

**La creatività artistica e la valorizzazione socioculturale
dei centri storici minori.
Il caso della riqualificazione dei “sette cortili” di Favara (Sicilia)**

SALVATORE CANNIZZARO*

Abstract

Some years ago the hilltop town of Favara near Agrigento was in the headlines for the collapse of houses in the historic centre. More recently it has been in the news for the remarkable socio-economic regeneration in which the once crumbling town has become a centre for art and leisure.

The project aimed to create a modern cultural and tourist centre in an area called Sette Cortili through the creation of art galleries and exhibition spaces, state of the art accommodation, residences for artists, designers and architects, meeting spaces and places for cultural events.

Keywords: Creativity, Art, Cultural identity, Territorial development, Tourism

1. Introduzione

Sebbene la tendenza delle offerte nel nuovo millennio sembri orientata alla promozione degli aspetti culturali del territorio (Cusimano, 2013) grazie alla democratizzazione culturale, vera o presunta, e tale tipo di turismo abbia subito un processo di massificazione culturale, permane ancora

* Università degli Studi di Catania, s.cannizzaro@unict.it.

una tipologia riservata ad una “élite”, seppure sempre più ampia, spinta da curiosità intellettuale, indirizzata verso un limitato numero di città d’arte e attratta da luoghi e da eventi ad alto grado di “culturalità”. Molti centri, infatti, in specie quelli minori, rimangono sconosciuti o tutt’al più sono solo mete di un turismo mordi e fuggi¹. Una condizione cioè di luoghi di mera attività escursionistica e di marginalità dai circuiti turistici principali, più accentuata nella maggior parte dei centri minori delle aree interne. Spesso i borghi d’arte rimangono dei “centri invisibili” sia per lo scarso grado di accessibilità, sia per l’inadeguata politica di *marketing (ivi)*, sia ancora per la mancanza di una valida pianificazione politico-istituzionale atta a riqualificare e valorizzare il patrimonio territoriale e più in generale ad innescare un adeguato sviluppo locale.

Quando si manifesta, lo sviluppo del turismo culturale è sovente espressione della creatività spontanea di attori impegnati nel mondo artistico che creando degli eventi innovativi, quasi inconsapevolmente, promuovono nuovi luoghi di *loisir* che, grazie a progetti di “*urban restyling o urban regeneration* articolati intorno alla produzione artistico-culturale” (Cirelli, Giannone, 2013, p. 8), innescano un processo virtuoso di attrazione turistica. La creatività può rivelarsi un valido strumento per l’affermazione di nuove e alternative vie dell’innovazione culturale, per la promozione del patrimonio territoriale e per lo sviluppo delle proprie potenzialità turistiche. La creatività risulta, dunque, una componente fondamentale per i contesti locali, non solo per affermarne le peculiarità culturali e identitarie del territorio ma, soprattutto, per renderli alternativi ai processi di omologazione e banalizzazione dello stesso prodotto culturale.

1. Basti pensare che in Sicilia, regione con 390 comuni, escluse le città maggiori e più dotate di beni culturali (Palermo, Catania, Siracusa, Agrigento), nonostante siano numerosi i centri urbani minori dotati di un ricco patrimonio storico-architettonico e archeologico, solo pochi risultano da tempo rinomate località turistiche a livello nazionale e ancor meno a quello internazionale (Taormina, Noto, Cefalù). Altre hanno raggiunto una certa notorietà solo di recente, e non per la loro valenza culturale ma, come nel caso di diversi centri del Ragusano, per la promozione dovuta alla serie televisiva di successo del “Commissario Montalbano”.

Favara, grosso centro agricolo dell'entroterra agrigentino, negli ultimi anni è balzato agli onori della cronaca per il crollo di decrepite abitazioni del centro storico (figg. 1, 2), che in un caso ha fatto registrare anche delle vittime.

Più recentemente alla stessa cittadina sono stati dedicati dai *mass-media* nuovamente ampi spazi, sia dai quotidiani regionali e nazionali, ma finanche da riviste e giornali stranieri, oltre che da emittenti televisive ad ampia diffusione territoriale e siti web tematici. Questa volta, però, a far sì che i media si occupassero della città è stata la realizzazione di una iniziativa di creatività artistica, denominata *Farm Cultural Park* (FCP), tesa a recuperare e promuovere attraverso eventi artistici e iniziative ludiche e sociali, la riqualificazione della parte più fatiscente e pericolante del centro storico, che presenta un notevole valore architettonico e una connotazione popolare e dell'identità locale molto forte.

L'idea progettuale, avviata da privati, è stata quella di realizzare un centro culturale e turistico contemporaneo in un'area chiamata "sette cor-

Foto 1 e 2 - Vicolo di Favara (sulla sinistra); Case decrepite del centro storico (sulla destra)



Fonte: [01]

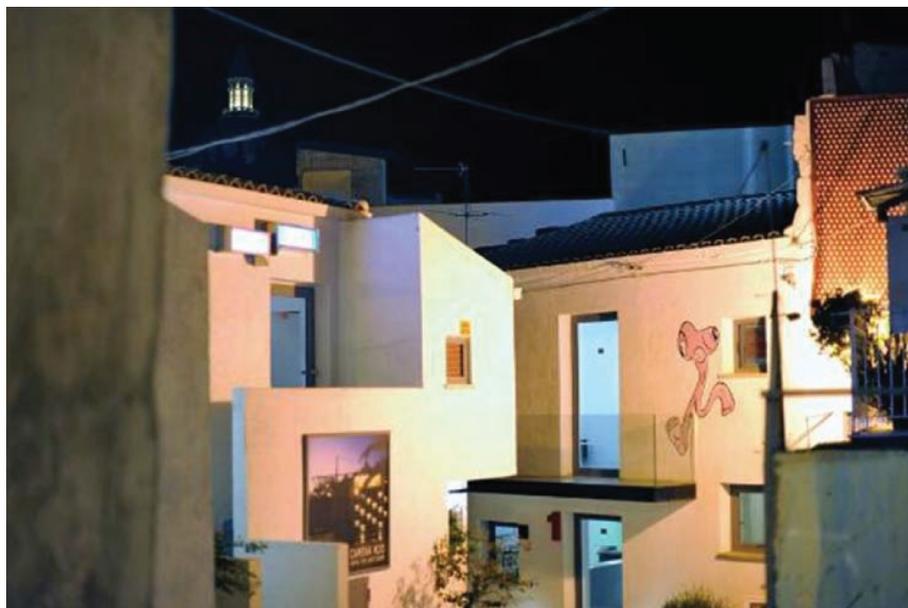
tili”, tramite la realizzazione di gallerie d’arte e spazi espositivi temporanei e permanenti, di un centro di architettura contemporaneo, di luoghi di ricettività d’avanguardia e *day suite* spa, di residenze per artisti, *designer* e architetti, di spazi congressuali, di luoghi per eventi culturali, ricreativi e di ristoro innovativi, *store* di *design* e di oggetti *vintage* [01].

Un ambiente, dunque, di diffusa riqualificazione non solo architettonica degli spazi fisici vissuti (case popolari e palazzotti con piccoli giardini e orticelli, cortiletti, archi, viuzze, ecc.), ma anche sociale, attraverso l’organizzazione di attività culturali, installazioni di opere e mostre d’arte contemporanea, concerti musicali, rappresentazioni teatrali di artisti di strada, o sarebbe meglio dire di “cortile”, proiezioni di *film*, concorsi di architettura, presentazione di libri, preparazione di piatti della cucina tradizionale e tant’altro (figg. 3, 4, 5, 6). I “sette cortili”, che in precedenza esprimevano una realtà sociale ed economica difficile, in poco più di quattro anni da laboratorio sperimentale sono divenuti luoghi del *loisir*, frequentati da numerosi visitatori locali, ma pure da forestieri curiosi e da turisti richiamati dall’originalità dell’iniziativa che ha avuto molta eco tanto da ricevere nel 2011 il Premio Cultura di Gestione da Federculture² da essere invitata nel 2012 alla Biennale di Architettura di Venezia ed inserita dal FAI (Fondo Ambiente Italiano) fra le destinazioni delle sue Giornate di Primavera 2014.

