivo e alla mappature del territorio, che sintetizzeranno la fase analitica del lavoro di pianificazione. Il “Piano”, infatti, costituirà, la principale realizzazione operativa delle idee e delle proposte nate dalla lettura degli assest turistici presenti sul territorio. Esso sarà uno strumento di lavoro non statico, ma dinamico: potenzialmente sarà continuamente aggiornabile, potrà prevedere nuovi inserimenti anche sotto forma di gemmazioni successive e spin-off da altri progetti, e naturalmente potrà registrare il superamento di certi progetti alla luce di sviluppi attualmente non prevedibili, ma sempre in coerenza con quanto affermato nel Piano di Marketing.

SCHEMA LOGICO DI LAVORO:

TEMPISTICA: tre mesi dalla mappatura del territorio

PREMESSA

Chiesa di S. Maria di Gesù Superiore

Alcuni testi come la guida del 1902 “MESSINA E DINTORNI”, a cura del Municipio, datano l’origine del Convento e chiesa di S. Maria di Gesù Superiore all’anno 1166 per opera dei frati Carmelitani Altri autori fra i quali il Samperi, lo datano attorno al 1200. Negli annali dell’Ordine, dopo la sede in Terra Santa, figura la sede di Messina realizzata nel 1238 (Provincia di Sicilia o S. Alberto).

È, dunque, nei primi decenni del 1200 che i frati eressero il Convento di Santa Maria di Gesù, a due chilometri circa dalla città, lungo il torrente S. Michele (oggi Viale Giostra), nel Villaggio Ritiro.

Toponimo derivato, molto probabilmente, dal luogo ameno adatto “per lo religioso ritiramento”. Adiacente il Convento furono ritrovati i resti di antiche terme, probabilmente di epoca romana, di cui fa cenno anche Giuseppe Grosso Cacopardo.

Nel mese di settembre del 1263, con atto del notaio Costantino del Bufalo, i religiosi vendettero per 108 scudi, il convento a una donna vedova molto religiosa (vedova di Silvestro Orefice e madre di un frate Carmelitano), Suor Frisa del terz’ordine del Carmine. I Carmelitani si spostarono, invece, verso valle, vicino alla foce del Torrente S. Michele. Suor Frisa assieme ad altre più donne (almeno diciannove) dedite alla preghiera e alla solitudine e a una rigorosa penitenza, ottenne, per il sito, dal Pontefice Urbano III, il titolo di Monastero e di professare vita claustrale e religiosa con la regola cistercense.

Nell’anno 1389 le suore si trasferirono dentro le mura della città, nel luogo detto Monte della Caperrina (Montalto) ove sorgerà il Monastero di S. Maria dell’Alto, non abbandonando, però, l’originario sito al quale saltuariamente facevano visita, dimorandovi probabilmente nei periodi più caldi.

Nel 1418 il Monastero di S. Maria di Monte Carmelo in Ritiro fu ceduto al Beato Matteo Gallo di Agrigento, compagno di S. Bernardino da Siena, per due libbre e mezza di cera e un carico di agrumi da versare annualmente alle suore Cistercensi. Il

titolo del Monastero fu cambiato in S. Maria di Gesù, divenendo il primo Monastero del nuovo ordine degli Osservanti in Sicilia.

Ordine con il quale si propugnava una convinta e rigida pratica alle regole di S. Francesco, dedicandosi i frati alla povertà, all'elemosina, alla preghiera e al lavoro nei campi, rispetto all'eccessiva secolarizzazione dell'Ordine conventuale e della stessa Chiesa. Il Beato Matteo d'Agrigento si fa apprezzare per la sua oratoria e, in città, predica "incessantemente e apostolicamente" tanto che il sovrano di allora, Alfonso il Magnanimo, che lo conosceva personalmente, disse: "Costui predica ore facundo simul et foecundo", "cioè eloquentemente e con frutto". Tra i tantissimi seguaci del Beato Matteo c'è anche la madre della Santa Eustochia. Spiritualità che arricchì la madre e che diede i suoi positivi frutti nella figlia.

Tra l'altro, nella stessa chiesa di S. Maria di Gesù volle essere sepolto, tra gli altri, il nobile e ricco Bartolomeo Ansalone, protettore e benefattore della S. Eustochia.

Frate Francesco Gonzaga, Generale dell'Ordine degli Osservanti, nella sua monografia sulla storia dei Frati Osservanti, ci riferisce anche del secondo Convento edificato dai Frati Minori a cento passi dalla città, con il nome di S. Maria di Gesù Inferiore, o Maggiore. Nel Monastero di Ritiro si praticava, in particolare, la formazione dei novizi e aspiranti. In questo luogo vi erano 8 sacerdoti, 3 novizi, 5 laici e un terziario. La chiesa era mediocre, il Convento aveva 24 celle. I Frati vivevano di elemosine in natura e sovvenzioni da parte del Senato messinese.

Quest'ultimo, tra il 22 giugno al 27 novembre del 1601, concesse 40 onze al Convento di S. Maria di Gesù.

Il Convento di S. Maria di Gesù Inferiore era imponente, tant'è che fù definito anche Maggiore. La chiesa fu iniziata nel 1462 ed era dotata di 21 altari, 3 navate, 18 colonne doriche di granito siciliano, 70 celle per frati, giardino di agrumi, orto, speziaria con vendita al pubblico di medicinali, lavorazione di panni nella quale erano impiegati 10 frati, studentato.

Nel "nostro Convento", invece, si conservava una bella immagine della Madonna del Monte Carmelo, lasciata dalle suore cistercensi, tenuta in molta venerazione. Un'altra

immagine di “Nostra Signora col puttino in braccio”, riposta in una cappella su una base di marmo, ed inoltre un antico Crocifisso conservato nel refettorio del Convento. In questo luogo assai caro ai messinesi di allora, vollero essere sepolti alcuni membri della famiglia Staiti.

Nel Convento si conservava una bella statua di Madonna col Bambino attribuita al Gagini, ritenuta irrimediabilmente persa nell'alluvione del 1854 e miracolosamente ritrovata nel 1858, grazie a delle rivelazioni del giovane frate Antonino da Messina. La statua, oggi, si può ammirare nella parete della navata sinistra dell'attuale chiesa di S. Maria di Gesù a Ritiro.

Nella stessa chiesa, inoltre, è conservata una lastra rettangolare istoriata con incisi i simboli di un sole raggiato e il monogramma del nome di Cristo (IHS), prima murata sul lato sinistro del torrente, nel luogo ove sorgeva la chiesa e il Convento di S. Maria. Durante la peste, che colpì Messina nel 1743 il Monastero divenne ospedale e gli afflitti trovarono gran conforto dalle cure dei frati.

