

PIANO DI COMUNICAZIONE

finalizzato al rafforzamento dell'immagine delle
Aree Naturali Protette della Rete Natura 2000
e del sistema regionale per il periodo

2023/25

LE STRUTTURE COMUNICATIVE DEL PARCO PALEONTOLOGICO ASTIGIANO E DEL MUSEO DEI FOSSILI

In analogia a quanto disposto dalla L.R. 25/2009 per l'organizzazione regionale, l'Ente Parco ha provveduto a dotarsi di strutture e attività di comunicazione istituzionale nel quadro della normativa nazionale sulla comunicazione pubblica, con particolare riferimento alla legge 7 giugno 2000, n. 150 (Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni).

La normativa di riferimento per le aree protette piemontesi è il **“Testo unico sulla tutela delle aree naturali e della biodiversità” (Legge regionale 29 giugno 2009, n. 19)**.

L'articolo 29 della legge, in particolare, si occupa della comunicazione delle Aree naturali protette, stabilendo al comma 2 che: “La Regione coordina le iniziative dei soggetti gestori e fornisce il supporto tecnico e amministrativo necessario a garantire **l'unitarietà della politica di settore, dell'immagine e della comunicazione istituzionale**”.

Al comma 4, lettera d), punto 1), si stabilisce inoltre che la Regione “promuove la conoscenza e la diffusione a fini didattici, scientifici e culturali del patrimonio tutelato attraverso **l'informazione e la comunicazione istituzionale sulle aree protette e la biodiversità**”.

Altro documento di riferimento è la **Strategia Regionale per lo Sviluppo Sostenibile (SRSvS)** che delinea gli ambiti e gli obiettivi che il Piemonte intende perseguire, nel quadro definito dall'Agenda 2030 dell'ONU e dalla Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile. Fine ultimo della SRSvS è la costruzione del futuro del Piemonte, con l'avvio di politiche in grado di affrontare e risolvere le grandi questioni aperte di carattere ambientale, sociale ed economico.

Nella “road map” della Strategia, documento in continuo aggiornamento ed evoluzione, sono previsti sei “ambiti trasversali” tra cui la **sensibilizzazione e comunicazione**.

A proposito tale ambito si legge nel documento: “La transizione verso uno sviluppo durevole è una vera e propria missione. E una missione, se non viene comunicata, non raggiunge il suo obiettivo (...). La **comunicazione** diventa quindi un **supporto strategico** e un'**azione trasversale della Strategia**, sia per il coinvolgimento di tutti gli attori, sia per produrre il cambiamento culturale e di attenzione alla sostenibilità che potenzialmente può determinare la modificazione dei comportamenti di cittadini, istituzioni e imprese (...). Una complessità difficile da comunicare e che rende **sempre più importante il ruolo degli operatori dell'informazione e la costruzione di una strategia di comunicazione** indirizzata a influenzare positivamente i comportamenti, nell'ottica del raggiungimento di un maggior benessere comune secondo l'assunzione diretta di consapevolezza e di responsabilità personali (...)”.

Nel 2022 l'Ente Parco si è potuto dotare formalmente di un pubblicitista, in quanto una dipendente ha terminato il percorso per ottenere i requisiti richiesti dalla norma per svolgere le mansioni giornalistiche (comunicati stampa, organizzazione di conferenze stampa, aggiornamento della newsletter, cura dei rapporti con la stampa) che sono ben chiarite all'interno del Dpr 442/2001 (*Regolamento recante norme per l'individuazione dei titoli professionali del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e di comunicazione e disciplina degli interventi formativi*).

Esempi di rassegna stampa 2023

The collage consists of three main elements:

- Left:** A newspaper clipping from 'La Stampa Asti' with the headline 'Alla corte del leviatano'. The article discusses a new exhibition at the Museo Paleontologico Astigiano dedicated to cetacean fossils. It features a large image of a whale skeleton and a photograph of a group of people at the museum.
- Middle:** A screenshot of a social media post from 'La Stampa Asti' showing the same article. The post includes the title 'I tanti significati della nuova mostra al Museo Paleontologico Astigiano dedicata ai ritrovamenti di fossili di cetacei del Mare Padano' and a thumbnail image of the whale skeleton.
- Right:** A museum poster for 'IL LEVIATANO e LE SIRENE' at the Museo Paleontologico Territoriale dell'Astigiano. The poster features a large illustration of a whale and a mermaid. It provides exhibition dates (starting September 16, 2023), opening hours, and ticket information.

Nello specifico le mansioni si sono concretizzate in:

- Comunicati Stampa e relative fotografie a corredo
- Rassegna stampa su tematiche specifiche
- Gestione canali social
- Articoli per la rivista "Piemonte Parchi"
- Rapporto costante con i media.

OBIETTIVI CONDIVISI CON LE AREE NATURALI PROTETTE REGIONALI

La Comunicazione è finalizzata principalmente a:

- contribuire ad eleggere le Aree protette come luoghi attrattivi per abitare e per lavorare, quali esempi di territorializzazione della Strategia regionale dello Sviluppo sostenibile.
- raccontare la funzione degli EGAP come elementi trainanti di nuove opportunità di sviluppo sostenibile sul territorio
- riposizionare il brand 'parchi piemontesi' e mettere le persone e le relazioni al centro di una nuova narrazione.