Un esempio, dunque, che rappresenta certamente un caso di “buona pratica”, in termini di luogo “perduto e ritrovato”, dove grazie all’ingegno umano, alla creatività e all’impegno di numerosi artisti e imprenditori “illuminati”, si è prodotta la riconversione funzionale di un’area urbana degradata, un’occasione di crescita culturale della comunità locale e l’affermazione di un turismo culturale e sostenibile (figg. 7, 8).

2. Il Premio Cultura di Gestione è il concorso istituito da Federculture per far emergere e dare visibilità alle esperienze più innovative esistenti in Italia nel settore culturale e del tempo libero. Il Premio è indetto da Federculture in collaborazione con il Ministero per i Beni e le Attività Culturali, la Conferenza delle Regioni, l’ANCI e l’UPI, Legautonomie, Legambiente e CTS-Centro Turistico Studentesco e giovanile” [03].

Foto 3 e 4 - Spazi della *Farm Cultural Park*



Fonte: [02]

Foto 5 e 6 - Momenti della *Farm Cultural Park*



Fonte: [02]

Foto 7 e 8 - Concerti e visitatori ai “Sette cortili”



Fonte: [02]

2. *Obiettivi e metodo di ricerca*

Obiettivo della ricerca è quello di verificare se e come delle buone iniziative di privati attraverso manifestazioni artistiche e più in generale cultural-ricreative possano far riscoprire “luoghi perduti” e innescare un processo virtuoso di rivitalizzazione territoriale e di sviluppo per un’intera comunità. Per far ciò è stata messa in atto una metodologia di ricerca che contemplates l’analisi del contesto geo-territoriale e dell’impatto esercitato dalla nuova destinazione d’uso dei luoghi in esame, con un approccio di ricerca articolato in diverse tecniche di analisi sia di tipo quantitativo che qualitativo. Il “fenomeno Sette cortili” sarà presentato attraverso una selezionata rassegna degli spazi di comunicazione che i mass media hanno dedicato alle iniziative del FCP, sia a livello regionale che internazionale (stampa quotidiana, periodici, riviste specializzate, emittenti televisive, *blog*, *social network*), partendo dall’assunto che il FCP di Favara rappresenti un’apprezzata iniziativa di miglioramento fisico e socio-culturale della cittadina e che abbia svolto il ruolo di pungolo per il risveglio di iniziative imprenditoriali della comunità locale. Si farà, pertanto, una ricerca degli spazi che i media hanno dedicato al FCP e un’indagine conoscitiva di tipo qualitativo che consiste nell’esecuzione di una dozzina di interviste *face-to-face* ad alcuni attori locali, portatori di interessi (*stakeholder*), identificati come interlocutori privilegiati (*key-informant*)³. Questo metodo ci consente di individuare, con sufficiente attendibilità, la rete degli interessi coinvolti e, nel contempo, di raccogliere dati significativi da interlocutori privilegiati con risparmio di tempo e di costi di indagine (Kvale, 1996; Marshall, 1996; Berry, 1999).

Il *focus* di ricerca è stato articolato in temi, a ciascuno dei quali corrisponde una domanda aperta del modulo di intervista (con esclusione della seconda, per la quale all’intervistato si offre una serie di elementi rap-

3. Nella scelta dei soggetti da intervistare è stato utilizzato il metodo del campionamento per obiettivi che attribuisce al ricercatore, secondo il proprio giudizio, il compito di individuare i rispondenti più idonei alla finalità della ricerca (Bailey, 1991).

presentativi di fattori di offerta turistica, e per le quali deve scegliere la risposta, tab. 1).

Tab. 1 - Elementi di valutazione

Elementi di valutazione	F	D
Bellezze paesaggistiche		
Bellezze storico-architettoniche		
Offerta delle strutture ricettive (alberghi, bed & breakfast, agriturismi, appartamenti per vacanze...)		
Offerta delle strutture per la ristorazione (ristoranti, pizzerie, trattorie...)		
Offerta delle produzioni enogastronomiche tipiche locali		
Servizi turistici (info point, guide, segnaletica e cartellonistica degli itinerari...)		
Offerta di strutture ed eventi culturali e ricreativi (FCP, teatri, discoteche, pub, festival, concerti...)		
Disponibilità dei residenti ad accogliere i turisti e condividere l'uso del territorio e dei servizi locali		
Impegno degli amministratori pubblici nel valorizzare le risorse turistiche della zona		
Professionalità degli operatori turistici locali		
Grado complessivo di qualità dell'offerta turistica locale		
Gradimento dell'offerta turistica locale da parte dei turisti		

Il modulo di indagine contiene domande generiche sul turismo a Favara, ma anche quesiti mirati e più specifici, al fine di ottenere risposte sul tema principale di ricerca e di comprendere qual è il ruolo del FCP e delle iniziative da esso proposte nella riscoperta e valorizzazione di luoghi degradati e nello sviluppo oltre che culturale, sociale ed economico della comunità locale.

1. Che tipi di turisti vengono a Favara e da dove provengono?
2. Quali sono i punti di forza (F) e di debolezza (D) del turismo nella città?

3. Quali sono le azioni da intraprendere per incrementare l'offerta turistica della città?

4. L'organizzazione di eventi culturali, artistici e ricreativi ha un ruolo significativo?

5. Quanto incide la presenza del FCP come attrattore turistico? (valutazione da 1 a 10).

3. *Caratteri del contesto territoriale*

Se per centri minori vengono identificati non i più piccoli insediamenti o quelli di marginale valore culturale, "... ma quelli delle aree di meno facile valorizzazione ed in genere di scarso sviluppo economico, corrispondenti sostanzialmente alle aree del Mezzogiorno interno (il famoso "osso" della distinzione di Rossi-Doria)" (Adamo, 2001, p. 11), possiamo affermare senza alcun tema di smentita, che la cittadina di Favara rientra tra questa tipologia. E se nell'osso è necessario "...valorizzare la risorsa data dai centri storici per cercare di arrestarne il declino economico-sociale e demografico" (*ivi*), è proprio questo che si sta prospettando a Favara con la realizzazione del FCP.

I centri delle aree interne e in particolar modo quelli di modeste dimensioni, misconosciuti ed esclusi dagli itinerari turistici di maggior interesse, paradossalmente contengono caratteristiche e tradizioni che gli conferiscono una certa singolarità, proprio per la perifericità e la distanza fisica dai centri di "innovazione", condizioni date dai lenti processi di urbanesimo e dalla pigra adesione ai modelli di vita globali. Si tratta di centri che comunque possiedono risorse che stratificate nel corso del tempo e concentrate in spazi non molti ampi gli conferiscono delle singolari qualità culturali, architettoniche e paesistiche fortemente caratterizzanti (Varraso, Bozzi, 2013).

Proporre dunque lo studio delle prospettive di affermazione quale destinazione turistica di una piccola città "(...) può servire a contribuire a cogliere quei valori territoriali in base ai quali il gruppo umano organizza e

Foto 9 - Piazza Cavour



Fonte: [02]

governa il luogo in cui vive... (...) e, in tal modo, valorizzarle e turisticamente e, anche indirettamente, riqualificarle” (*ivi*).

La città di Favara, seppure rientri tra i centri cosiddetti “minori” per le ragioni suesposte, oltre ad essere un centro abitato di medie dimensioni (supera i 33.000 abitanti), risulta alquanto dotata sotto l’aspetto del patrimonio storico-architettonico.