Negli anni successivi, il Convento e la chiesa subirono numerosi danni, fino alla completa distruzione. Già il terremoto del 1783 li compromise gravemente e l'alluvione del 1854 e quella del 16 Novembre del 1863, ancora più grave della prima, travolsero completamente la chiesa (quest'ultima, nel frattempo, ricostruita nel 1858 su quella antica già adibita a cimitero sotterraneo) inondandola di sabbia e materiale alluvionale proveniente dalla tracimazione dell'adiacente torrente.

Nel 1866, a causa delle leggi eversive relative alla confisca dei beni ecclesiastici, il Convento, anche se in parte interrato, fu trasformato in ospedale d'isolamento per malattie infettive.

La nuova chiesa, la terza in ordine temporale, fu ricostruita solo nel 1886 da Padre Luigi Castiglione da Bronte a spese del Municipio, adattando l'antico refettorio ed ornata con alcuni elementi fra cui il portale, appartenenti all'antica chiesa di S. Camillo.

Questa nuova chiesa si affacciava su uno spazio ricavato dalla copertura dell'area della vecchia chiesa inondata. Su questo spazio fu realizzata, nel 1896, una croce

votiva, mentre il nuovo campanile sorgeva sopra quello antico non più esistente. In questa nuova chiesa era esposto un dipinto di Gregorio Panebianco rappresentante S. Francesco d'Assisi, oggi conservato nell'attuale chiesa di S. Maria di Gesù. Il sisma del 1894 provocò seri danni alla nuova struttura e quel che ancora rimaneva fruibile dell'antico sito monastico, venne completamente distrutto dal terremoto del 28 dicembre 1908.



Particolare di una tavola del piano Regolatore della ricostruzione, redatto dell'Ing. Luigi Borzì, dopo il terremoto del 1908, zona di Ritiro, nel cerchio rosso, il luogo della Chiesa S. Maria di Gesù Superiore.

Sull'antico sito fu, infine, realizzata una chiesa barocca e aperta al culto fino al 1934, anno in cui venne inaugurata la chiesa attuale costruita su terreno donato dal proprietario Barone Marullo di Condojanni. Due grosse buche o avvallamenti ci danno la conferma che, sotto il pavimento della chiesa visibile, c'è quella del quattrocento e, sotto questa la relativa cripta ove molti, ritengono sia la sepoltura di Antonello da Messina.

L'attuale chiesa parrocchiale di S. Maria di Gesù Superiore, sorge vicina all'antico sito, sul lato opposto del torrente, adiacente alla sede AMAM.

Oggi il visitatore può ammirare, dopo la campagna di scavi del 1989, che ad una iniziale euforia per la riscoperta degli avanzi del complesso conventuale di Santa Maria di Gesù Superiore, seguì, dopo qualche anno, il totale abbandono culminato nel 1992 con gli scavi trasformati in deposito di rifiuti e poi recintati dal Comune.

Nel 2011, grazie all'interessamento del Presidente del Consiglio Comunale di Messina, Giuseppe Previti, e con la collaborazione di volontari che hanno prestato gratuitamente la loro opera per la pulitura del sito, eliminando montagne di spazzatura e essenze arboree infestanti che invadevano tutto ciò che rimaneva dell'antico convento e della chiesa. Oggi, si può ammirare questa importante testimonianza del passato di Messina.

Si può ammirare così, un locale di sepoltura, dietro l'altare maggiore, con sedili perimetrali dotati di buche per la raccolta dei liquidi di decomposizione, ove venivano sistemati i frati defunti, che comunica con i resti di una chiesa a pianta rettangolare.

Nella parte centrale dell'area è visibile, un antico pozzo, rimasto sotto il piano di calpestio. Nel 1855 venne recuperato e tutt'intorno fu realizzato un cortile chiuso circolare con muretto a forma di sedile in cotto attaccato alla parete, dove i frati, pregando, potevano godere della frescura del piccolo chiostro e del pozzo ove ancora oggi si può attingere acqua fresca. Sono ancora visibili i resti del Monastero e dell'ex refettorio, i cui locali si sviluppano nella parte ovest a monte del chiostro.

3. ANALISI DEL TERRITORIO:

Lo sviluppo locale verrà qui considerato in un ottica di identità territorialista, cioè come risultato di azioni collettive rese possibili dalla comune appartenenza a un territorio e come avvaloramento di risorse potenziali specifiche di quel territorio.

Vanno subito precisati tre punti importanti:

Primo: lo sviluppo territoriale non è solo economico, ma anche culturale, estetico, sociale e ambientale; non si può pensare di produrre ed esportare valore economico attingendo a risorse locali in alternativa o a danno del loro utilizzo primario per il ben vivere di chi abita e produce localmente.

Secondo: l'azione collettiva locale produce sviluppo solo interagendo con attori esterni e quindi per mezzo di un insieme di legami più o meno stabili ed estesi sia con altri sistemi locali, sia con attori pubblici e privati operanti a livelli territoriali superiori (Regioni, Stato, Unione Europea ecc.).

Terzo: le azioni territorializzate di sviluppo locale devono essere sostenibili non solo a scala locale, ma a tutte le altre scale e questa sostenibilità non può riguardare solo il “capitale naturale”, ma anche la conservazione/riproduzione di tutto il “capitale territoriale”, “risorse immobili” naturali, culturali, sociali e istituzionali proprie di un territorio.

Nel trattare il marketing territoriale, utilizzando gli spazi turistici, si fa riferimento ad un prodotto specifico: *il territorio*.

Esso richiede, infatti, che vengano soddisfatte contemporaneamente le istanze degli attori interni e dei potenziali attori esterni attraverso un'unica azione, ottimizzando le risorse disponibili e mostrando capacità di ascolto e di programmazione.

Ecco perché la logica della cooperazione e la capacità da parte degli attori coinvolti di mettere al primo posto gli interessi comuni risulta fondamentale.

Gli “spazi turistici” rivestono in questa logica un'importanza non certo di poco rilievo.

Il quartiere dove è collocato il nostro percorso turistico, se da un lato può sembrare una debolezza per l'attivazione di processi di sviluppo, dall'altro possiamo riconoscere la forza che offre di tale condizione, per la positiva potenzialità ad essere “*unico*”.

I quartieri cittadini, sono luoghi ancora pregni di identità storica, che segnano le tappe della memoria culturale di un territorio e rappresentano un patrimonio di notevole importanza ed una opportunità strategica per lo sviluppo del territorio stesso.

Su questa strategia, è possibile ipotizzare un modello innovativo di governance territoriale, che si basa su un progetto di conoscenza e valorizzazione, collegata ad una tutela attiva e pienamente condivisa non solo dalla politica locale ma anche dalla popolazione.