LE AZIONI DI COMUNICAZIONE DEL PARCO PALEONTOLOGICO

Di seguito si individuano le Azioni di comunicazione prioritarie per il Parco Paleontologico in funzione delle indicazioni del sistema delle AANNP da sviluppare e migliorare nel triennio di applicazione:

- rinnovare l'identità visuale in cui esplicitare il nuovo valore del Parco ovvero ridefinire linee guida e modalità operative per un'identificazione visiva omogenea con gli altri enti parco e quindi: aggiornare i loghi e i siti web degli enti in linea con le indicazioni Agid.
- definire linguaggi, funzioni, e modalità comuni da integrare nei siti web e nella comunicazione social quale punto di partenza del rinnovamento dell'identità visuale del sistema delle AANNP piemontesi;
- consolidare flussi di comunicazione virtuosi tra Parco e Regione Piemonte, anche attraverso strumenti organizzativi e professionalizzati, quali la Redazione diffusa della piattaforma editoriale 'Piemonte Parchi';
- aggiornare e condividere periodicamente il piano editoriale della piattaforma editoriale "Piemonte Parchi", quale strumento principale e strutturato di informazione e comunicazione naturalistica;
- sviluppare progetti di promozione e di sistema delle AANNP piemontesi;
- promuovere e coordinare la presenza del Parco in eventi di rilevanza regionale e nazionale su temi naturalistici e pertinenti alla sostenibilità ambientale;
- mappare le attività di Comunicazione per costruire un modello di Piano della Comunicazione condiviso, affinché questo Piano di Comunicazione triennale possa diventare parte integrante di un Piano di comunicazione regionale delle AANNP piemontesi.
- migliorare la Comunicazione Aumentativa e Alternativa (CAA) che è il termine usato per descrivere tutte le modalità che possono facilitare e migliorare la comunicazione delle persone che hanno difficoltà ad utilizzare i più comuni canali comunicativi, soprattutto il linguaggio orale e la scrittura. Per il Museo dei Fossili è stata sperimentata una completa guida alla visita di oltre 40 pagine, realizzata con questa tecnologia grazie ad un progetto della Città di Asti, realizzato dai volontari del Servizio Civile Nazionale nel 2016. Nel 2024 verrà totalmente rivista e ristampata con l'aiuto di logopediste esperte.

PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

La Comunicazione interna

Con l'espressione comunicazione interna (o organizzativa) ci riferiamo all'insieme delle "attività che favoriscono e diffondono i valori dell'ente, la conoscenza delle strategie amministrative e l'organizzazione del lavoro". Possiamo intenderla dunque come "messa in comune di esperienze, valori, responsabilità, creazione di identità e di condivisione dei processi organizzativi". In tal senso la comunicazione interna è anche motore dello sviluppo dell'organizzazione e leva strategica nella gestione del cambiamento.

Per una comunicazione efficace è importante agire anche sulla comunicazione interna e sul coordinamento tra i settori coinvolti. L'azione è destinata all'organizzazione nel suo complesso: personale dipendente, collaboratori e organi istituzionali dell'Ente.

Lo scambio di notizie all'interno di un'organizzazione è alla base del successo di un'attività di Comunicazione esterna. La strategia da adottare è quindi lo scambio "sistemico" delle informazioni tra i settori e con gli organi amministrativi su attività interne ed esterne programmate e il loro stato d'avanzamento.

Informare l'organizzazione su eventi fatti e normative che vedono protagonista l'ente, nonché le strategie in corso per la "governance" ambientale, aiuta ad aumentare la consapevolezza al proprio ruolo e sincronizzare gli obiettivi.

L'attività di comunicazione interna è svolta tramite le seguenti azioni:

- Rassegna stampa periodica
- Gruppi Whatsapp
- Pagina del sito con notizie, normativa e i provvedimenti di interesse per le attività del Parco.

Inoltre, la comunicazione interna svolge un ruolo complementare e funzionale rispetto alla comunicazione esterna. Infatti non è possibile ottenere una comunicazione esterna efficace, trasparente e completa se il livello della comunicazione interna non è altrettanto efficace, trasparente e completo.

In termini generali, è possibile mettere in campo azioni di comunicazione su più fronti: formazione su tematiche legate all'organizzazione e alla comunicazione; informazione interna, partecipazione al cambiamento (incontri e condivisione illustrazione di atti e decisioni); disponibilità di strumenti di lavoro, di collaborazione, di comunicazione evoluti, impostati alla condivisione e in grado di far emergere il valore della comunicazione informale accanto a quella formale.

Lo scenario attuale in cui vive la pubblica amministrazione si caratterizza per un forte impulso al cambiamento. Per poter gestire tale processo, occorre poter contare su personale informato, motivato, coinvolto e partecipe del cambiamento stesso e ciò richiede di "rielaborare e far evolvere il sistema di significati e valori dell'organizzazione coerentemente con le nuove linee strategiche".

Appare evidente dunque come in ogni fase del cambiamento la comunicazione interna rappresenti leva imprescindibile, e un piano di comunicazione interna uno strumento necessario.

La Comunicazione Istituzionale

La comunicazione istituzionale si avvale, in primo luogo, di news e comunicati stampa che, in osservanza delle direttive deontologiche relativi agli Uffici Stampa, concretizzano il dovere dell'Ente di informare e il diritto dei cittadini ad essere informati, garantendo trasparenza, conoscenza e partecipazione, contribuendo a mitigare le conflittualità e disseminando germi di adesione culturale e politica e spirito d'appartenenza.