Numerosi sono gli edifici storici di pregio, principalmente ubicati nella centrale piazza Cavour (fig. 9). Tra quelli nobiliari e civili degni di menzione vi sono il Palazzo Mendola, il Palazzo Contino, poi Fidirichello (entrambi della prima metà del XIX sec.), il Palazzo di Salvatore Cafisi e quello di Giuseppe Cafisi (entrambi della metà del XIX sec.), il Palazzo Farnara (della seconda metà del XIX sec.), il Palazzo Albergamo (della fine XIX sec. e l’inizio XX sec.); la sede della Biblioteca-Museo “barone Antonio Mendola”, la cui struttura nel XVIII sec. è stata realizzata per la sede del Municipio [04].

Tra i numerosi edifici religiosi la Chiesa Madre che è l'edificio più imponente di Favara, edificata tra il 1892 e il 1898, presenta una facciata in pietra bianca di Siracusa e una cupola che si eleva per 56 metri, ed è in stile gotico. Vanno ricordate inoltre, la Chiesa del SS. Rosario del 1711 per il pregevole soffitto a cassettoni, gli stucchi in stile barocco e il pavimento ottocentesco in maiolica; la Chiesa di Santa Rosalia, detta anche del Purgatorio fondata dopo la peste del 1626; la Chiesa di Maria SS. dell'Itria, di fattura tardo trecentesca o degli inizi del Quattrocento; la Chiesa di San Nicola di Bari o di Mira, della fine del XIV secolo.

È presente una necropoli che conta 280 loculi e una villa Romana della fine del I secolo a.C. contenente ambienti termali rifiniti a mosaico marmoreo.

Imponente è il Castello costruito intorno al 1270 dalla famiglia Chiaramonte. Ha forma quadrilatera, con lati di circa 31 metri. Vi si accede dal lato sud attraverso un grande portale ogivale che immette in un'ampia corte dove si affacciano le finestre dei due piani dell'edificio. Il piano terra presenta dei soffitti con volte a botte, mentre il primo piano, servito da un ballatoio, era il piano residenziale. Vi è annessa una cappella in cui si rilevano gli elementi architettonicamente più rilevanti dell'edificio. Dopo anni di abbandono qualche anno fa il Castello Chiaramonte è stato restaurato, attualmente è usato come sede di rappresentanza del Comune ed ospita eventi e manifestazioni culturali [04].

Per quanto su esposto, accolto l'assunto che "le relazioni tra beni culturali e turismo rivestono un'importanza strategica... per una destinazione turistica, e per la città in specifico" (Dallari, 2013, p. 13), e accettata anche la tesi secondo la quale il Patrimonio e il turismo sono fortemente correlati giacché "il primo trasforma i luoghi in destinazioni e il secondo permette la fruizione delle destinazioni" (*idem*, p. 16), Favara che vanta la presenza di un notevole patrimonio culturale arricchito dalla realizzazione della recente struttura artistica (ri)creativa, e che diviene di inestimabile valore grazie anche alla vicinanza al Parco archeologico della Valle dei Templi di Agrigento che dista dalla cittadina appena 6 chilometri, può ambire

allora a divenire meta turistica culturale innovativa ma pure di tipo tradizionale.

Ma per essere competitiva e dunque affermarsi nel vasto panorama dei percorsi turistici, non basta però che la località sia semplicemente dotata di un qualche elemento di interesse storico-artistico, architettonico-monumentale, o di altro tipo di patrimonio antropico e/o culturale, ma è necessario che tali fattori di attrattività siano organizzati in un sistema capace di rendere gli stessi elementi visibili, appetibili, competitivi e in grado di imporsi a discapito di quelli di altre località. Occorre che la potenziale località turistica, in generale, si doti di infrastrutture e di servizi di qualità, in modo da rendere il patrimonio culturale accessibile e fruibile, e sia soddisfacente delle esigenze e delle aspettative dei visitatori e dei potenziali turisti (Petti, 2009).

È necessario, ancora, che la stessa località abbia la capacità di rinnovarsi sia nella promozione sia nell'organizzazione degli eventi creativi per valorizzarne gli elementi distintivi, tipici della comunità locale, espressioni del *genius loci*, che arricchiscono l'offerta turistica fornendo ai visitatori sempre più esperienze uniche, anche attraverso il coinvolgimento nelle tradizionali attività e manifestazioni delle genti del luogo. Si tratta di quelle manifestazioni più intime, dell'anima degli stessi luoghi e delle comunità locali, ancora vive in specie nelle società semplici dei centri minori caratterizzati, come lo è Favara, da una certa ritrosia al cambiamento imposto dal processo di modernizzazione che tende a far smarrire la memoria delle autenticità degli stili di vita, dei caratteristici segni culturali impressi nel territorio e delle manifestazioni sociali dei luoghi e delle comunità locali unici ed irripetibili.

Si tratta di eventi, ancora, che come nel caso di quelli proposti dal FCP stanno assumendo un'importanza crescente e che spesso risultano "...in grado di innescare meccanismi di creazione di valori determinanti per lo sviluppo locale, in una prospettiva non solo economica, ma anche ambientale, culturale, sociale (Cercola, Izzo, Bonetti, 2010, p. 10), giacché "...grazie all'elevata capacità di attrazione ed alla notevole flessibilità,

possono essere impiegati per raggiungere una notevole varietà di possibili *target*, rendendo così più competitiva l'offerta turistica" (*idem*, p. 24).

4. Favara alla ribalta della cronaca culturale nazionale ed internazionale

La realizzazione del FCP è un'iniziativa che, a diverso titolo, coinvolge tutti gli attori e portatori di interessi che partecipano alla creazione, già in nuce, del potenziale sistema turistico locale: gli operatori dell'industria turistica, le istituzioni pubbliche, ma principalmente la comunità ospitante. Un'iniziativa che ha innescato un importante processo che tende a valorizzare più compiutamente il patrimonio storico-architettonico ed archeologico di cui è dotata la città, che potrà realizzarsi soltanto attraverso una progettazione e una successiva gestione diffusamente partecipata e che permetterebbe di far incontrare le esigenze di recupero e di salvaguardia dell'identità locali e di sviluppo territoriale, preservandoli da un sicuro declino o da una standardizzazione e omologazione culturale ed ambientale (Reina, 2013).

Un'iniziativa che, come già accennato, ha avuto un'ampia eco nel mondo culturale e, nello specifico, nell'ambito turistico più esigente e colto, ripresa, infatti, da *mass media* che le hanno conferito una visibilità regionale, nazionale e finanche internazionale.

Solo a mero titolo di esempio riportiamo di seguito alcuni esempi di giornali, riviste, siti web e emittenti televisive che hanno trattato a qualche titolo e sotto diversa forma, della istituzione e delle numerose iniziative realizzate dal FCP.

D – la Repubblica, inserto del sabato di moda, società e cultura, del quotidiano la Repubblica titola un ampio articolo dedicato all'iniziativa "Prendi l'arte e prova a ribaltare tutto" e il catenaccio aggiunge: "A Favara (vicino ad Agrigento) c'è un notaio che ha un'idea molto americana della vita. Con mostre, installazioni (e anche una festa per Obama) ha trasformato il quartiere pericolante in una specie di Quinta Strada. Alla ricerca della felicità e senza spendere soldi pubblici". Si tratta, secondo l'autore

dell'articolo, di "un'operazione niente affatto discreta nel tono, ma costruita con sensibilità. Persino gli abitanti, pochi e perlopiù anziani, che non sono andati via, della parte vecchia di Favara, vivono – l'arrivo dei colori, la ripresa delle case, destinate alla cimazione o peggio alla demolizione – con gioia, quello che stentano a capire." (n. 717, pp. 90-98, 30 Ottobre 2010) [05].

Glamour, rivista mensile che tratta di argomenti di moda, di attualità e di costume della società, nel suo articolo intitolato "fai come noi la tua local revolution", evidenzia l'aspetto rivoluzionario, appunto, dell'iniziativa realizzata a Favara da un'associazione che grazie al recupero di piccoli edifici abbandonati e all'arte intende cambiare l'immagine e l'identità stessa della cittadina e riuscire a farla diventare la seconda attrazione turistica della zona, dopo la valle dei Templi (Giugno 2011).