Infatti un altro strumento di analisi del governo del territorio legato alla strategia della nascita dei “spazi turistici” è la creazione di strutture di ospitalità, di accoglienza e di orientamento attraverso il potenziamento dei servizi turistici, quali bar, sala wi-fi, laboratori didattici, museo tematico, altro.....

Gli “spazi turistici” costituiscono il volano per lo sviluppo economico di “micro-aree” attraverso azioni di promo – commercializzazione della locazione culturale.

Ciò permetterà di valutare il potenziale turistico del proprio territorio, utilizzando il metodo dell'analisi swot e tenendo conto dell'offerta, della domanda, della concorrenza e delle tendenze del mercato.

In particolare questo agevolerà le azioni di scelta condivise con metodi appropriati nell'intero processo di elaborazione e di valutazione che emergono dal territorio.

Lo sviluppo economico orienterà, alla definizione delle basi di strategie e sviluppo turistico che scaturisca da una cooperazione e dal dialogo tra la popolazione ed i diversi soggetti pubblici e privati (destination management) e per riflettere sull'importanza della dotazione territoriale delle risorse umane a elevata formazione culturale e professionale in grado di mediare la domanda/offerta del mercato turistico. Perché si arrivi a questo si è valutato il potenziale turistico locale.

E' ciò ha implicato tre fasi essenziali:

1. Analisi della situazione turistica esistente, nell'ambito della quale vengono esaminate l'offerta e la domanda, la concorrenza e le tendenze di mercato;
2. La formulazione di ipotesi di sviluppo dei servizi, che utilizzando i risultati dell'analisi della situazione, permettendo di identificare i punti di forza e le carenze del territorio, determinando le opportunità e i rischi e stabilire quale tipo di servizio turistico è più sostenibile nell'area;
3. Pianificare un' offerta turistica territoriale capace di valorizzare le eccellenze e promuovere le bellezze paesaggistiche, artistiche, storiche ed enogastronomiche offerte dal territorio, organizzando anche opportuni incontri per far riflettere cittadini, enti locali territoriali, professionisti ed imprese turistiche, come sintesi elaborativa e condivisa di una proposta comune (destination common) e per fare del territorio, a vocazione turistica, il centro propulsore dello sviluppo economico locale.

Lo spazio turistico non è più semplicemente riconducibile ad un luogo di grande attrazione naturale, artistica o storica, ma più in generale ad un'offerta di territorio: qualsiasi territorio può divenire meta turistica, solo se la domanda potenziale si traduce in domanda "pagante".

4. Analisi quali - quantitative sulla domanda attuale e potenziale di fruizione turistico - culturale

Il fenomeno turistico, è alquanto complesso e dinamico ed in una logica espressiva in continuo mutamento.

I molteplici aspetti del turismo moderno, inquadrato sempre più in un contesto responsabile, cioè vincolato a requisiti di rispetto per l'ambiente e le culture locali, è legato ad aspetti quali - quantitativi, come qualsiasi fenomeno economico rilevante, e rappresenta fonte e strumento decisionale per chi intende investire in diversi territori (Spazi Turistici) società politiche organizzative.

Analizzare il fenomeno turistico della città di Messina, attraverso l'analisi quantitativa della domanda turistica, è un po' complicato, in quanto la città non è considerata, ad oggi, meta e destinazione turistica, e risultano alquanto scarsi i dati statistici per interpretare il fenomeno (analisi dei trend evolutivi, concentrazione territoriale, ecc), per cui la presente analisi verrà effettuata tenendo conto dei parametri della stagionalità, delle motivazioni di viaggio, dell'offerta turistica e di un'analisi S.W.O.T..

Le motivazioni prevalenti dei flussi turistici di Messina, sono legate, per la maggior parte, alla fruizione delle risorse del turismo culturale, orientato principalmente alle visite del patrimonio archeologico.

Infatti, Messina, essendo una città completamente rasa al suolo con il terremoto del 1908, e poi ricostruita, presenta sia elementi storici-archeologici risalenti al periodo pre-distruzione, sia elementi architettonici dell'epoca post-moderna e contemporanea. Naturalmente, oltre al turismo di sosta vi è quello, di gita o escursionistico e che si risolve nel giro di 12-24 ore, per ciò che riguarda il turismo balneare, gli stabilimenti

balneo-marini sono tuttavia da considerarsi più che altro al servizio della popolazione della zona e dei vari comuni adiacenti.

La fruizione del **patrimonio culturale**, dunque, costituisce la motivazione prevalente, e tende a concentrarsi nei mesi primaverili ed autunnali.

Le bellezze paesaggistiche del contesto territoriale costituiscono senza dubbio un fattore di attrazione, ma la fruizione del patrimonio ambientale non viene mai quasi riconosciuto dal turista come motivazione per la vacanza.

L'analisi del sistema turistico messinese, consente di tracciare un quadro dei punti di forza e di debolezza di questo sistema sia in termini attuali che in termini prospettici.

I punti di forza rappresentano quegli aspetti dell'offerta turistica che ne qualificano la capacità competitiva e contribuiscono a determinare il posizionamento di mercato.

Al contrario, i punti di debolezza sono quelle componenti strutturali del sistema turistico dell'offerta, che sono causa di una riduzione della capacità competitiva e si ripercuotono negativamente sul posizionamento di mercato.

Occorre tener presente che la città presenta una potenziale capacità attrattiva, con una copertura di quasi tutti i tipi di turismo che l'area mediterranea può offrire (turismo culturale, monumentale, eno-gastronomico, balneare). Questo costituisce un punto di forza dell'offerta turistica.

La conoscenza dei fattori esterni (minacce e opportunità) unita all'individuazione dei punti di forza e di debolezza, è di ausilio per la formulazione di una prospettiva futura.

Punti di forza:

Risorse attrattive

- Disponibilità di risorse artistiche – monumentali pre-terremoto del 1908, dotate di capacità attrattiva sul turista.
- Disponibilità di risorse paesaggistiche e naturali dotate di valenza attrattiva, ma sottoutilizzate.
- Clima favorevole con inverni miti ed estati fresche, che può favorire una destagionalizzazione del flusso turistico.