L'azione è destinata ai media, agli amministratori locali, alle imprese e operatori del territorio, ai Parchi Regionali del territorio, ai cittadini.

Comunicazione per il Web e Social Media

Particolare rilevanza per la comunicazione ambientale è assunta dal sito istituzionale, costantemente aggiornato e integrato di nuove sezioni di approfondimento sui temi caratteristici delle attività del Parco e alle attività di animazione di pagine sui social network.

Il Sito Internet www.astipaleontologico.it

Il sito internet è il principale strumento di comunicazione digitale dell'Ente, gestito quasi interamente dal personale interno e aggiornato almeno settimanalmente

La pagina Facebook

La pagina *Facebook* è un altro strumento di comunicazione digitale messo in rete dall'Ente

nel 2013 e seguito da 3.261 follower. Si tratta di un canale di comunicazione che si caratterizza per la reciprocità di scambio attivo con l'utenza.

La Comunicazione nell'ambito del Marketing territoriale

L'azione è destinata ai cittadini, ai visitatori (turisti) locali, nazionali e esteri, agli operatori economici, alle amministrazioni.

Per il Livello Istituzionale, il Marketing territoriale è gestito dall'Ente attraverso i seguenti mezzi:

PROMOZIONE CARTACEA

- dépliant (pieghevoli istituzionale dell'Ente/Museo riguardanti specifici progetti - il Laboratori famiglie ecc...)
- calendario delle iniziative
- pubblicazioni scientifiche
- quaderni didattici

Tutti i materiali stampati devono riportare il logo dell'ente Parco e rispettare le regole dell'immagine coordinata.

PROMOZIONE SUL TERRITORIO

- Bacheche informative dislocate sul territorio. Le bacheche installate in ogni Comune di competenza dell'Ente presentano pannelli informativi sulle emergenze paleontologiche (Geositi), sui principali sentieri per i trekking anche con il QCODE e locandine sulle varie iniziative. Tale materiale informativo, data la sua natura circoscritta nel tempo, viene costantemente aggiornato.

Le attività di Comunicazione per i Progetti LIFE

I Progetti Life hanno una propria Azione di Comunicazione per cinque anni e una struttura che deve proseguire anche dopo il termine del progetto stesso: Sito Web – Pagina Facebook – Comunicati Stampa - Organizzazione di eventi e incontri – Rassegne Stampa. L'ente è partner del Progetto Life WolfAlps EU (LIFE18 NAT/IT/000972) con durata dal 01/09/2019 al 30/09/2026

Cosa comunichiamo? I contenuti

- a) **Trasparenza amministrativa:** nella sezione del sito denominata "Amministrazione trasparente" vengono pubblicati, raggruppati secondo le indicazioni di legge, i documenti, le informazioni e i dati riguardanti l'organizzazione dell'amministrazione, le attività e le loro modalità di realizzazione.
- b) Tutte le **informazioni di servizio:** scadenze, variazioni o modifiche di orario (degli uffici, del museo, ecc...).
- c) **Informazioni sugli uffici, sui procedimenti amministrativi e modulistica:** descrizioni dettagliate e costantemente aggiornate sulle attività degli uffici comprendono anche i nomi dei responsabili e dei referenti, sul loro profilo professionale ecc... Le schede informative relative ai procedimenti, descritti secondo uno schema standardizzato (che tiene conto degli obblighi di legge), compongono tutte assieme una vera e propria guida ai servizi ipertestuale consultabile online, aggiornata in tempo reale e completa di modulistica.

- d) **Decisioni, iniziative e attività dell'amministrazione:** riunioni e i verbali del consiglio. Occorre rilevare che, con l'adozione dell'albo pretorio online e la pubblicazione nel sito degli atti amministrativi, gli atti stessi diventano sempre più spesso il veicolo di informazione immediata verso l'esterno.
- e) **Campagne di comunicazione** legate alle iniziative del museo e ai progetti dei vari settori, siano esse permanenti, ricorrenti, oppure una tantum.
- f) **Eventi e iniziative culturali:** gli eventi organizzati dall'Ente Parco, le mostre in museo, le innumerevoli iniziative culturali come convegni, incontri e presentazioni che si susseguono a Palazzo Michelerio, organizzate o patrocinate dall'Ente Parco, o da altri enti e dalle associazioni.

GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE DEL PARCO PALEONTOLOGICO ASTIGIANO

Per raggiungere gli obiettivi prefissati, la Comunicazione dovrà costruire e utilizzare strumenti ben precisi di seguito elencati.

Una Governace condivisa

Il Parco definisce i progetti di promozione e la linea editoriale dell'informazione in collaborazione e sinergia con la Regione Piemonte. Le attività e la programmazione sono coordinate attraverso il Tavolo di coordinamento in materia di comunicazione e promozione della biodiversità attraverso il gruppo di lavoro denominato "Redazione Diffusa" di cui un Funzionario tecnico dell'Ente Parco Paleontologico con tesserino da pubblicitista fa parte.

La Regione convoca periodicamente il Tavolo di coordinamento in materia di comunicazione e promozione della biodiversità e la "Redazione diffusa", in modalità particolare o plenaria, per condividere i progetti di comunicazione del Sistema delle AANNPP e il piano delle attività.