Vogue Italia si chiede: "chi sono i protagonisti dell'arte contemporanea in Sicilia? Chi organizza mostre, gestisce gallerie, contatta e si occupa di portare artisti internazionali nell'isola?" e individua nel FCP il promotore di un ambizioso centro creativo e di interessanti appuntamenti artistici così come l'iniziativa "*Enjoy Contemporary Sicily*" che vede coinvolti i "protagonisti della cultura contemporanea siciliana a confronto" (Settembre 2011).

The Guardian nella versione *on line* presenta il *Farm Cultural Park* con un articolo dal titolo emblematico: "*Sicily: the art project that saved a town*"⁴, brano ripreso il giorno dopo nella versione in carta stampata con un titolo anche qui molto significativo "*Art of the possible*", nel quale è scritto: "Un progetto ambizioso ha trasformato la corsa verso il basso e il cuore semi-abbandonato di Favara, nel sud della Sicilia, in una mostra permanente d'arte moderna. È impossibile non essere coinvolto da Andrea

4. "An ambitious project has transformed the run-down and semi-abandoned heart of Favara, in southern Sicily, into a modern art exhibition. It is impossible not to be inspired by Andrea Bartoli. In less than two years, the self-confessed 'notary by profession and cultural agitator by passion' has achieved the near impossible: turning an impoverished town in the south of Sicily into the island's capital of cool" (*The Guardian*, Friday 9 March 2012 22.45 GMT) [05].

Bartoli. In meno di due anni, il reo confesso, notaio di professione e agitatore culturale per passione, ha raggiunto la quasi missione impossibile: trasformare una città impoverita nel sud della Sicilia, nella capitale cool dell'isola" (*Travel Saturday Guardian*, March 9, 2012) [06].

Il *Blog* britannico *Purple Travel* colloca Favara e il *Farm Cultural Park* tra i primi 10 posti al mondo come meta turistica per gli amanti dell'arte contemporanea assieme a Firenze, Parigi, Bilbao, le isole della Grecia e New York⁵; "Purple 10: le vacanze per gli amanti dell'arte. Dall'antica arte delle isole greche al museo imponente Guggenheim a Bilbao, in Spagna, diamo uno sguardo alle 10 migliori vacanze per impressionare e deliziare gli amanti dell'arte. Favara, Sicilia, è una piccola città dell'isola italiana che è stata trasformata da luogo caratteristico a contemporaneo. Grazie ad un'iniziativa del Parco Culturale *Farm* si è vista registrata un'esplosione di visitatori provenienti da tutto il mondo. Le pareti sono state utilizzate come tele enormi, sculture e dipinti punteggiano le strade in una città dove la disoccupazione è diffusa" (29 Ago 2012) [07].

QuiTouring, la rivista di turismo più diffusa in Italia, propone un ampio articolo intitolato "Operazione cortili aperti" con significative immagini degli ambienti per rappresentare il *Farm Cultural Park* come un progetto "... per ridare vita al centro storico attraverso l'arte, il design e la condivisione culturale" e, da rivista specializzata di turismo, da indicazioni su come arrivare, dove dormire e mangiare e altre utili informazioni per gli eventuali visitatori (Marzo/Aprile 2013).

La Repubblica, nell'edizione regionale vi dedica l'intera pagina "Società. Spettacoli, cultura e sport", nella quale pone l'accento sul valore della ricerca della bellezza dei due mecenati che scommettono sull'arte, senza

5. "Purple 10: holidays for art lovers. From the Greek Islands ancient art to the imposing Guggenheim museum in Bilbao, Spain, we take a look at the 10 best holidays for art lovers to impress and delight. Favara, Sicily This is a small town in the Italian island that's been transformed from quaint to contemporary. Thanks to an initiative by the Farm Cultural Park it's seen an explosion in visitors from all over the world. Walls have been used as huge canvasses, sculptures and paintings dot the streets in a town where unemployment is rife" (Aug 29 2012).

l'aiuto delle istituzioni pubbliche; e secondo l'autrice dell'ampio articolo "Niente assomiglia a questo posto: non è l'arte per la rinascita di Gibellina, non è la resurrezione politica di Salemi, niente soldi pubblici e o politica". Si tratta piuttosto di "...una fabbrica di fiducia, uno spazio vitale dove gli artisti da tutto il mondo vengono invitati per creare segni del loro passaggio, dove i giovani del paese trovano un motivo per rimanere e coltivare la loro creatività e gli anziani si lasciano avvolgere dallo spirito di iniziativa di un insospettabile futuro fatto di orti urbani e progettazione partecipata" (Mercoledì, 14 Agosto 2013, XI).

CheFuturo! giornale *online* e spazio dove *blogger*, giornalisti, imprenditori, architetti, designer, giovani startupper raccontano la loro storia, la loro voglia di creare qualcosa di nuovo, di diverso, ha anch'esso dedicato un ampio spazio al FCP nel quale scrive: "Sapevate che il paese delle meraviglie si chiama Favara? ... una città che sta(va) morendo, una città che cade(va) a pezzi, dimenticata dai suoi stessi abitanti", che oggi è considerata "... la sesta città al mondo consigliata per il turismo legato all'arte contemporanea? (...) i sette cortili di *Farm* sono tutti colorati di bianco così come i palazzi intorno, di matrice tipicamente araba, anch'essi tutti colorati di bianco. Poi c'è l'arte che invade e pervade le viuzze,, si affaccia alle finestre o pende dai balconi, urlando i colori, scuotendo coscienze" (25 Agosto 2013) [08].

Aliante, periodico bimestrale d'accoglienza in Sicilia distribuito negli aeroporti siciliani e sul territorio, in un circuito esclusivo di hotels, gallerie d'arte, porti turistici ed eventi culturali. Dedicò un articolo alla *Farm Cultural Park*, e descrive il progetto realizzato a Favara come "...un luogo in cui l'arte fosse condivisa e vissuta con il massimo della fruizione. Un sogno che è ormai una realtà di livello internazionale, una best practice da tradurre quale promozione dell'arte, del turismo, dell'occupazione e sociale. In tre anni di vita, Favara è stata palcoscenico di una programmazione culturale dirompente. Ogni quattro mesi è possibile visitare nuove mostre temporanee; incontrare creativi in residenze per artisti, provenienti da ogni parte del mondo, o partecipare a *workshop* e attività anche con

giovani e bambini. Ed ancora presentazioni di libri, concorsi di Architettura, serate musicali e spettacoli performativi. Una città che si alimenta della vitalità e della creatività di chi rende possibile investire in cultura quale risorsa sociale ed economica” (14.1.2014) [09].

La rivista *Vivere* del quotidiano “La Sicilia” con l’articolo dal titolo “Benvenuti a Favara. Sicilia di ieri rinata con l’arte contemporanea” invita a visitare la cittadina dove, oltre alle altre attrattive come il Castello Chiaromonte, la splendida piazza Cavour e altri tesori storici, si snodano i “Sette cortili collegati tra loro e circondati da palazzi bianchi che nascondono giardini d’ispirazione araba, oggi diventati laboratori per artisti provenienti da tutto il mondo...” (Anno XIX, n. 722, 3 Aprile 2014).

Ancora *Corriere innovazione*, magazine mensile del *Corriere della Sera* dedicato all’innovazione nel mondo delle idee, del lavoro e dell’impresa in Italia, definisce la *cultural farm* “... un esperimento locale dal gusto globale per reagire all’abbandono con l’impegno e l’innovazione per restituire vita ai vecchi centri storici (Marzo 2014). La rivista *Let’s go with Ryanair* distribuita sui voli di *Ryanair* dedica spazio alla *Farm* “*The innovators: cultural awakenings*” (Aprile 2014); *L’Unità* titolava “un’altra *farm* è possibile. Nella sperduta provincia di Agrigento un paese diventa laboratorio d’arte” (17 aprile 2014).