Fruibilità turistica

- Possibilità di creare itinerari turistici collegando varie risorse (paesaggistiche, culturali, architettoniche)
- Ampliamento e rinnovazione del sistema ricettivo presente

Accessibilità e connettività

- Presenza di una rete stradale a supporto del turismo su gomma
- Collegamenti marittimi e crocieristici
- Crescita dell'importanza strategica del nodo portuale di Messina

Punti di debolezza:

Risorse attrattive

- Problemi di inquinamento della fascia costiera con effetti negativi sul turismo balneare
- Dequalificazione di alcune aree urbanistiche, con negativo impatto sull'immagine turistica

Fruibilità turistica

- Scarso livello di fruibilità delle risorse paesaggistiche e culturali presenti sul territorio
- Servizi non in grado di adattarsi alle esigenze differenziate della domanda turistica
- Basso livello di integrazione tra gli operatori turistici, di impedimento alla possibilità di attuare una strategia di co-marketing
- Totale assenza di flusso turistico in determinate zone

Accessibilità e fruizione

- Livello di accessibilità insufficiente rispetto al crescente livello di domanda
- Basso livello di intermodalità nei trasporti turistici, favorendo il trasporto privato con il crescere di problemi di traffico e inquinamento
- Infrastrutture non adeguate a sostenere il traffico turistico

Minacce:

- Riduzione della durata media dei soggiorni turistici
- Cambiamento e complessità dei consumi turistici, necessità di creare offerte in grado di rispondere anche a richieste di tipo personalizzato.
- Aumento del livello di competenza del turista che pone maggiore attenzione al costo e alla qualità del servizio.
- Importanza crescente del co-marketing

Opportunità:

- Crescente importanza delle motivazioni culturali e ambientali nella domanda turistica e conseguente sviluppo di un'offerta turistica che possa offrire un'integrazione di fattori culturali con funzioni ricreative.
- Disponibilità di un patrimonio vario in grado di soddisfare diverse esigenze della domanda turistica
- Crescente richiesta da parte della domanda di strutture ricettive complementari
- Crescente richiesta di vacanza di tipo “attiva” in senso ricreativo e culturale – educativo che si traduce in opportunità per le destinazioni con offerta basata su risorse ambientali e culturali

L'offerta turistica nel territorio messinese è ricca e sfaccettata come poche altre, dispone risorse tali da abbinare turismo culturale e balneare, nautico e diportismo, enogastronomico e formativo. Nonostante le grosse potenzialità turistiche dell'area esse continuano a rimanere tali.

Messina continua ad essere un'area dalle risorse nascoste, mal sfruttate e inutilizzate. La possibile fruizione degli “Spazi Turistici” pregni d'identità storica, metterà la città di Messina in una posizione di assoluto favore, per ciò che concerne la capacità di “sedurre il turista” sempre più attento alla qualità, e pronto a lasciarsi sorprendere piacevolmente.

5. Coerenza dei contenuti progettuali con la domanda di fruizione culturale della popolazione residente e del mercato turistico

L'intervento proposto intende promuovere la realizzazione di riqualificazione degli spazi turistici minori per costituire una integrazione significativa della città di Messina. Inoltre l'intervento mira a promuovere la fruizione di offerte e servizi turistico - culturali volti sia ai viaggiatori che ai residenti.

In altre parole attraverso la riqualificazione degli "Spazi Turistici" si intende sostenere lo sviluppo culturale, e preservare la memoria storica della città, quale prodotto d'eccellenza. Favorendo quindi anche lo sviluppo economico del territorio.

Al fine di trovare una logica coerenza e correlazione tra gli obiettivi di progetto e la domanda di fruizione culturale della popolazione residente e del mercato turistico si è proceduto ad un'analisi di contesto dei target di consumatori.

Quest'osservazione, condotta anche attraverso un'analisi SWOT, ci permette di individuare le caratteristiche macro delle tipologie di consumatori a cui dobbiamo rivolgerci. Un importante elemento rilevato è l'immagine di "città di passaggio" che sempre più è andata alimentandosi su Messina. Il turista, rappresentato nel caso di Messina principalmente dal crocierista, sbarca in città ma non usufruisce dei servizi turistici culturali presenti.

Bisogna chiedersi quale sia la motivazione di un tale comportamento. Dall'analisi SWOT vien fuori una forte carenza nella pubblicizzazione e nella visibilità delle opportunità e dei servizi offerti sia al turista che al residente, rendendo la città poco attrattiva. Questa carenza di risposta del consumatore è quindi identificabile non solo con il disinteresse di un prodotto non del tutto rispondente ai bisogni e alle aspettative dei consumatori, ma anche nella scarsa valorizzazione dello stesso.

Il consumatore, quindi, non sa se e quali servizi e prodotti turistico-culturali sono presenti sul mercato.

Alcuni autori ritengono che per turismo si intenda un fenomeno economico, sociale, comunicativo e di sviluppo, fattore tra i più importanti sugli agenti di cambiamento culturale. Il turismo, deve essere anche inteso, come quel territorio che valorizzi la propria identità. È infatti, partendo da questo che si è ritenuto importante proporre un intervento che attraverso il settore turistico permetta la promozione di una nuova immagine della città, collegata anche ai lavori di riqualificazione, valorizzazione, fruizione, del sito “Monastero di S. Maria di Gesù Superiore – Ritiro” inserito all’interno dell’intervento proposto; dello sviluppo economico locale e la valorizzazione della memoria storica. A tal fine si è quindi giunti alla conclusione che fosse essenziale proporre un progetto che contemplasse in particolare una più dettagliata analisi del consumatore, in modo da identificare i prodotti turistici e culturali più rispondenti ai bisogni dei target locali.

Questo, permetterà di rispondere positivamente a due forme distinte di domanda di servizi turistico culturale; quella espressa dai cittadini che, attraverso la riscoperta degli spazi turistici minori, iniziando dai resti archeologici del Monastero di S. Maria di Gesù Superiore – Ritiro, potranno riappropriarsi della propria identità storico – culturale e del proprio territorio, inteso come luogo da vivere ed in cui sviluppare opportunità; quella formulata dai turisti che avranno l’opportunità di conoscere e calarsi totalmente nel cuore pulsante della città, giacché, per mezzo della conservazione, fruizione del sito “Monastero di S.Maria di Gesù Superiore”, avranno modo di approfondire tutte le conoscenze, le informazioni e le curiosità, sulla storia, sulla cultura, sulle tradizioni, del sito con profonde radici storiche.

DESCRIZIONE GESTIONALE E OPERATIVA

FASE 1 – Organizzazione e integrazione del sistema

Il coordinamento e l'organizzazione dei lavori è una fase fortemente importante in quanto, la corretta programmazione delle attività da svolgere, permetterà una funzionale gestione delle risorse, professionali ed economiche, e soprattutto il raggiungimento degli obiettivi strategici. E' importante, infatti, che la direzione affianchi tutte le azioni progettuali in maniera da attuare un "controllo sulla qualità".