La "Redazione diffusa" di Piemonte Parchi

La costituzione della Redazione 'diffusa' di Piemonte Parchi e la definizione delle relative modalità di funzionamento, garantiscono la diffusione di informazioni, dal valore scientifico, corrette e verificate e il consolidarsi di una modalità lavorativa collaborativa e identitaria del Sistema dei parchi naturali piemontesi.

Tale Redazione è composta prioritariamente da figure professionali giornalistiche individuate in ogni Ente di gestione, all'interno del Parco Paleontologico è un funzionario tecnico stabilizzato dal 2018.

Il brand journalism

L'uso della tecnica narrativa del 'brand journalism', ovvero raccontare i parchi attraverso espedienti giornalistici, contribuisce a divulgare un messaggio di tutela della biodiversità perseguito grazie alle persone e alle relazioni incardinate nei territori protetti.

La mappa degli stakeholder

La stesura di una mappa degli stakeholder condivisa tra gli Enti di gestione delle AANNPP rappresenta uno strumento di dialogo tra Enti, Comunità dei Parchi e Consulte per la promozione degli Enti, soprattutto se individua gli stakeholder interni (comunità del parco, dipendenti, etc.) dagli stakeholder esterni (residenti, scuole, associazioni ambientaliste, residenti, commercianti, turisti, etc.).

Sito web

Particolare rilevanza per la comunicazione è assunta dal sito istituzionale, costantemente aggiornato e integrato di nuove sezioni di approfondimento sui temi caratteristici delle attività di un Parco Naturale, nonché alle attività di animazione di pagine sui social network. Il principio della trasparenza, inteso come “accessibilità totale” alle informazioni che riguardano l'organizzazione e l'attività delle pubbliche amministrazioni, è stato affermato con decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33. Obiettivo della norma è quello di favorire un controllo diffuso da parte del cittadino sull'operato delle istituzioni e sull'utilizzo delle risorse pubbliche.

In particolare, la pubblicazione dei dati intende incentivare la partecipazione dei cittadini, per i seguenti scopi:

- assicurare la conoscenza dei servizi resi, le caratteristiche quantitative e qualitative, nonché le modalità di erogazione;
- prevenire fenomeni corruttivi e promuovere l'integrità;
- sottoporre al controllo diffuso ogni fase del ciclo di gestione della performance per consentirne il miglioramento.

L'Ente Parco, nel dare attuazione alla normativa sulla trasparenza, concorre alla realizzazione di un'amministrazione aperta, al servizio del cittadino.

Il sito ospita nella sezione “NEWS” sia i comunicati ufficiali sia le rassegne complete degli ultimi anni.

Il sito istituzionale dell'Ente Parco rappresenta il principale spazio informativo e di approfondimento a cui cittadini, visitatori e portatori d'interesse vari possono fare riferimento. Contiene le informazioni di carattere istituzionale e le informazioni utili. Si pone non solo come sito dell'Ente Parco ma anche come sito del Museo: non punta dunque solo sulla comunicazione istituzionale ma dà ampio spazio alla cultura, agli eventi per le famiglie, le conferenze a tema paleontologico svolgendo anche il ruolo di vetrina della sua entità. Fornisce per questo informazioni destinate ai cittadini, agli altri soggetti della comunità, ai visitatori ai portatori d'interesse. I contenuti coprono tutti gli ambiti di competenza dell'Ente e sono attualmente organizzati in **sette macro aree** così denominate: **Ente, Aree Protette, Museo, Didattica, Eventi, News e Contatti**.

Social media

L'Ente Parco utilizza in modo adeguato Internet e i social media per informare, comunicare, ascoltare e dare accesso ai servizi. Attraverso tali strumenti favorirà anche la partecipazione, il confronto e il dialogo con i propri interlocutori. In questi spazi e con queste attività, l'amministrazione intende perseguire finalità istituzionali e di interesse generale.

L'Ente Parco è presente con alcune pagine sui social network come Facebook e Instagram.

Locandine, depliant, volantini

L'ente Parco utilizza regolarmente questo tipo di strumenti di comunicazione cartacei e tradizionali, che fanno parte del mix comunicativo di pressoché tutte le iniziative organizzate patrocinate dall'amministrazione. Manifesti, locandine, inviti, relativi alle iniziative vengono realizzati talvolta anche internamente. Nel caso degli eventi più importanti la realizzazione grafica viene affidata a professionisti esterni, come anche la stampa di materiali di formati particolari (ad esempio i manifesti di grandi dimensioni da affiggere sui supporti presenti in città).

Rassegna stampa (comunicazione prevalentemente interna)

Il servizio di rassegna stampa per le principali testate locali e regionali e viene attualmente realizzato dall'addetta Stampa dell'ente.

Newsletter

La newsletter è un messaggio di posta elettronica che viene inviato periodicamente e gratuitamente ad uno o più gruppi di utenti (scuole, visitatori del Museo, amministratori ecc) . E' uno strumento per trasmettere notizie ed informazioni ad una pluralità di soggetti, in modo semplice, rapido e molto più economico sia rispetto all'invio postale ma anche in confronto alla necessità di mantenere costantemente aggiornata le sezioni "eventi" "notizie "comunicati stampa" del sito istituzionale. L'invio periodico di una newsletter consente di creare e mantenere un rapporto continuo con i diversi stakeholder.

