

PIANO DI COMUNICAZIONE

Dati di base del Gal Monreale

Territorio

Zona collinare della Sicilia occidentale che si estende dall'estrema periferia della città di Palermo fino alla Valle del Belice ricadendo nei Comuni di Altofonte, Belmonte Mezzano, Camporeale, Giardinello, Godrano, Monreale, Piana degli Albanesi, San Cipirello, San Giuseppe Iato, e Santa Cristina Gela.

Il territorio in considerazione ha una superficie totale di 837.56 Km² distribuita tra i nove comuni secondo la seguente articolazione:

Comuni	Popolazione residente censita al 21 ottobre 2001	Superficie (Km ²)	Densità per Km ²	Zona Altimetrica	Altitudine (m)
Altofonte	9.176	35,28	260,12	3	350
Belmonte Mezzagno	10.305	29,20	352,92	3	356
Camporeale	3.711	38,63	96,07	3	425
Giardinello	1.891	12,49	151,40	3	275
Godrano	1.146	38,88	29,47	1	698
Monreale	31.343	529,21	59,23	3	310
Piana degli Albanesi	6.214	64,86	95,80	3	720
San Cipirello	5.016	20,94	239,50	3	394
San Giuseppe Iato	8.349	29,46	283,40	3	467
Santa Cristina Gela	862	38,62	22,32	3	674
Totale	78.013	837,56	93,14	Altit.media	519

Il Comune di Monreale è quello più esteso, residuo delle attribuzioni della Curia Arcivescovile, occupando da solo circa il 63,2% della superficie complessiva dell'area. All'interno di tale vasta area i territori di alcuni degli attuali comuni – San Giuseppe Iato, San Cipirello, Camporeale – costituiscono delle vere e proprie isole circondate dal territorio articolato di Monreale.

Secondo l'ultimo censimento la popolazione residente ammonta a 78.013 con una densità media pari a 93,14 abitanti per Km².

Tutto il territorio si espande nell'area collinare interna e si presenta come un insieme alquanto omogeneo sia per caratteristiche ambientali e geografiche che socio-economiche.

Le Terre Normanne sono custodi di un notevole patrimonio di risorse naturali e paesaggistiche che trovano espressione nella peculiarità delle sue rocche e nella morfologia delle sue colline, nella presenza di colture tradizionali, di pascoli e di boschi: le zone boschive, concentrate soprattutto nel Comune di Godrano, costituiscono una delle risorse più suggestive e affascinanti dell'intera Regione. Inoltre, la presenza di una ricca rete di aree a regime di tutela (riserve naturali regionali quali le Serre della Pizzuta e il Bosco della Ficuzza), di siti di interesse comunitario(SIC) e di zone a protezione speciale (ZPS), conferiscono all'area una elevata valenza ambientale.

Riserve naturali

Serre della Pizzuta
Bosco della Ficuzza

Siti di importanza comunitaria

Lago di Piana degli Albanesi
Valle del fiume Oreto
Monte Grifone
Boschi Ficuzza e Cappelliere
Vallone Cerasa
Castagneti Mezzojuso
Monte Cuccio
Vallone Sagana

Siti archeologici e monumentale

Duomo di Monreale
Convento Benedettino di San Martino delle Scale
Chostro Benedettino di Monreale
Sito archeologico di San Giuseppe Iato
Chiesa Madre di Camporeale
Chiesa Madre di Altofonte
Chiesa Madre di rito greco di Piana degli Albanesi
Chiesa di Santa Maria dell'Odigitria a Piana degli Albanesi
Chiesa di San Giorgio a Piana degli Albanesi

Economia locale

Produzione vitivinicola e olearia
Artigianato locale
Turismo

Minoranze linguistiche

Comunità di lingua albanese nei comuni di Piana degli Albanesi e Santa Cristina Gela

Definizione del Piano di comunicazione

Le fasi per definire il piano di comunicazione si possono riassumere nei seguenti punti:

1. Indagine conoscitiva del contesto territoriale e della sua vocazione agricola e turistica
2. Ripartizione delle aziende e delle attrattive turistico – culturali sul comprensorio.
3. Analisi della percezione che ha il pubblico delle potenzialità di sviluppo economico ed occupazione derivanti dal settore agricolo e turistico
4. Individuazione degli obiettivi di animazione del territorio da raggiungere a breve e medio termine
5. Individuazione della strategia comunicativa connessa
6. Individuazione delle azioni e degli strumenti di comunicazione
7. Definizione dei costi
8. Aggiornamento dei dati

Punto 1. Il settore che costituisce l'attività prevalente dell'area è l'agricoltura il cui comparto di eccellenza è la produzione vitivinicola ed olearia

Inoltre, il comprensorio è interessato da un turismo culturale di dimensioni rilevanti ma dalle capacità ricettive inadeguate.

Il sistema imprenditoriale è costituito da un insieme di microimprese che risultano concentrate nel settore del commercio e manifatturiero.

Punto 2. L'ultimo censimento ha rilevato 8292 aziende agricole, zootecniche e forestali.

La viticoltura riveste un'importanza primaria nell'economia agricola locale. Siamo in presenza di aziende specializzate che adottano tecniche colturali e vitigni di pregio sia autoctoni, in maniera prevalente, che alloctoni. Le coltivazioni più diffuse sono: Caterrato comune, Trebbiano, Toscano, Grecanico, Insolia e Nero d'Avola.

L'area presenta anche una rilevante vocazione olivicola con impianti di coltivazione che completano la filiera, dalla produzione all'imbottigliamento. Nei Comuni di Belmonte Mezzano ed Altofonte il 90 per cento delle aziende agricole è ad indirizzo olivicolo.

Il turismo risulta ancora legato ad itinerari storico culturali consolidati. Il Comune di Monreale costituisce, con il Duomo, il chiostro e il complesso monumentale Guglielmo II, la “porta normanna” verso un entroterra ricco di offerte monumentali, paesaggistiche e naturali che comincia ad affacciarsi sulla scena del turismo locale e nazionale.

Punto 3 Attraverso una scheda, appositamente redatta per intervistare il pubblico che si accosta alle manifestazioni organizzate dal Gal

Punto 4. Si rimanda al capitolo sugli obiettivi

Punto 5 e 6 si rimanda al capitolo sulle azioni e gli strumenti di comunicazione

Punto 7 si rimanda al capitolo sul piano finanziario

Punto 8. Rassegna stampa, aggiornamento del sito web e della news letter

TEMA CATALIZZATORE

Il tema intorno a cui si catalizza il Piano di sviluppo locale e, quale strumento divulgativo, il piano di comunicazione è la valorizzazione dei prodotti tipici e promozione dei marchi attraverso la concertazione ottenuta con l'attività di programmazione "dal basso", secondo metodologie di in accordo e sinergia con le forze economiche e sociali operanti nel territorio, sulla base delle linee di indirizzo progettuale e su una comune idea strategica di sviluppo del territorio fortemente condivisa.

Obiettivi del Piano di comunicazione

Il piano intende sortire dei risultati comunicativi coerenti con le linee guida del Psl e individua quali obiettivi prioritari della sua azione:

- Rilanciare il territorio e la sua economia, valorizzare i prodotti enogastronomici, le numerose ricchezze naturali, paesaggistiche, artistiche, archeologiche e la ceramica di qualità. L'obiettivo tiene conto dell'importanza per il marketing del territorio il comparto enogastronomico.
- Sensibilizzare e mobilitare tutti gli attori dello sviluppo rurale
- Mantenere e ritrovare la ricchezza delle diversità culturali, sopraffatte dai modelli culturali standardizzati

- Valorizzare la fruizione dei monumenti di rilievo internazionale che insistono sul territorio: il duomo di Monreale il complesso monumentale Guglielmo II di Monreale. Il progetto si prefigge il risultato di realizzare l'ingresso dei Comuni dell'entroterra, e del loro patrimonio artistico e culturale, nei circuiti del turismo locale e nazionale
- Sostenere nell'azione di promozione i valenti artisti della ceramica
- Offrire visibilità ai comparti che sostengono l'economia locale e alle aziende che ne costituiscono la rete attraverso il supporto tecnico alle aziende che intendono aderire a progetti di ampia prospettiva.