Le riunioni di coordinamento fungeranno da focus di valutazione e di monitoraggio, e grazie ad esse si verificherà il procedere delle attività per definire eventuali "aggiustamenti" in itinere degli interventi.

Il coordinamento generale del progetto, nel dettaglio si occuperà di :

- Pianificare le attività;
- Redigere il piano di gestione esecutivo degli interventi;
- Curare gli aspetti organizzativi del progetto;
- Supervisionare gli stati di avanzamento, segnalando eventuali scostamenti e promuovendo iniziative atte ad assorbirli;
- Redigere il rapporto di avanzamento dell'intervento;
- Coordinare le figure professionali necessarie alla gestione del progetto.

Inoltre, il coordinatore, nella gestione operativa del piano, svolgerà funzione di “aggregazione” per aumentare la visibilità dell’intervento nel comparto turistico del sistema, coniugando anche consulenza operativa, gestionale e di marketing.

FASE 2 - Interventi di riqualificazione, ammodernamento, conservazione e fruizione del sito “Monastero di S. Maria di Gesù Superiore – Ritiro”

Il sito identificato, sarà riqualificato, ammodernato e allestito in funzione dell’impiego e dell’uso del progetto, inoltre, si attuerà un percorso turistico dei siti minori, affinché si applichi una strategia di crescita del turismo culturale tendente a conciliare le esigenze di redditività economiche e di salvaguardia ambientale, “decentrando” l’afflusso di turisti verso località attualmente considerate - molto spesso ingiustificatamente, sul piano artistico e paesaggistico – di minor interesse culturale.

SITO	CARATTERISTICA	ALLESTIMENTO
<p><u>Monastero di S.Maria di Gesù superiore</u></p> <p>Località V.le Giostra (Me)</p>	<p>L’attuale chiesa parrocchiale di S. Maria di Gesù Superiore, sorge vicina all’antico sito, sul lato opposto del torrente, adiacente alla sede attuale dell’edificio dell’ AMAM.</p> <p>Il vecchio convento, confina, a Nord, con la palestra Comunale, a Sud il Viale Giostra, mentre ad Est e Ovest Strada Comunale.</p> <p>Oggi si può ammirare, dietro l’altare maggiore, una cripta, con sedili perimetrali dotati di buche per la raccolta dei liquidi di decomposizione ove venivano sistemati i frati defunti. I muri di una chiesa comunicante con a pianta rettangolare. Nella parte</p>	<p>Il progetto in questione, ha lo scopo di mantenere lo stato dei luoghi, senza stravolgimenti, ma con interventi mirati alla fruizione del sito . Si manterrà un unico ingresso, questo verrà schermato, orizzontalmente da una successione di putrelle, creando così un suggestivo gioco di luci ed ombre. Le pareti che delimitano l’entrata, saranno forate e protette da cristalli antisfondamento ed arricchite di teche con informazioni e serigrafie, comprendenti di documenti sul sito e riproduzioni fedeli delle opere di Antonello da Messina, attualmente questi</p>

	<p>centrale dell'area del convento è visibile un antico pozzo, rimasto sotto il piano di calpestio.</p> <p>Il Sito in atto, versa in un totale stato di degrado ed abbandono. le essenze arboree infestanti, invadono ciò che rimane dell'antico Convento e della Chiesa, precludendone la vista e danneggiando ulteriormente le tracce murarie, si aggiunge l'incuria e l'indecenza umana, che utilizza abusivamente l'area per depositare rifiuti di qualsiasi tipo.</p> <p>L' area è attualmente provvista di una recinzione tipo "orso grill" e protetta da due cancelli, ubicati uno a Est e l'altro a Ovest, con lucchetti.</p>	<p>documenti sono conservati e non sono accessibili e visibili. Verranno collocate delle strutture leggere che ospiteranno i servizi necessari quali un front-office, uno spazio espositivo ed i wc. Il progetto pone particolare attenzione al percorso definito dal sistema delle passerelle che mantengono la quota superiore del sito e permettono la fruizione visiva della totalità degli ambienti, rispondendo così all'abbattimento delle barriere architettoniche. L'area del pozzo, verrà utilizzata per l'organizzazione di eventi quali simposi, mostre, concerti.</p>
--	---	--

Totem Multi – touch 46”

Il totem è inserito all’inizio del percorso ,predisposto all’interno del Museo.



Figura 1 TOTEM MULTI -TOUCH 46 "

Il totem rappresenta l’origine del percorso “virtuale” dei “Spazi Turistici” visitabili scelto dall’utente. Scelte diverse conducono a percorsi virtuali diversi. Questa caratteristica rende più interessante il Museo e determina nei confronti dell’utenza la necessità di rivisitare la struttura volta per volta per altri e nuovi scopi.









FASE 3 - Percorso turistico dei siti minori - spazi turistici

Ci si propone, la realizzazione di un sistema turistico, in grado di presentarsi a competere a livello internazionale con un' offerta di spazi turistici di diversi contesti storici – culturali – ambientali.

Si tratta di un percorso urbano che si snoda in piazze, viottoli, strutture del comune, in cui ogni sito identificato, ha un grande valore nel campo storico, artistico, culturale.

Il tragitto proposto parte ovviamente dal punto di sbarco dei croceristi, in prossimità del Municipio e prevede l'attraversamento pedonale della Via Garibaldi, giungendo nella Chiesa S.S. Annunziata dei Catalani del XII secolo, gioiello d'arte arabo-normanna con componenti bizantini, è uno dei pochi grandi monumenti che hanno resistito alle devastazioni dei terremoti e alla furia delle bombe incendiarie degli eventi bellici, disastroso il danno artistico-architettonico procurato dagli americani nell'ultimo conflitto mondiale, proseguendo si giungerà presso la fontana senatoria, in Via Consolato del mare, che fu fatta realizzare nel 1619 dai senatori del tempo i cui nomi sono riportati all'interno di alcuni cartigli che decorano il bordo della coppa marmorea: Don Franciscus Marullo, Bernardus Moleti; Thomas Zuccarato, Marcellus Cirino, Vincentius De Celis e Franciscus De Judice. Non si conosce l'originaria collocazione della fontana, fino al 1935 si trovava a Piazza Palazzo Reale e fu spostata accanto a Palazzo Zanca proprio in occasione della visita in città di Benito Mussolini il 10 agosto 1937; transitando a pochi metri scorgeremo l'Antiquarium e gli scavi archeologici che eseguiti all'interno del cortile di Palazzo Zanca (*palazzo comunale*) ha portato alla luce un tratto del palinsesto urbano di Messina, documentato nella più antica cartografia storica della città del XVI secolo e sul catastrale del 1908, quando in esito al catastrofico terremoto con la successiva ricostruzione si determinò l'azzeramento dell'impianto della città medievale e