Gli obiettivi sono:

- raggiungere i target di riferimento direttamente "a casa" loro;
- utilizzare gli spazi del periodico per approfondimenti su temi di interesse, con la reale possibilità di dare più informazioni specifiche rispetto ad altri mezzi;
- avviare nuove attività di marketing pubblico su tematiche specifiche

L'Ente Parco attualmente ha una newsletter poco attiva, per cui è previsto un apposito progetto di rafforzamento finanziato nell'ambito delle iniziative Next Gen You di Compagnia di San Paolo Sono stati creati negli anni specifici indirizzi da utilizzare per spedire inviti o pubblicizzare eventi tramite il motore di newsletter Voxmail. Tale modalità di comunicazione verrà gradualmente ampliata e sviluppata per consentire di razionalizzare e standardizzare gli invii mediante potenziamento della piattaforma dedicata.

Sportello forestale di front office

Lo sportello è in prima linea nel rapporto immediato con gli utenti; primo punto di contatto con l'utenza per ogni tipo di segnalazione o quesito di carattere forestale.

Lo sportello forestale gestito dai Guardiaparco rappresenta il primo interlocutore per gli utenti che chiedono informazioni in merito ai tagli boschivi all'interno e al di fuori delle aree protette. È evidente la delicatezza del ruolo di un ufficio che, in contatto continuo e diretto con il pubblico, costantemente risponde a dubbi e quesiti, ascolta gli utenti e fornisce loro informazioni: esso contribuisce significativamente alla costruzione dell'idea che i cittadini si fanno dell'intera organizzazione.

Il passaparola

Si tratta di una forma di comunicazione estremamente efficace: è diffusa, capillare, molto utilizzata, e altamente persuasiva. Può diffondersi a velocità notevole e raggiungere un elevatissimo numero di persone. Esiste anche all'interno di ogni organizzazione, come fonte di notizie alternativa a quelle ufficiali. Ogni piano di comunicazione dovrebbe dunque tener conto del passaparola. Naturalmente non è possibile gestire o controllare questa forma di comunicazione. Tuttavia essa rappresenta da un lato una fonte preziosa di suggerimenti di cui tener conto, ad esempio per quanto riguarda la didattica. Le insegnanti di anno in anno si trasmettono informazioni sull'escursione e visita guidata effettuata al Parco. Tutti gli anni si registra un sensibile aumento tra le insegnati del "passaparola".

Applicativi vari per la pubblicazione di dati e atti

Gli obblighi di pubblicazione previsti dalle norme in tema di trasparenza e pubblicità degli atti sono numerosi e articolati. Una parte di questi dati vengono pubblicati appoggiandosi ad applicativi a ciò dedicati. L'Albo pretorio online serve per pubblicare tutti gli atti che richiedono pubblicità legale: deliberazioni, determinazioni, ordinanze, avvisi, bandi,

notifiche, ecc.. Tale strumento consente di impostare la data di scadenza dell'atto, ma anche di mantenerlo pubblicato sine die: in tal modo si genera una sezione denominata Storico atti che consente di mantenere online un archivio liberamente consultabile di documenti. Utilizzando questo strumento l'ente Parco mantiene tuttora consultabili on line tutte le deliberazioni e tutte le determinazioni dirigenziali.

“Parchi da Vivere ”

“Parchi da vivere” è una pagina web di Regione Piemonte dedicata ai parchi naturali piemontesi che - raggruppando aree protette, zone di protezione speciale e di conservazione, e siti di importanza comunitaria – vuole essere uno spazio ‘virtuale’ attraverso cui accedere al mondo dei parchi: una sorta di finestra che si apre sulla natura, mettendo a disposizione dell'utenza una mappa interattiva con tutte le aree naturali, alcune ultime notizie, l'elenco dei siti web degli Enti gestori delle Aree naturali protette e, naturalmente, le emozioni vissute e condivise da chi frequenta i nostri parchi.

Per questo motivo la Regione Piemonte ha raccolto in un unico spazio web – raggiungibile da <https://parchidavivere.piemonteparchi.it/> - emozioni, immagini, informazioni e localizzazione delle Aree naturali protette: pensando di dare nuovi spunti informativi a chi li frequenta già e di far scoprire i parchi a chi non li conosce ancora, nonostante il nostro Piemonte possa vantare un capitale naturale da fare invidia a tutte le altre Regioni. In questo spazio è presente la pagina del Parco Paleontologico.

UN CASO PARTICOLARE: LA COMUNICAZIONE MUSEALE

Azioni sinergiche

Il museo moderno è un'istituzione chiamata a svolgere un ruolo molto specifico, che – come precisato dall'ICOM (*International Council of Museums*), l'associazione che riunisce la comunità internazionale degli operatori del settore– si sostanzia nell'essere un'organizzazione permanente al servizio della società e del suo sviluppo.

Raggiungere questo obiettivo implica lo svolgimento di una pluralità di attività, che vanno dalla conservazione del patrimonio di cui è depositario un museo alla sua valorizzazione; più specificamente, si fa riferimento alle seguenti tipologie di azione:

- acquisizione
- conservazione
- ricerca
- comunicazione
- esposizione.

