

## SCHEMA DI PRESENTAZIONE DEL PROGETTO C.T.C.

### Dati Archivio di Stato di Asti.

**Archivio di Stato di Asti** – Via Generale Govone, n. 9 – 1400 ASTI – tel. 0141/531229 fax 0141/599298 – Direttore (dal marzo 2005): Remotti dr Renzo cell. 3358344532 email [renzo.remotti@beniculturali.it](mailto:renzo.remotti@beniculturali.it) sito: [www.archivi.beniculturali.it/ASAT](http://www.archivi.beniculturali.it/ASAT)

### Titolo del progetto.

*Cultura, territorio, cittadinanza.*

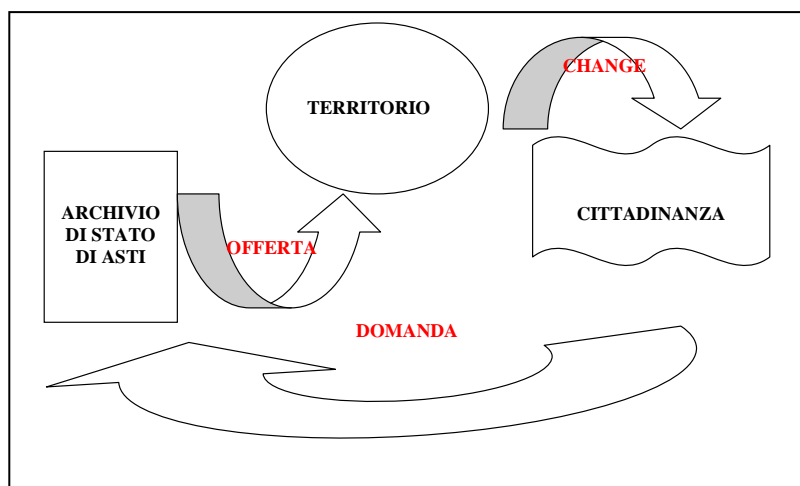
### Descrizione del progetto.

Il progetto che qui si presenta è un modello d'azione strategica di management pubblico volta a rendere fruibile un bene culturale al maggior numero possibile di persone ed offrire un'efficiente strumento concettuale di sviluppo economico e turistico del territorio. Il modello è stato denominato CTC, ovvero Cultura, Territorio, Cittadinanza, è piuttosto semplice e, volendo, permette un'analisi sia quantitativa sia qualitativa.

E' necessario fare una breve premessa, prima di descrivere in dettaglio il modello. L'Archivio di Stato di Asti ha avuto una storia tutta particolare, di cui si deve fare un breve cenno per comprendere le radici del progetto che qui si propone. Nel 1995 dal Ministero per i beni e le attività culturali ha deciso di ristrutturare un complesso intitolato a Sant'Anna, fin dal medioevo convento circostense, restaurato da Benedetto Alfieri nella prima metà del secolo XVIII, caserma militare fino al '900 e infine lasciato in abbandono per diversi decenni. Dopo l'intervento statale fin dal 2000 la sede dell'Archivio di Stato di Asti venne trasferita nel complesso di Sant'Anna.

I locali di alto livello storico-artistico offrivano un'occasione importante per organizzare eventi culturali, ma sfortunatamente a causa dell'immagine tra i cittadini che dipinge gli Archivi ancora come un luogo per addetti ai lavori e poco accessibile, gli spazi del complesso monumentale non erano adeguatamente sfruttati, si organizzavano pochi eventi culturali, scarsa l'affluenza di pubblico.

Il Direttore e tutto il personale (nove dipendenti) decisero nel 2007 di pianificare una strategia, denominata appunto C.T.C. (Cultura, territorio, cittadinanza), con l'obiettivo di "riconsegnare" ai cittadini gli spazi demaniali della sede e farne un luogo di cultura *de facto* pubblico.



Lo schema a lato chiarisce la logica sottesa al modello. L'Archivio produce il bene **Cultura**, che si diffonde nel **Territorio**, richiamando il maggior numero di visitatori, i quali, in quanto fruitori di un bene collettivo, vanno a creare una **Cittadinanza** non tanto in termini strettamente giuridici, ma soprattutto sociologici. Il progetto si rivolge a tutti, cittadini e stranieri. La Cittadinanza a sua volta forma ulteriore domanda

culturale che dovrà essere trasformata in corrispondente offerta. Il nucleo del modello è proprio la cittadinanza, che non è un fatto preesistente, ma indotta da questa stessa azione strategica. Il territorio è solo il luogo, attraverso cui s'individua il bacino d'utenza, ma solo attraverso l'innovazione comunicativa (*change*) si forma l'identità d'appartenenza, appunto la cittadinanza *lato sensu*.