moderna. Il nostro itinerario alla scoperta degli spazi turistici prosegue fin ad arrivare in Via XXIV Maggio, potendo ammirare così, il Monte di Pietà (un tempo via dei Monasteri) che fu fondato nel 1581 dall'Arciconfraternita degli Azzurri, che in precedenza aveva edificato un ospedale. L'edificio sorse sulle rovine di una precedente chiesa intitolata a San Basilio, su cui la stessa Arciconfraternita aveva eretto la chiesa di Santa Maria della Pietà. Nel 1616 l'architetto gesuita Natale Masuccio fu incaricato di costruire i nuovi locali in un'area antistante la chiesa. Solo nel Settecento l'edificio assume l'aspetto attuale. Esso prospetta su Via XXIV Maggio con una bella facciata caratterizzata da un portale a bugnato con sopra una lapide marmorea su cui si legge "MONTE DI PIETA". Sui lati vi sono quattro finestre alternate a sei nicchie. Poco resta del piano superiore. Superato il portale d'ingresso ci si trova in un atrio con volta a botte; sulla destra sta una porta al cui interno una scala conduce ai piani superiori; di fronte, sorge una fontana monumentale con un putto a cavallo di un delfino. Nel 1741 fu realizzata la bella scalinata interna che conduceva alla chiesa, su disegno dell'architetto Basile. A metà della scalinata, fu inserita una fontana marmorea con la statua dell'Abbondanza opera del messinese Ignazio Buceti. La chiesa, di cui si sta rifacendo la facciata, conteneva un tempo preziosi quadri, come la *Pietà* del Guinaccia e numerosi affreschi di Filippo Tancredi e di Placido Campolo che, già danneggiati dal terremoto del 1783, andarono perduti dopo il sisma del 1908. La seconda guerra mondiale provoca altri danni e solo nel 1979 si comincia il restauro dell'intero complesso. Oggi l'edificio è spesso usato per manifestazioni culturali. Lungo la Via XXIV Maggio che ci porterà al Palazzo della Cultura Antonello da Messina, non possiamo non soffermarci ad osservare la targa marmorea che ricorda il luogo nella Contrada dei Sicofanti (adiacenze via XXIV Maggio) dove il grande Antonello nacque nel 1430 e morì nel 1474.

La targa è collocata nella parete lato Nord del Monastero di Montevergine prospiciente la scalinata "Rosa Donato". Continuando, il nostro cammino, incontreremo la barocca Porta Grazia, monumentale e artistico accesso

alla Cittadella spagnola, fu costruita verso la fine del Cinquecento. Essa fu demolita alla fine degli anni '50 del Novecento, e rimontata in cima alla gradinata di Piazza Casa Pia, dove si trova tutt'oggi. Il nome di questa splendida porta deriva da una preesistente chiesa che si dovette abbattere per far posto alla Cittadella. La porta ad arco è ornata da tre mascheroni grotteschi in marmo, mentre il resto della struttura è in calcare. Due pilastri incorniciano la porta vera e propria, sormontati da ricchi capitelli e ghirlande. Ai lati due grandi finestre ottagonali, riccamente ornate, sembrano racchiudere la struttura. Il riquadro sopra l'arco accoglieva un'iscrizione del 1681, caduta durante il terremoto del 1894.

Siamo arrivati quasi al termine del nostro itinerario, che ci porterà ad ammirare la settecentesca Villa De Gregorio, che da tradizione locale la datano, prima del sec. XVIII, come un convento di monache poi trasformato in villa, con modifiche ed ampliamenti, dalla famiglia De Gregorio.

Dell'originario, lussureggiante parco, oggi rimane un imponente "Ficus Magnolioides", probabilmente secondo, in Italia, solo all'esemplare dell'Orto Botanico di Palermo, con una superficie della chioma di circa 2000-2500 metri quadrati.

La nostra ri-scoperta di quei luoghi pregni di memoria storica, d'identità del territorio volge al termine, con la fruizione dei resti archeologici del sito del Monastero di S. Maria di Gesù Superiore, ubicato lungo il V.le Giostra (Villaggio Ritiro) ,secondo le fonti storiche locali, la fondazione del complesso abbaziale risalirebbe alla metà del secolo XII ad opera di alcuni monaci dell'Ordine dei Carmelitani che, di ritorno dalla Palestina, si stabilirono lungo il torrente San Michele, circa due chilometri a monte della contrada "Giostra", dove edificarono un cenobio ed una chiesa, dedicata a Santa Maria del Carmelo. La località, per la presenza del monastero, venne denominata "Ritiro" ed il toponimo è tutt'oggi d'uso corrente ,dove con molta probabilità trovano riposo le spoglie di Antonius de Antonio, ovvero "Antonello da Messina", teoria accreditata da molti storici locali e che trae origine dal rinvenuto testamento dello stesso Antonello da Messina a

cura del Notaio Antonio Mangianti;immergendoci all'interno del sito,ammireremo, un locale di sepoltura, dietro l'altare maggiore, con sedili perimetrali dotati di buche per la raccolta dei liquidi di decomposizione, ove venivano sistemati i frati defunti, che comunica con i resti di una chiesa a pianta rettangolare.

Nella parte centrale dell'area è visibile, un antico pozzo, rimasto sotto il piano di calpestio. Nel 1855, venne recuperato e tutt'intorno fu realizzato un cortile chiuso circolare con muretto a forma di sedile in cotto attaccato alla parete, dove i frati, pregando, potevano godere della frescura del piccolo chiostro e del pozzo ove ancora oggi si può attingere acqua fresca. Sono ancora visibili i resti del Monastero e dell'ex refettorio, i cui locali si sviluppano nella parte ovest a monte del chiostro.