Un museo – per essere riconosciuto come tale – non può prescindere dal portare avanti, con la stessa forza, ciascuna di esse. Ciò che il museo offre è infatti un servizio «complesso», i cui elementi costitutivi devono sostenersi reciprocamente, al fine di massimizzare l'efficacia dell'intero sistema di offerta culturale.

Tra le cinque attività identificate dall'ICOM, la comunicazione gioca un ruolo di primo piano, in quanto il museo, attiva costantemente flussi informativi al suo interno e verso l'esterno, consentendo la messa a sistema del patrimonio di conoscenze che detiene e che gli consente di perseguire le finalità didattiche e pedagogiche dalle quali trae la propria legittimazione.

Il processo di comunicazione in ambito museale rappresenta un'attività cruciale per il conseguimento degli obiettivi gestionali e strategici. Tale processo risulta particolarmente complesso, perché si sviluppa su piani differenti, in funzione degli obiettivi perseguiti e delle caratteristiche specifiche dei vari destinatari verso cui è indirizzato.

La comunicazione può essere rivolta sia verso l'interno, indirizzata quindi al personale del museo (e a tutte le persone che, a vario titolo, svolgono attività al suo interno, come i volontari), sia verso l'esterno, in questo caso con la finalità di attivare un flusso informativo nei confronti dei diversi stakeholder con i quali un museo si confronta:

- soggetti istituzionali
- sponsor e finanziatori
- media
- studiosi e utenti professionali
- visitatori e del museo

Il dialogo che il museo riesce ad attivare con il proprio pubblico è uno degli aspetti di maggiore criticità, atteso che il ruolo di tale istituzione è quello di fornire un contributo alla crescita culturale della collettività, attraverso la creazione e la trasmissione del sistema di conoscenze di cui dispone. Tale contributo non può prescindere dall'attivazione di una relazione costante e proficua con le persone che lo visitano e interagiscono con esso, fornendo anche i necessari feedback.

Una relazione di questo genere presuppone una capacità di comunicazione calibrata di volta in volta sulla base delle caratteristiche degli interlocutori di riferimento.

Nei luoghi pubblici, per garantire la completa inclusione di tutti gli utenti, si deve sempre fare attenzione alle informazioni che vogliamo comunicare: ogni dettaglio dovrebbe poter essere completamente comprensibile da tutti, senza differenze né barriere linguistiche.

Tutte le informazioni dovrebbero essere garantite per l'utenza ampliata ma in particolar modo è importante fare attenzione a quelle inerenti all'accessibilità del luogo, ai servizi pensati per le persone con disabilità o bisogni speciali e quelle legate alla sicurezza e all'emergenza.

Comunicazione museale -Pannelli per la mostra temporanea "IL LEVIATANO E LE SIRENE" realizzata nel 2023.

Schemi e immagini evocative non bastano a rendere la comunicazione comprensibile a tutti, il rigore scientifico su un tema complesso - i processi di fossilizzazione - si impone: scelta giustificabile poiché la mostra è rivolta principalmente ad un pubblico scolastico.

IL CAPODOGLIO DI VIGLIANO (AT)

THE SPERM WHALE OF VIGLIANO (AT)



Il capodoglio attualmente vivente è un cetaceo di grandi dimensioni, può raggiungere 18 m di lunghezza e 50 t di peso. È caratterizzato da una testa squadrata che contiene un organo peculiare riempito di un olio chiamato spermaceti. Per questo particolare olio il capodoglio è stato internamente cacciato nei secoli scorsi. Nell'esemplare di Vigliano, la scapola e l'attacco sono virtualmente indistinguibili dalle corrispondenti ossa del capodoglio attuale. Anche l'omero e l'epitracorio mostrano grandi somiglianze con il capodoglio attuale.

Lo studio del reperto suggerisce dunque che Richard e Perona avevano pienamente ragione assegnando il reperto di Vigliano al genere *Physeter*, suggerendo, dunque, che una specie di capodoglio molto simile a quella attuale fioriva nel mare pleistocenico del Mediterraneo. È questa una scoperta unica perché il reperto di Vigliano è l'unico capodoglio fossile del mondo a mostrare un'affinità così stretta con la specie attualmente vivente.

Le dimensioni di scapola, omero e attante suggeriscono che lo scheletro di questo capodoglio fosse lungo intorno ai 8,5 m e che l'animale pesasse intorno alle 25 t.

The currently living sperm whale is a large cetacean that can reach 18 m in length and 50 t in weight. It is characterized by a square head that contains a peculiar organ filled with an oil called spermaceti. For this particular oil, the sperm whale has been repeatedly hunted in the past centuries. In the Vigliano sperm whale, the scapula and ribs are virtually indistinguishable from the corresponding bones of the modern sperm whale. Even the humerus and the sac show great similarities with the current sperm whale.

The study of the find therefore suggests that Richard and Perona were absolutely right in assigning the Vigliano find to the genus *Physeter*, thus suggesting that a species of sperm whale very similar to the current one swam in the Pliocene sea of the Mediterranean. This is a unique discovery because the Vigliano find is the only fossil sperm whale in the world to show such a marked affinity with the currently living species.

The dimensions of the scapula, humerus and atlas suggest that the skeleton of this sperm whale was around 8.5 m long and weighed around 25 t.