La descrizione di pianificazione della strategia CTC ha seguito le linee guida dettate dalle norme UNI EN ISO 9000/2000 e successive, vale a dire si è suddiviso il lavoro in quattro fasi; PLAN, DO, CHECK, ACT.

### **1. FASE PLAN.**

Si sono stabiliti alcuni obiettivi di breve periodo da realizzarsi entro il 31 dicembre 2008 e precisamente:

1. Aggiornare l'indirizzario, comprendendo le scuole e gli organi di stampa, includendo l'e-mail;
2. Unificare il libro "raccolta firme" per le mostre, le scuole e i visitatori occasionali;
3. Diffusione pubblicitaria delle potenzialità turistiche delle sede dell'Archivio di Stato sul territorio artigiano presso gli enti preposti (specie tra Ente turismo e Comune);
4. Creare una Mailing list da inviare agli interessati in occasione degli eventi;
5. Potenziare il sito della sede;
6. Organizzare eventi con vari enti pubblici e privati, con particolare riguardo a quanti hanno un radicamento sul territorio locale;
7. Aumentare di 30 ore l'apertura della sede, permettendo la realizzazione anche di eventi serali.

### **2. FASE DO.**

Tutti gli obiettivi sono stati raggiunti. Sono già state organizzate due serate musicali, con una buona affluenza di pubblico.

Gli **obiettivi 1 – 4** stanno funzionando bene. Si è fatto leva su due risorse che nel pubblico impiego sono poco utilizzate: la motivazione e la serenità organizzativa. Si è compreso che la sede di lavoro uno spazio che appartiene a tutti i cittadini e che se le energie e le intelligenze di ciascuno confluiscono in un'azione comune ed organizzata il proprio lavoro avrà anche un'utilità collettiva, sarà cioè davvero utile in senso sociale ed economico.

Grazie all'**obiettivo 5** il sito di sede ([www.archiviodistatoasti.beniculturali.it](http://www.archiviodistatoasti.beniculturali.it)) è stato potenziato, tentando di realizzare una sorta di Marketing, nonostante le scarse risorse economiche, di cui si dispone. Dal sito, oltre potersi scaricare i maggiori modelli ad uso dei visitatori, si annunciano gli eventi culturali in programmazione, ci si può iscrivere alla Mail list, appaiono i risultati dell'indagine *Costumer satisfaction*, che periodicamente viene realizzata tra gli studiosi di sala studio. E' è stata inserita inoltre la tabella dell'intensità di Marketing, tratta da un famoso testo di management pubblico. In altre parole si sta tentando di offrire, pur con mezzi limitati disponibili, un'immagine di Archivio più vicino al territorio e ai cittadini.

L'**obiettivo 6** ha permesso accordi con il Polo Universitario di Asti, il Comune, una ditta privata di costumi medioevali (Principessa Valentina), una fabbrica (Wayassauto), la Comunità evangelica, due pittori locali, tre gruppi di musica classica.

### **3. FASE CHECK.**

I dati del I semestre sono più che evidenti. 1100 visitatori (firme visionabili da chiunque), sei eventi culturali, diversi servizi televisivi e articoli sulla stampa locale, una decina di comitive. Al di là dei numeri, tuttavia, si resta soddisfatti soprattutto per la nuova percezione che in Asti si ha dell'Archivio di Stato, che per la prima volta inizia ad essere sentito come un luogo di tutti. Molti artisti vorrebbero ora organizzare altre serate di musica e la gente si è accorta del lavoro

dell'Archivio. Sono in programmazione altri quattro eventi per il periodo settembre – dicembre 2008.

#### **4. FASE ACT.**

Se il gradimento del pubblico continuerà con questo trend (domanda di cultura) e se verrà mantenuta l'autonomia gestionale attuale, l'Archivio continuerà a percorrere questa via (offerta di cultura).

Bisogna sottolineare che tutte le locandine e il materiale pubblicitario è stato messo in essere a costo praticamente zero, grazie al laboratorio di legatoria dell'Archivio di Stato di Asti e alla realizzazione grafica curata direttamente dal Direttore, benché non professionista di questo settore.

Il modello CTC, inoltre, una volta perfezionato, potrà essere utile a tutti gli Istituti culturali e forse diventare una norma UNI di gestione dei beni culturali.

Asti, 5 settembre 2008

**IL DIRETTORE**  
(Renzo dr Remotti)