E, infine, ma solo per ordine cronologico, nell’allegato al numero di maggio di *Bell’Italia*, che tratta della Sicilia, un articolo intitolato “La fabbrica dell’arte” presenta il “ritrovato” centro storico di Favara grazie alla valorizzazione, attraverso l’arte e la cultura d’avanguardia, dei Sette cortili arabeggianti. Viene rappresentato come uno spazio dove “le minuscole case composte di cammara e dammuso, una stanza e un magazzino in cui uomini e animali vivevano gli uni addosso agli altri” svuotatesi per effetto dell’emigrazione e divenuti luoghi fatiscenti, oggi accoglie artisti esperti e profani, viaggiatori colti, ma anche comuni turisti e semplici curiosi (n. 123 all. al n. 337, pp. 60-64).

Numerose altre riviste e *magazine* hanno menzionato le iniziative proposte dal FCP, così come la *In Medi Terraneum*, ad esempio, manifesta-

zione svolta negli spazi dello stesso parco culturale, alla quale hanno partecipato altre città europee (Madrid e Atene) e alcune dell'America Latina (Cordoba in Argentina, Montevideo e Bogotà); *Rio Cityvision Competition. Two Presents, One future*, concorso, organizzato dall'omonima rivista *CityVision Magazine* che valutava proposte urbane e visionarie per il futuro di Rio de Janeiro, e nel quale, tra le 68 le proposte provenienti da tutti e cinque i continenti, al FCP veniva conferito il premio speciale *Farm* [10].

La famosissima enciclopedia *on line Wikipedia* descrive il *Farm Cultural Park* come "...il primo parco turistico culturale costruito in Sicilia, una galleria d'arte e residenza per artisti sorta all'interno del Cortile Benvitegna, un aggregato a sua volta costituito da sette piccoli cortili che ospitano palazzi di matrice araba situato nel centro storico di Favara in provincia di Agrigento. (...) si propone anche come centro culturale e turistico dove vengono allestite mostre pittoriche e installazioni permanenti di arte contemporanea. Inoltre vi sono residenze per artisti e vengono svolte presentazioni di libri e vari corsi di architettura". L'obiettivo del FCP, secondo la libera enciclopedia, è quello di riqualificare il centro storico della cittadina e fornire alla stessa una capacità di attrattiva tale da renderla una rinomata località turistica [11].

Anche *You Tube*, la piattaforma *web* più usata al mondo che consente la condivisione e visualizzazione in rete di video, contribuisce a diffondere gli eventi del FCP, la quale infatti ha registrato le migliaia visualizzazioni dei video sulle presentazioni delle diverse iniziative realizzate [12], così come *Facebook*, il *social network* per eccellenza, tramite il quale più di 20.000 persone hanno approfondito la conoscenza, tramite la "richiesta di amicizia", della stessa *Farm* [13].

Sito *web* dell'Assessorato del Turismo della Regione Siciliana tra i luoghi più rinomati della Sicilia e da visitare inserisce il FCP, primo distretto culturale in Sicilia [14], così come il sito della provincia regionale di Agrigento e diversi altri siti *web* di istituzioni e riviste che si occupano di turismo in Sicilia (*Blumedia*, *Skart press*).

Ancora molti sono gli spazi che le emittenti televisive locali e nazionali hanno riservato alla realizzazione del Parco, ma pure ai singoli eventi proposti. L'intervista al notaio Andrea Bartoli fondatore di *Farm Cultural Park*, che è stato ospite del conduttore televisivo Tiberio Tiberi ad «Uno Mattina in famiglia», negli studi di Rai Uno [15]. La *TM NEWS*, agenzia a diffusione multimediale, e diverse altre web tv hanno dedicato spazi di video news al centro culturale di arte contemporanea.

5. *Analisi dei dati, interpretazione e risultati*

Gli intervistati, come già detto, sono testimoni privilegiati in quanto sono tutti coinvolti, a diverso titolo, nell'istituzione o nelle iniziative proposte dal *Park*; alcuni direttamente nelle attività del FCP altri indirettamente perché sono titolari di attività imprenditoriali – di ospitalità turistica, di ristoro, di attività ludico-ricreative – o perché sono operatori dell'incoming turistico, o ancora rappresentanti politico-istituzionali, di associazioni culturali e amministratori locali (tab. 2).

Le risposte alle interviste effettuate permettono di mettere in evidenza il ruolo svolto dal *Farm Cultural Park* come attrattore turistico e “animatore” socio-culturale della città di Favara.

Relativamente alla tipologia di turisti che si recano a Favara e allo loro provenienza (domanda 1), i rispondenti evidenziano la presenza di un'ampia varietà di turisti, seppure limitata nella consistenza numerica, ma per lo più del tipo culturale di livello sociale medio-alto, legato al circuito della Valle dei Templi di Agrigento (int. 1, 2, 3, 4, 9, 12), ma pure di turisti di ritorno, cioè di emigrati favaresi che preferiscono trascorrere le vacanze nella città di origine (1, 7, 8, 11). A tali tipologie, negli ultimi anni, si è aggiunto con preponderanza un tipo di turismo di nicchia legato all'arte contemporanea e nello specifico alla realizzazione del FCP come affermano quasi tutti gli intervistati tranne alcuni (8, 9, 10). Anche la provenienza è alquanto varia giacché, secondo gli intervistati, vi sono turisti che giungono dall'estero, principalmente dalla Francia, dalla Germania, e più re-

Tab. 2 - Intervistati (int.)

Intervista	Data	Ruolo/Professione
1	1.5.2014	Imprenditore locale
2	1.5.2014	Operatore del settore ricettivo-alberghiero
3	10.5.2014	Professionista del settore dell'informazione
4	10.5.2014	Rappresentante politico istituzionale locale
5	11.5.2014	Operatore del commercio
6	11.5.2014	Operatore della ristorazione 1
7	12.5.2014	Operatore della ristorazione 2
8	12.5.2014	Operatore del settore ricettivo-extralberghiero
9	14.5.2014	Operatore di servizio turistico locale
10	20.5.2014	Rappresentante della Pro Loco di Favara
11	21.5.2014	Rappresentante di Associazione culturale
12	21.5.2014	Operatore del settore turistico

centemente dalla Spagna, alcuni dei quali provenienti dai primi due paesi stranieri sono oriundi della zona che cedono al richiamo dei luoghi di origine e che, in qualche caso, hanno ristrutturato piccole abitazioni ricevute in eredità per trascorrere un periodo di vacanza a costi contenuti (int. 1), mentre altri sono amici, colleghi o parenti degli stessi emigrati della città (int. 7); altri ancora appartenenti spesso ad associazioni di artisti arrivano da diverse regioni italiane e principalmente da altre città siciliane proprio per visitare il FCP o per partecipare ad iniziative promosse dalla stessa struttura culturale.

Sui punti di forza e quelli di debolezza dei fattori dell'offerta turistica della città (domanda 2) il quadro che risulta dalle risposte fornite dai rispondenti è alquanto articolato, poiché per alcuni elementi vi è un'opinione quasi unanime, mentre per altri elementi vi è uno sbilanciamento di giudizio e per altri ancora una posizione opposta e bilanciata.