Spazi Turistici

1. FONTANA SENATORIA

In via Consolato del Mare di fronte alla testata del corpo di fabbrica principale, in una piazzetta caratterizzata dalla bella **fontana** cosiddetta "**Senatoria**" sulla quale si leggono, incisi su sette targhe, i nomi dei senatori messinesi Franciscus De Judice, D. Franciscus Marullo, Bernardus Moleti, Thomas Zuccarato, Marcellus Cirino, Vincentiu De Celis e l'anno della sua realizzazione, il 1615, si erge il bel busto bronzeo raffigurante il sindaco **Antonio Martino** che fu primo cittadino dall'agosto 1899 al marzo 1904 e dal 1914 al 1919, fautore del primo acquedotto civico moderno progettato dall'ing. Leandro Caselli, opera dello scultore **Antonio Bonfiglio** ed i cui relativi bozzetti in gesso sono conservati presso gli uffici del Pronto Intervento



1. L'ANTIQUARIUM

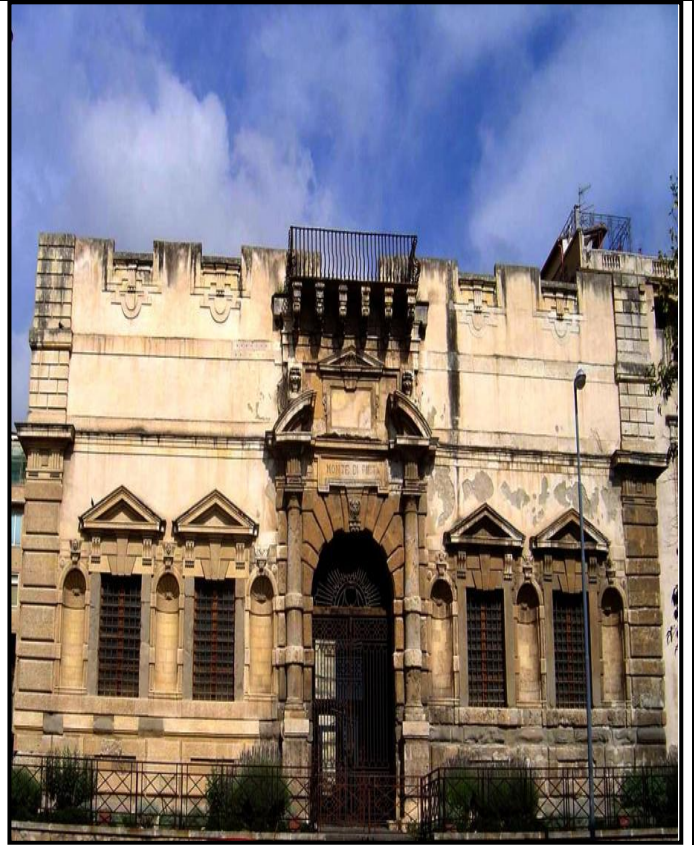
La realizzazione dell'apposito e specifico Antiquarium Comunale, annesso all'area archeologica di Palazzo Zanca particolare importanza viene a conferirsi a una cospicua **collezione di ceramiche medievali**. Essa costituisce, quantitativamente, il più ricco ed organico complesso finora rinvenuto a Messina di ceramica medievale – sia locale che d'importazione, sia da mensa che di uso domestico e da cucina – prodotta tra il Due e il Quattrocento, che, tra l'altro, si annovera tra i più cospicui complessi di ceramiche tardomedievali finora noti della Sicilia orientale.

Dalla rassegna espositiva permanente di una selezione di queste classi ceramiche si ha dunque agio di gettare nuova luce sulle correnti e i legami commerciali e culturali mediterranei incentrati a Messina nelle rispettive età svevo-angioina, aragonese e rinascimentale.



3. MONTE DI PIETÀ

Era il 1541 quando fra' Egidio Romano dell'Ordine degli Agostiniani Eremitani, durante il Quaresimale nella Cattedrale di Messina, conduceva una fervente e appassionata predica rivolta in massima parte ai cittadini di ceto nobile presenti, esortandoli a costituire una Confraternita che si occupasse di confortare, accompagnare ed assistere fino alla fine i condannati alla pena capitale. Il 1575 è un anno fiero di morte per la Sicilia, a causa di una terribile pestilenza., la città ebbe a trovarsi in difficilissime condizioni economiche, alla predica fatta nel Duomo durante il periodo di Quaresima del 1580 da Frà Silvestro da Rossano dell'Ordine dei Cappuccini, che inveiva contro la diffusa ed immoderata usura che colpiva particolarmente le classi meno abbienti e più deboli, seguì l'anno dopo, nel 1581, la costruzione a spese dell'Arciconfraternita degli Azzurri, del Monte di Pietà, che, sottraeva i poveri ed i bisognosi dalle grinfie degli strozzini.



5. Casa Pia

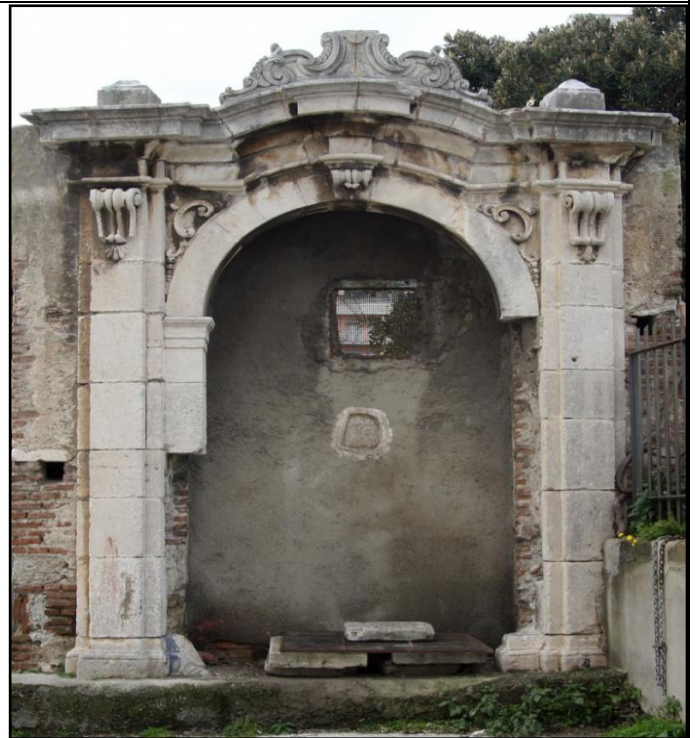
Porta Grazia una delle porte barocche della Cittadella, oggi sistemata nella Piazza di Casa Pia.



6. Villa de Gregorio

La settecentesca Villa De Gregorio, E' tradizione locale che esistette, prima del sec. XVIII, un convento di monache poi trasformato in villa, con modifiche ed ampliamenti, dalla famiglia De Gregorio.