A. Capodoglio (*Physeter macrocephalus*) mentre nuota.
A. Sperm whale (*Physeter macrocephalus*) while swimming.

IL SIRENIO DI MONTIGLIO (AT)

THE SIRENIAN OF MONTIGLIO (AT)



Lo scheletro del dugongo proveniente dai sedimenti pliocenesi di Montiglio venne scoperto nel 1828 e costituisce il primo reperto fossile di sirenio studiato in Italia da Bruno nel 1829, che lo attribuì al genere *Cheirotherium*.

Successivamente, il reperto venne illustrato e studiato più volte come elemento di confronto nell'ambito di ricerche volte alla ricostruzione dei caratteri scheletrici, dei rapporti di parentela e delle affinità sistemiche dei sirenii estinti. Gli studi più recenti assegnano lo scheletro di Montiglio alla specie *Metaxytherium subappenninum* che rappresenta l'ultima specie di sirenio che abbia abitato il Mediterraneo e ne collocano l'età intorno ai 3 milioni e mezzo di anni.

I Sireni sono un ordine di mammiferi erbivori acquatici, che attualmente vivono in ambienti marini costieri e in acque dolci della zona tropicale.

Lo scheletro comprende un cranio parziale con una serie di denti separati in otto stadi di conservazione. I denti sono pressoché privi di usura e questo suggerisce che, al momento della morte, l'individuo fosse ancora giovane. Oltre a cranio e denti, sono giunti fino a noi tre blocchi che contengono 11 vertebre allineate e in articolazione insieme con almeno 30 frammenti di coste e una scapola. I resti ossei si presentano schiacciati e fratturati a causa del peso dei sedimenti che sovrastavano lo scheletro.

Pochi anni fa, sono state condotte analisi sulla struttura interna di un dente per ottenere informazioni circa l'alimentazione e la salinità delle acque in cui questo esemplare viveva e è stato dedotto che anche questo dugongo mangiava piante di fondale e viveva in acque con salinità analoga a quella del mare aperto del Mediterraneo.

The skeleton of the dugong from the Pliocene sediments of Montiglio was discovered in 1828 and constitutes the first fossil record of sirenian in Italy studied by Bruno in 1829 who attributed it to the genus *Cheirotherium*.

Subsequently, the find was illustrated and re-studied several times as an element of comparison in the context of research aimed at the reconstruction of the skeletal characters, of the kinship relationships and of the ecological affinities of the extinct sirenians. Recent studies assigned the Montiglio skeleton to the species *Metaxytherium subappenninum* which represents the last sirenian species inhabiting the Mediterranean and suggest that its age was about 3 and a half million years.

The sirenians are an order of aquatic herbivorous mammals, currently living in coastal marine environments or in fresh waters of the tropical zone.

A. Dugong (*Dugong dugong*) su fondale sabbioso.
A. Dugong (*Dugong dugong*) in sandy bottom.

COMUNICARE LE AREE NATURA 2000

La Rete Natura 2000 è il principale strumento della politica comunitaria per la conservazione della biodiversità. E' un approccio innovativo rispetto alle aree protette tradizionali, perché implica uno scambio continuo tra i gestori dei siti e le parti che per un motivo o l'altro sono interessate, o perché coinvolte nelle azioni oppure perché ne subiscono le conseguenze.

Oltre ad avere un ruolo cruciale nel mantenimento della biodiversità, la Rete Natura 2000 fornisce una serie di benefici sociali ed economici, collegati alla conservazione dei servizi ecosistemici, tra i quali la regolazione del clima, la regimazione dei corsi d'acqua e la depurazione delle acque, la salvaguardia degli impollinatori naturali, la conservazione del paesaggio. D'altra parte i primi beneficiari della conservazione dei servizi ecosistemici sono gli agricoltori stessi che - grazie alla ricchezza dei sistemi naturali - possono disporre, ad esempio, di acqua potabile, di abbondanti impollinatori, del controllo delle popolazioni di infestanti (predatori o competitori "utili"). In questo senso la biodiversità è un prerequisito per la produzione agricola. Inoltre il mantenimento di una ricca varietà di habitat (naturali e seminaturali) e fauna selvatica, oltre al paesaggio culturale, è spesso associato ad attività ricreative e al turismo, che sempre più contribuiscono a sostenere l'economia delle comunità rurali.

A causa della carenza di informazione, i siti Natura 2000 sono spesso percepiti dagli operatori economici come limitanti per lo svolgimento delle loro attività sul territorio e per lo sviluppo economico. Per superare questa difficoltà negli ultimi anni sono state messe in campo molte iniziative di sensibilizzazione che hanno avuto al centro la Rete Natura 2000: le campagne di informazione di maggior successo hanno evidenziato come occorra lavorare a stretto contatto con le organizzazioni di categoria di agricoltori ed altri operatori economici, passando attraverso i loro circuiti, organizzando modalità di comunicazione che utilizzino canali consueti a questo tipo di target, organizzando iniziative nell'ambito delle manifestazioni proprie del mondo produttivo.

Esempi di bacheche e pannelli illustrativi delle Aree Natura 2000 dell'Astigiano



LA RETE DELLA COMUNICAZIONE LOCALE (E NAZIONALE)

Oltre all'attività propria l'Ente parco cura rapporti e collaborazioni con operatori dell'informazione sia pubblici che privati quali ad esempio la collaborazione alla redazione della newsletter culturale del Comune di Asti che mensilmente ospita più news relative ad eventi ed iniziative del Parco e del Museo.