Le bellezze paesaggistiche vengono viste come punto di forza dalla metà degli intervistati (int. 1, 2, 4, 6, 8, 10) che esaltano il paesaggio dei giardini e delle caratteristiche amene campagna dei dintorni e altrettanti lo

considerano un punto di debolezza. Tale giudizio negativo deriva dalla percezione dovuta da un lato dalla cementificazione delle parti più recenti della città, segnata da una forte speculazione ed abusivismo edilizio che mortifica e sfregia il selvaggio e pietroso paesaggio esterno alla città e dall'altro dalle condizioni di abbandono e fatiscenza delle vecchie case del centro storico. Le bellezze storico-architettoniche vengono considerate quasi unanimemente un punto di forza in particolar modo il Castello, la cattedrale e i diversi palazzi nobiliari che insistono principalmente nella piazza centrale, mentre solo tre intervistati le annoverano comunque tra i punti di debolezza per le condizioni in cui versano la maggior parte o per la mancanza di una valida politica di gestione, di promozione e valorizzazione degli stessi (int. 1, 2, 3). Articolato e nello stesso equilibrato è il giudizio relativo all'offerta delle strutture ricettive della città; infatti, quattro intervistati la considerano un punto di forza (int. 3, 7, 8, 11), altrettanti non danno un giudizio netto e la collocano in fase di affermazione, ma ancora immatura (int. 2, 9, 10, 12), i restanti quattro intervistati valutano l'offerta delle strutture ricettive locali un punto di debolezza per la limitata capacità ricettiva ed, escluso l'unico albergo presente in città, per lo scarso livello delle strutture e dunque dei servizi offerti (int. 1, 4, 5, 6). È comunque, stato avviato un progetto di ristrutturazione di un edificio del centro storico, il quale sarà adibito ad albergo di un livello medio-alto e che andrà a rafforzare l'offerta oggi del tutto insufficiente (int. 1, 12). Relativamente all'offerta delle strutture ristorative, sebbene risultino opinioni alquanto differenziate, la maggior parte degli intervistati la considerano un punto di forza (int. 3, 5, 7, 8, 9, 11) specialmente per la qualità e la genuinità dei prodotti offerti, mentre quattro rispondenti la valutano come punto di debolezza (int. 1, 2, 6, 12), alcuni per la scarsa consistenza numerica delle stesse, altri per la non eccellente qualità del servizio, e solo due intervistati non esprimono alcun giudizio e non collocano l'offerta ristorativa locale in maniera netta nell'una o nell'altra posizione. Sull'offerta delle produzioni enogastronomiche tipiche locali, i rispondenti in prevalenza la considerano un punto di forza (int. 1, 2, 3, 4, 8, 9, 10) e in di-

versi casi gli stessi fanno riferimento all'Agnello Pasquale, ai dolci tipici locali e alla qualità della cucina tradizionale, mentre quattro intervistati la valutano un punto di debolezza (int. 5, 6, 7, 11) e soltanto un intervistato non esprime un giudizio netto in proposito (int. 12). La qualità dei servizi turistici evidentemente è considerata pessima dato che, tranne tre intervistati (int. 3, 9, 10) che non esprimono un netto giudizio, i restanti nove rispondenti la collocano tra i punti di debolezza dei fattori dell'offerta turistica locale, così come ancor più netto risulta il giudizio negativo verso l'impegno degli amministratori pubblici nel valorizzare le risorse turistiche locali, tant'è che tutti gli intervistati lo considerano un punto di debolezza del turismo nella città. In riferimento all'offerta di strutture e degli eventi culturali e ricreativi la maggior parte degli intervistati la considera un punto di debolezza (int. 1, 3, 4, 8, 9, 10, 12), mentre i restanti rispondenti la collocano tra i punti di forza, ma emerge, in entrambi i gruppi, comunque, che il FCP rappresenta l'elemento di rafforzamento nell'ambito degli eventi di richiamo turistico. La disponibilità dei residenti ad accogliere i turisti e dividerne l'uso del territorio e dei servizi è quasi per tutti considerato un punto di forza, tant'è che solo due intervistati la collocano tra i punti di debolezza (int. 8, 11). Collocare la professionalità degli operatori turistici locali tra i punti di forza o di debolezza evidentemente presenta qualche oggettiva difficoltà, tant'è che un numero consistente di intervistati non esprime un chiaro giudizio (int. 1, 5, 7, 10, 12), mentre gli stessi numericamente la collocano tra i punti di debolezza (int. 2, 3, 4, 6, 11) e soltanto due tra i punti di forza. Un giudizio in particolare risulta interessante poiché sostiene che in realtà a Favara non esiste una vera e propria rete di operatori turistici (int. 12). Alquanto diversi, e per alcuni aspetti contraddittori, i giudizi relativi al grado complessivo di qualità dell'offerta turistica e quelli sul gradimento dell'offerta locale da parte dei turisti; infatti, mentre per il primo elemento più consistentemente viene considerato un punto di debolezza (int. 1, 2, 3, 6, 7, 11, 12), la maggior parte degli intervistati colloca il gradimento dell'offerta turistica tra i punti di forza (int. 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10) e in entrambi gli elementi valu-

tati, tranne un singolo caso, il resto dei rispondenti non è del tutto deciso nel collocarli tra i punti di forza o di debolezza.

Relativamente alle iniziative da intraprendere per incrementare l'offerta turistica della città (domanda 3), sebbene i suggerimenti dati dagli intervistati siano vari e alquanto diversi, emergono ripetutamente le seguenti proposte:

- Pianificazione e creazione di un prodotto turistico più articolato e completo, attraverso ad esempio la strutturazione di eventi (int. 10, 11, 12); un maggiore impegno dell'amministrazione locale (int. 12) e il coinvolgimento delle "tribù" locali (int. 2).

- Valorizzare il patrimonio locale e recuperare il centro storico (int. 7, 9, 1, 3);

- Valorizzare le tradizioni e i prodotti tipici locali e migliorare l'offerta enogastronomica e la qualità dei servizi ristorativi attraverso la formazione continua degli operatori del settore (int. 1, 2, 5, 10);

- Migliorare la qualità dei servizi turistici: *info point*, segnaletica, trasporto (int. 2, 5, 6, 7, 8, 9);

- Migliorare il livello di pulizia e ordine della città (int. 3, 7);

- Promuovere le eccellenze locali *attraverso* un piano di marketing (int. 3, 6, 11), tramite la creazione di *partnership* e la realizzazione di una rete di *Tour Operator* (int. 3, 12).

- Intercettare parte dei flussi turistici diretti alla Valle dei Templi e invogliarli a visitare Favara (int. 4);

- Realizzare un albergo diffuso o altre strutture ricettive con servizi di qualità (int. 1, 2).

Con le risposte alla domanda sull'importanza dell'organizzazione degli eventi culturali, artistici e ricreativi (domanda 4), si introduce il tema di ricerca. Ad essa tutti gli intervistati, seppure in modo diverso, rispondono positivamente, considerando gli eventi fondamentali e importanti per lo sviluppo turistico; per qualcuno sarebbe un progetto di rinascita (int. 1), altri dichiarano che dovrebbero essere più numerosi gli eventi proposti (int. 3) poiché certamente incrementerebbero le presenze turistiche

(int. 9), altri ancora anticipando la domanda chiave del questionario indicano il *Farm Cultural Park* come organizzazione fondamentale, come attrattore turistico di grandi potenzialità (int. 2, 12).

Alla domanda su quanto incida la presenza del FCP come attrattore turistico, le risposte seppure confermino il ruolo fondamentale dell'organizzazione insediata nel cuore della città vecchia, non mancano giudizi negativi a cui vengono assegnate valutazioni che vanno da 1 a 5 (int. 3, 8, 9, 10) che tendono a sminuirne l'effetto attrattivo di flussi turistici, ma ciò non inficia la valutazione molto positiva della maggior parte degli intervistati, che assegnano un valore da 6 a 10, tanto da risultare nel complesso un buon valore medio di giudizio.

6. Conclusioni

Attraverso l'analisi della rassegna stampa e, più in generale, degli spazi di comunicazione dedicati al *Farm Cultural Park* e delle risposte ottenute tramite l'articolato questionario, si può affermare che la ricerca abbia fornito utili risposte al quesito/ipotesi.