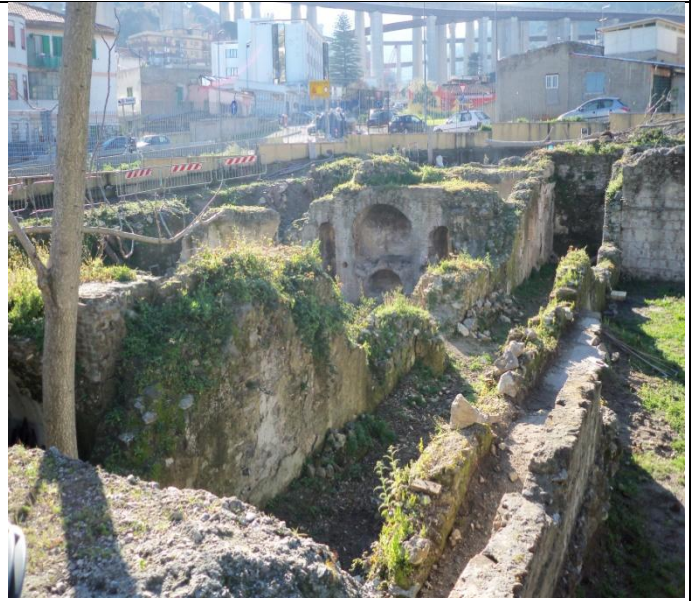
Dell'originario, lussureggiante parco, oggi rimane un imponente "Ficus Magnolioides", probabilmente secondo, in Italia, solo all'esemplare dell'Orto Botanico di Palermo, con una superficie della chioma di circa 2000-2500 metri quadrati.

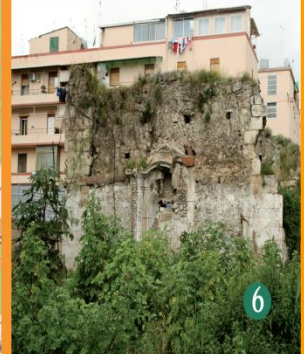
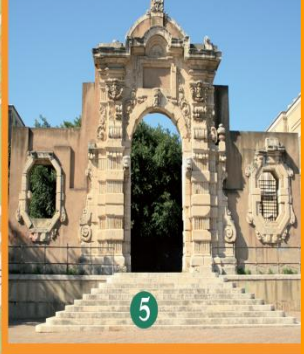
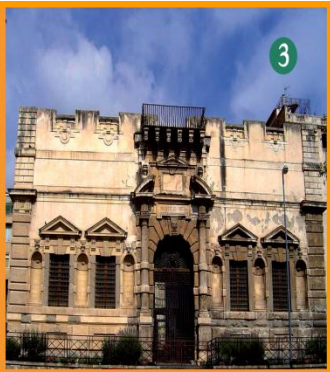
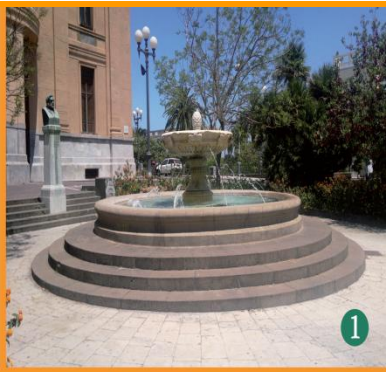


7. Ruderì della Chiesa di Santa Maria di Gesù Superiore

Alcuni testi come la guida del 1902 “MESSINA E DINTORNI”, a cura del Municipio, datano l’origine del Convento e chiesa di S. Maria di Gesù Superiore all’anno 1166 per opera dei frati Carmelitani, Altri autori fra i quali il Samperi, lo datano attorno al 1200.....

Adiacente il Convento furono ritrovati i resti di antiche terme, probabilmente di epoca romana, di cui fà cenno anche Giuseppe Grosso Cacopardo





- 1•Fontana Senatoria
- 2•Antiquarium
- 3•Monte di Pietà
- 4•Lapide che ricorda il luogo di nascita di Antonello
- 5•Casa Pia
- 6•Villa De Gregorio
- 7•Ruderi di Santa Maria di Gesù Superiore

FASE 4 – Piano di Comunicazione Integrato

Il **Piano di Comunicazione** è parte integrante e significativa del programma di attività previsto, e ha la finalità generale di elaborare e implementare strategie comunicative coerenti ed efficaci, e di diffondere la cultura della valorizzazione del patrimonio culturale/artistico/storico riconducibile al territorio messinese, promuovendo attività socio – economiche sostenibili, direttamente connesse alla presenza di aree (spazi) a valenza turistica.

L'attività di comunicazione rientra e si integra fundamentalmente in una attività di marketing finalizzata alla presentazione delle caratteristiche di queste aree (spazi), sia da un punto di vista ambientale che culturale.

Le attività di comunicazioni, promozione e relazioni esterne hanno la finalità di creare consenso e diffondere la conoscenza del progetto presso i suoi principali stakeholder, ovvero: *il pubblico dei visitatori* italiani e stranieri; *il pubblico "scientifico"* nazionale ed internazionale (storici dell'arte, artisti, curatori, docenti universitari); *il pubblico istituzionale* (ministeri, ambasciate, case di cultura); *il pubblico "media"* locali e regionali (giornalisti di stampa e tv); *il pubblico "sensibile"* (possibili partner economici e tecnici, grande aziende, grandi fornitori etc.).

Questa fase si propone gli obiettivi specifici di comunicare il valore delle risorse culturali come vantaggio competitivo atto a valorizzare le risorse naturali del territorio e a promuovere l'immagine turistica, diffondendo gli aspetti economicamente vantaggiosi per l'economia locale, costituiti da una regolamentazione dello sfruttamento delle opportunità.

FASE 5 – Controllo, Valutazione e Monitoraggio

La definizione di un meccanismo di monitoraggio e valutazione delle azioni costituisce elemento fondamentale per il successo dell'iniziativa, in quanto consente, a fronte di criteri stabiliti, di registrare eventuali scostamenti dai piani di azione ed, eventualmente, di adottare le conseguenti misure correttive. La dimensione valutativa e di monitoraggio, all'interno del progetto, acquisisce una rilevanza strategica, l'efficacia della stessa, infatti, tenderà a misurare la correlazione fra processo e risultato.

La finalità di questa fase è di mantenere e sviluppare il circolo virtuoso soddisfazione – attrattività – valore. A questo livello verrà effettuata una rilevazione e un controllo su performance e soddisfazione dei clienti, interni ed esterni, effettuando eventuali correttivi a seguito della valutazioni di indicatori qualitativi e quantitativi. Verrà costruito un sistema strutturato per la rilevazione continua degli indicatori di risultato per monitorare che il prodotto sia sempre allineato con la domanda.

L'attivazione di un adeguato sistema di verifiche e valutazioni che preveda:

❖ **Valutazione di impatto (iniziale);**

In fase iniziale si realizzerà la pianificazione esecutiva delle varie fasi e delle attività di supporto definendo i tempi e gli strumenti di controllo.

❖ **Valutazione di processo (intermedia);**

In itinere, si monitorerà lo svolgimento delle varie fasi e attraverso il controllo continuo si programmeranno eventuali aggiustamenti metodologici e procedurali ove se ne presenterà l'esigenza per il buon esito del progetto.

❖ **Valutazione finale.**