- Attrarre nuovi flussi turistici locali, nazionali ed internazionali. Fare conoscere alla popolazione del comprensorio e delle aree limitrofe(vedi città di Palermo") le potenzialità meno evidenti del comprensorio e le opportunità di sviluppo legate al turismo e all'agricoltura

LE AZIONI

Per raggiungere gli obiettivi prefissati le azioni di comunicazione sono state suddivise sulla base del destinatario cui si rivolgono. Il pubblico di riferimento è stato connotato in interno, popolazione residente nei confini del comprensorio, ed esterno, popolazione non residente nel comprensorio.

AZIONI RIVOLTE AL PUBBLICO INTERNO

- Informare sulla natura del progetto “Gal Monreale”
- Ribaltare la percezione negativa della ruralità e stimolare l’orgoglio delle tradizioni
- Sensibilizzare alla tutela del patrimonio artistico, naturale e paesaggistico
- Stimolare le istituzioni a misure di tutela e valorizzazione
- Rendere note le opportunità di crescita economica ed occupazionale del settore rurale e turistico
- Ricerca e stimolo a conoscere il proprio patrimonio e le tradizioni culturali
- Favorire la circolazione turistica all’interno del comprensorio

AZIONI RIVOLTE AL PUBBLICO ESTERNO

- Fare conoscere il territorio in senso turistico
- Fare conoscere le produzioni tipiche
- Potenziare la conoscenza delle aree protette
- Offrire l’immagine di un territorio che è in grado di tutelare la propria identità e tradizione per “spenderle” sul panorama internazionale
- Diffondere la conoscenza delle aree protette

LA COMUNICAZIONE

L'analisi delle caratteristiche del territorio e degli obiettivi stabiliti ha fatto emergere i punti di forza e debolezza dalla cui consapevolezza dipende l'efficacia della strategia della comunicazione dispiegata.

Punti di forza della comunicazione

- Presenza di un marchio Doc che identifica la produzione vitivinicola del territorio
- Presenza di siti monumentali ed archeologici che veicolano l'immagine del comprensorio nel mondo
- Coinvolgimento dei soci privati nel progetto Gal Monreale
- Incremento della domanda di ruralità e turismo culturale
- Risveglio nel pubblico dell'attenzione verso l'ambiente

Punti di debolezza della comunicazione

- Rischio di comunicare perdita d'identità
- Scarsa conoscenza dell'entroterra del comprensorio

Azioni e strumenti di comunicazione

- Ufficio stampa
- Incontri tematici con operatori del settore
- Incontri con gli imprenditori vitivinicoli, oleari, caseari, artigiani del ferro e del legno, ceramisti
- Sito istituzionale in aggiornamento
- Comunicati stampa sugli eventi e le iniziative promosse dal Gal
- Conferenze stampa di presentazione di eventi di particolare rilievo
- Forum con gli studenti
- Eventi promozionali di animazione del territorio
- Newsletter tematiche, informatiche e cartacee
- Stampa locale
- Stampa nazionale
- Distribuzione di stampati, opuscoli, brochure, inserti
- Schede per interviste al pubblico
- Convegni su temi di rilievo quali la legalità, la cultura, il paesaggio

Pubblici di riferimento

Pubblico Interno

- Popolazione residente nel comprensorio
- Amministrazioni locali
- Diocesi
- Associazioni di categoria
- Imprenditori dei settori vitivinicolo, oleario, caseario e della ceramica
- Operatori turistici
- Stampa locale
- Tv locale

Pubblico esterno

- Popolazione residente nelle aree limitrofe
- Emigrati e loro associazioni all'estero
- Turisti abituali o potenziali
- Navigatori Internet

Piano finanziario

Quotidiani regionali	
“Il Giornale di Sicilia”	
la “Sicilia”	
“Repubblica”	20.000
Televisioni regionali	
“Tgs”	
“Trm”	
“Tv7”	
“Tele Iato”	15.000”
Riviste specialistiche, pubblicazioni varie	
	10000
Acquisto dei giornali per rassegna stampa	
Materiale informativo e propagandistico	5000
Totale	50.000