Infatti, se da un lato la ricca rassegna stampa ha confermato l'interesse che l'iniziativa ha riscosso non solo in ambito nazionale ma anche internazionale e le relazioni che ha innescato in ambito artistico ma più generalmente culturale, dall'altro le risposte degli *stakeholder* a cui sono stati somministrati i questionari, convalidano l'ipotesi che la presenza del *Park* e le manifestazioni artistiche e cultural-ricreative da essa promosse possono far riscoprire "luoghi perduti" e innescare un virtuoso processo di rivitalizzazione socioeconomica della città. Una realtà in espansione giacché sono stati acquisiti altri due antichi palazzotti dove sono previsti la creazione di una *Farm Children's Museum* (FCM) e uno ostello per soddisfare la sempre maggiore richiesta di ospitalità all'interno della struttura creativa (fig. 7), ma sono in atto anche altre iniziative imprenditoriali all'esterno dei "Sette cortili", così come il già avviato Progetto Vicolo Luna, che prevede la realizzazione di un orto urbano di 400 m², un luogo per la vendita di

prodotti tipici locali, una caffetteria e un ambito per la ristorazione “a km zero”.

Ma altri indicatori individuati da una più agevole analisi empirica del territorio possono confermare l'ipotesi di ricerca. Dal 2010, anno di costituzione del FCP, la capacità ricettiva della città è cresciuta: sono nati *Bed & Breakfast* ed è in atto la realizzazione di un nuovo albergo con annesso Centro Benessere nel decadente Palazzo Piscopo; la piazza centrale della città, già ridotta a luogo di ritrovo per soli anziani, da allora si è rivitalizzata, si sono insediate nuove strutture ristorative, pizzeria, pub, bar, enoteca, ristorante, e oggi i giovani l'hanno ripopolata e si sono riappropriati degli spazi del centro storico cittadino (Lisa Wade, artista statunitense). Numerose sono le manifestazioni culturali che si svolgono in città e non solo nei “Sette cortili” e consistenti sono le presenze di artisti, di visitatori e di turisti che partecipano agli eventi. E grazie ai professionisti, architetti, designer, restauratori e agli artisti che collaborano con la struttura artistica, la città sta vivendo una sorta di rinascita non solo culturale ma anche sociale ed economica. Il valore degli immobili, ancora molto basso, comincia a dare segnali di crescita e i cantieri edili per la ristrutturazione di vecchi edifici e finanche di ruderi sono sempre più numerosi (Gianni Di Matteo, architetto, responsabile di *Favara Urban Network*⁶).

Il FCP ha svolto, dunque, una funzione rivitalizzante per la comunità locale, tant'è che negli ultimi anni si sono insediate altre associazioni culturali che operano in sinergia con esso, ad esempio *The Second life*⁷, ma pure nuove strutture ricreative e complementari per lo svago e il relax. Rappresenta un'istituzione, infine, capace di attrarre professionisti, artisti, i quali hanno perfino acquistato casa e si sono trasferiti stabilmente a Favara (è il caso di Lisa Wade che vive ormai tra gli USA e la Sicilia), che ha

6. La FAN ha avuto un ruolo decisivo nel rilancio del Castello Chiaramonte, grazie alla riqualificazione volontaria e gratuita del giardino, ridotto a discarica, e l'organizzazione di esposizione d'arte contemporanea: iniziative che hanno richiamato nel solo giorno inaugurale più di 3.000 visitatori.

7. Mostra mercato vintage mensile, vetrina per espositori di microaziende, di artigiani o di negozi ormai chiusi che smaltiscono prodotti in giacenza cosiddetti fondi di magazzino.

costituito una rete di professionisti per promuovere la valorizzazione delle eccellenze della città, la già citata *Favara Urban Network* (FUN), e che ha avviato la realizzazione del progetto FarmIdabile, cioè la costituzione di una cooperativa di comunità di tutti gli operatori che ruotano intorno al FCP, al fine di realizzare iniziative artistico-creative atte a valorizzare l'impegno di giovani artisti e contestualmente promuovere le specificità territoriali della città di Favara.

Bibliografia

- AA.VV. (a cura di), *Urban Cultural Maps. Condividere, partecipare, trasformare l'urbano*, Catania, c.u.e.c.m., 2013.
- ADAMO F. O., "Regioni-Programma di sviluppo turistico e valorizzazione dei centri storici minori nel Mezzogiorno", RUGGIERO V. - SCROFANI L. (a cura di), *Centri storici minori e risorse culturali per lo sviluppo sostenibile del Mezzogiorno*, Catania, c.u.e.c.m., 2001, pp. 11-14.
- BAILEY K.P., *Metodi della ricerca sociale*, edizione a cura di M. Rossi, Bologna, il Mulino, 1991.
- BERRY R.S.Y., "Collecting data by in-depth interviewing Presenter", Paper presented at the British Educational Research Association Annual Conference, University of Sussex at Brighton, September 2-5, 1999.
- BENCARDINO F. - PREZIOSO M. (a cura di), *Geografia del turismo*, Milano, The McGraw-Hill, 2007.
- BERTACCHINI E. - SANTAGATA W. (a cura di), *Atmosfera creativa. Un modello di sviluppo sostenibile per il Piemonte fondato su cultura e creatività*, Bologna, il Mulino, 2012.
- CERCOLA R. - IZZO F. - BONETTI E., *Eventi e strategie di marketing territoriale, I network, gli attori e le dinamiche relazionali*, Milano, FrancoAngeli, 2010.
- CIRELLI C. - GIANNONE M., "Nuove pratiche di consumo e spazi urbani", CIRELLI C. - GIANNONE M. - NICOSIA E. (a cura di), *Percorsi creativi di turismo urbano. I luoghi dell'entertainment nella città del tempo libero*, Bologna, Pàtron, 2013, pp. 7-11.

- COMMISSONE EUROPEA, *Libro Verde. Le industrie culturali e creative, un potenziale da sfruttare*, Brussel, 183 def, 2010.
- CUSIMANO G. (2013), “Beni culturali e turismo: una relazione scontata?”, CUSIMANO G. - MERCATANTI L. - PORTO C.M. (a cura di), *Percorsi creativi di turismo urbano. Beni culturali e riqualificazione nella città contemporanea*, Bologna, Pàtron, pp. 7-12.
- D’ALESSANDRO L. - VIGANONI L., “Il ruolo degli eventi e delle attività culturali nelle recenti dinamiche del turismo”, ADAMO F. (a cura di), *Qualità Italia. Contributi per l’analisi delle risorse turistiche*, Bologna, Pàtron, 2011, pp. 237-248.
- D’AMATO V. (a cura di), *Innovazione, impresa e competitività territoriale nel Mezzogiorno*, Roma, Aracne, 2013.
- DALLARI F., “Beni culturali e turismo: una relazione scontata? Introduzione alla tavola rotonda”, CUSIMANO G. - MERCATANTI L. - PORTO C.M. (a cura di), *Percorsi creativi di turismo urbano. Beni culturali e riqualificazione nella città contemporanea*, Bologna, Pàtron, 2013, pp. 13-24.
- DEMATTEIS G. - GOVERNA F., *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: il modello SLoT*, Milano, FrancoAngeli, 2009.
- GROSSI R. (a cura di), *Creatività e produzione culturale. Un paese tra decline e progresso. V Rapporto Annuale Federculture*, Torino, Allemandi, 2008.
- KVALE S., *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*, London, Sage Publications, 1996.
- MAUTONE M. (a cura di), *I Beni culturali per l’organizzazione del territorio*, Bologna, Pàtron, 2001.
- MARSHALL M.N., “The key informant technique”, *Family Practice*, 13(1996), pp. 92-7.
- MONTANARI F., *Territori creativi. L’organizzazione delle politiche a support della creatività*, Milano, Egea, 2011.
- POLLICE F., *Territori del turismo. Una lettura geografica delle politiche del turismo*, Milano, FrancoAngeli, 2002.
- PREZIOSO M., “Può un’architettura attrarre o conflaggere con lo sviluppo economico-territoriale?”, CUSIMANO G. - MERCATANTI L. - PORTO