Langhe Monferrato e Roero: mensilmente vengono inviate le locandine con le attività organizzate in Museo e nelle aree protette gestite. E' sempre presente la locandina della mostra "Il Leviatano e le Sirene"

<https://www.visitlrmr.it/it/eventi/calendario-eventi/monferrato/ferrere-miele/mostra-il-leviatano-e-le-sirene-asti?day=2024-02-05>

Abbonamento Musei: il Museo fa parte fin dalla sua apertura al circuito Abbonamento Musei Torino Piemonte, garantendo pertanto i requisiti di qualità ed accessibilità richiesti. Il rinnovo della convenzione è avvenuto ad inizio anno.

Portali tematici

- Tripadvisor - Finora l'attenzione principale è stata rivolta a Tripadvisor il principale portale web di viaggi, che pubblica le recensioni degli utenti riguardo hotel, B&B, appartamenti, ristoranti e attrazioni turistiche, ottenendo per il Museo nel 2016 il certificato di eccellenza ed un ranking che ad oggi si attesta a 10 sulle 101 "cose da fare" ad Asti e nell'astigiano.

- Parks.it – e Parchi News

Sarà necessario verificare la completezza, l'aggiornamento dei dati e delle informazioni presenti sul portale dei parchi italiani.

- Account Search Console, Google my Business e Maps

Nel corso del presente piano si prevede di verificare la presenza di nuovi POI su aree e sedi di competenza dell'Ente e l'aggregazione e semplificazione delle numerose schede già presenti, che possono creare confusione nella corretta identificazione dell'Ente, delle aree protette gestite e del Museo.

- Operatori turistici e agenzie-viaggi

Siamo presenti nelle attività di turismo scolastico promossi da diverse agenzie specializzate.

Nel corso del piano di comunicazione si prevede di valutare la presenza e l'importanza di portali in altri settori quali ad esempio:

www.culturitalia.it (sito ministero Cultura)

www.museionline.info

www.famigliealmuseo.it

paleofox.com

www.geoturismo.it

www.geologiaeturismo.it

www.isprambiente.gov.it

(Inventario Nazionale dei Geositi).

È in corso la compilazione delle schede relative ai principali geositi, operazione propedeutica alla candidatura come sito Unesco Global Geopark del territorio dei 72 Comuni che fanno parte del "Distretto Paleontologico Territoriale dell'Astigiano e del Monferrato".

CALENDARIO APPUNTAMENTI 2023

- Conferenze durante tutto l'anno presso la Galleria del museo Paleontologico dell'Associazione MAGMAX
- 08 MARZO 2023 "LE DONNE AL MAGMAX": visita guidata al museo di mineralogia
- 12 febbraio "Darwin Day " laboratori e visite in museo
- 22 marzo evento "Puliamo insieme" gli Stagni di Belangero in collaborazione con Legambiente
- 28/29/30 APRILE 2023 "LE GIORNATE DELLE FIGURINE"
- 02-03-04 GIUGNO "GUSTADOM 2023"
- Molti appuntamenti durante tutto l'anno con il "Bagno di Foresta", una rigenerante Immersione nei boschi della Riserva Naturale Valle Andona e Valle Grande.
- Dal 10 al 12 marzo, partecipazione alla fiera "Bologna Mineral Show", l'Esposizione Internazionale dei Minerali e fossili
- DAL 12 GIUGNO AL 16 GIUGNO 2023 "FESTA COLDIRETTI": PRANZO PENSIONATI – GIORNATA INTERREGIONALE; PRANZO TAPPA MILLE MIGLIA
- 17 giugno convegno per i 30 anni della Riserva Naturale della Val Sarmassa
- DAL 22 GIUGNO AL 02 LUGLIO 2023 "ASTI TEATRO 2023"
- Dal 22 giugno al 02 luglio "ASTI TEATRO 2023"
- 2 luglio "Con la luna e le lucciole: passeggiata notturna nella Riserva naturale della Val Sarmassa"
- 29 luglio passeggiata notturna "A cavallo con la luna" nella Riserva Naturale di Valle Andona e Valle Grande
- 15 agosto FERRAGOSTO AL MUSEO dei fossili per imparare e fare nuove scoperte
- SETTEMBRE: Aperture straordinarie anche serali, in occasione delle manifestazioni cittadine: Palio, Festival delle Sagre Astigiane e Douja d'Or
- 15 settembre inaugurazione Mostra "IL LEVIATANO E LE SIRENE"
- 22 settembre presentazione del libro per ragazzi "I VIAGGI DI MIA: ALLA SCOPERTA DELL'ACQUA"
- 23/24 settembre aperture straordinarie e visite guidate in occasione dell'manifestazione "ARTI E MERCANTI"
- 29 settembre - 1 ottobre 2023 partecipazione alla fiera "Euromineralexpò" presso Lingotto Fiere
- ottobre settimana del pianeta Terra conferenza tenuta da docenti dell'Università di Torino e MagMax
- 23/24 SETTEMBRE 2023 "ARTI E MERCANTI"
- 29/30 Ottobre "Happy Halloween 2023"
- Almeno 2 volte al mese giornate per le famiglie nei Geositi e nella Riserva di Valle Botto.

@@@

Alessandra FASSIO e Graziano DELMASTRO
ASTI - Dicembre 2023