- C.M. (a cura di), *Percorsi creativi di turismo urbano. Beni culturali e riqualificazione nella città contemporanea*, Bologna, Pàtron, 2013, pp. 300-307.
- REINA G., “La Mappa di Comunità: strumento rigenerativo delle identità locali per una visione condivisa dello sviluppo ecosostenibile dei territori”, AA.VV. (a cura di), *Urban Cultural Maps. Condividere, partecipare, trasformare l'urbano*, Catania, c.u.e.c.m., 2013.
- ROCCA G., *Dal prototurismo al turismo globale. Momenti, percorsi di ricerca, Casi di studio*, Torino, Giappichelli, 2013.
- RUGGIERO V. - SCROFANI L. (a cura di), *Turismo e competitività urbana*, Milano, Franco Angeli, 2011.
- SANTAGATA W., *La fabbrica della cultura: ritrovare la creatività per aiutare lo sviluppo del paese*, Bologna, il Mulino, 2007.
- SANTAGATA W. - TRIMARCHI M., *L'arte contemporanea italiana nel mondo Texte imprimé: analisi e strumenti*, Milano, Skira, 2005.
- SEDDA S.R. - PAIOLA M. (a cura di), *Il management della creatività. Reti, comunità e territori*, Roma, Carocci, 2009.
- SCANU G. (a cura di), *Paesaggi ambienti culture economie. La Sardegna nel Mondo Mediterraneo*, Bologna, Pàtron, 2013.
- VARRASO I. - BOZZI A., “Pietramontecorvino: un itinerario tra riqualificazione e promozione urbana”, CUSIMANO G. - MERCATANTI L. - PORTO C.M. (a cura di), *Percorsi creativi di turismo urbano. Beni culturali e riqualificazione nella città contemporanea*, Bologna, Pàtron, 2013, pp. 390-406.

Sitografia

- [01] https://www.google.it/search?q=favara&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=PPG_U6fvH6vE4gT0ooD4Ag&sqi=2&ved=0CDY-QsAQ&biw=1366&bih=610
- [02] <http://www.farm-culturalpark.com/> (visitato il 10.9.2013)
- [03] www.federculture.it/il-premio-cultura-di-gestione/

- [04] <http://www.comune.favara.ag.it/> (visitato il 10.12.2013).
- [05] <http://periodici.repubblica.it/d/index.jsp?num=717&page=90&search=true> (visitato il 10.12.2013).
- [06] <http://www.theguardian.com/travel/2012/mar/09/sicily-favara-art-farm-cultural-park> (visitato il 10.12.2013).
- [07] <http://blog.purpletravel.co.uk/2012/08/29/the-purple-10-holidays-for-art-lovers/> (visitato il 12.12.2013).
- [08] <http://www.chefuturo.it/2013/08/peppe-sirchia-sapevate-che-il-paese-delle-meraviglie-si-chiama-favara/> (visitato il 12.12.2013).
- [09] <http://www.edizionaliante.com/category/a\рте/> (visitato il 12.12.2013).
- [10] <http://www.professionearchitetto.it/news/notizie/18042/Rio-de-Janeiro-cityvision-competition> (visitato il 12.12.2013).
- [11] http://it.wikipedia.org/wiki/Farm_Cultural_Park (visitato il 12.12.2013).
- [12] <http://www.youtube.com/watch?v=yGmIOQsO4M0> (visitato il 13.12.2013).
- [13] https://www.facebook.com/farmculturalpark?ref=br_rs (visitato il 16.12.2013).
- [14] http://pti.regione.sicilia.it/portal/page/portal/SIT_PORTALE (visitato il 16.12.2013).
- [15] http://www.dailymotion.com/video/xygno9_andrea-bartoli-ospite-a-unomattina-in-famiglia-su-rai1-per-farm-cultural-park_creation (visitato il 18.12.2013).

Résumé

Le développement socio-culturel est souvent l'expression de la créativité spontanée des acteurs engagés dans le domaine artistique qui, tout en réalisant des événements innovateurs, encouragent de nouveaux lieux de loisir et déterminent un procès de régénération urbaine et d'attraction touristique.

La creatività devient souvent un élément fondamental pour affirmer des caractéristiques culturelles et identitaires du territoire.

Dans les dernières années, Favara, centre agricole de l'hinterland de la province d'Agrigento, a joué un rôle éminent dans les faits divers à cause de l'écroulement des habitations délabrées du centre historique; par contre, tout récemment, les médias lui ont attribué de vastes espaces destinés à la réalisation d'une initiative de créativité artistique destinée à récupérer et à promouvoir l'identité locale à travers un procès de reclassement du secteur le plus délabré du vieux Favara.

L'idée de projet avancée par un secteur privé a été celle de réaliser un centre culturel et touristique contemporain dans un quartier appelé Sette Cortili, à travers la mise en place de galeries d'art et d'espaces expositifs contemporains et permanents, un centre d'architecture contemporaine, des lieux de réceptivité d'avant-garde et des day suite SPA, des résidences pour artistes, designer et architectes, des salles de congrès, des structures pour des événements culturels, récréatifs et de détente, un magasin de design.

Un milieu, donc, d'un répandu reclassement des espaces vécus pas seulement architectural, mais aussi bien social grâce à l'organisation d'activités culturelles, la réalisation d'oeuvres et d'expositions d'art contemporaine, de concerts musicaux, de représentations théâtrales de saltimbanques, de projections de films, des concours sur l'architecture, de présentations de livres et beaucoup d'autres choses encore.

Une réalité sociale et économique du début difficile qui, à partir d'un laboratoire expérimental a, en quelques années, évolué vers un contexte de loisir fréquenté par des visiteurs locales, mais aussi bien par de nombreux touristes attirés par l'originalité de l'initiative.

Mots-clés: Créativité, Art, Identité culturelle, Promotion du territoire, Tourisme.

Resumen

El desarrollo socio-cultural es a menudo expresión de la creatividad espontánea de operadores ocupados en el mundo artístico que creando acontecimientos innovativos promueven nuevos lugares de recreo y ocio y empezan un

proceso de regeneracion urbana y atraccion turística. La creatividad es casi siempre fundamental para afirmar las peculiaridades culturales y de identidad del territorio.

Favara, una pequeña ciudad rural del interior de Agrigento, en los últimos años ha resaltado en varias portadas de la cronica por el derrumbamiento de ruinosas viviendas del casco antiguo, pero mas recientemente a la misma ciudad han sido dedicados por los mass-media amplios articulos por la realización de una iniciativa de creatividad artística ala a recuperar y promover la identidad local por la recualificacion de la parte mds ruinosa del casco historico.

La idea del proyecto, iniciada por particulares, ha sido realizar un Centro cultural y turistico contemporaneo en un area llamado "Sette Cortili", a través de la realización de galerias de arte y espacios expositivos temporales y permanentes, un centro de arquitectura contemporaneo, lugares de receptividad de vanguardia y day suite spa, residencias para artistas, diseñadores y arquitectos, espacios para congresos, lugares para acontecimientos culturales, recreativos y de descanso innovativo, tiendas-boutique de diseño.

Un entorno, por lo tanto, de difusa recualijicacion no solo arquitectonica de los espacios fisicos experimentados, pero también social por la organizacion de actividades culturales, instalaciones de obras y exhibiciones de arte contemporaneo, conciertos musicales, representaciones teatrales de artistas de calle, proyecciones de peliculas, concursos de arquitectura, presentaciones de libros y mucho mas. Una realidad social y economica inicialmente dificil que en pocos años de laboratorio experimental se ha convertido en un fugar de ocio y recreo, frecuentado por visitantes locales, pero incluso por muchos turistas, atraidos por la originalidad de la iniciativa.

Palabras claves: Creatividad, Arte, ldentidad cultural, Valorizacion y Desarrollo del territorio, Turismo.