Comunque vada è già un successo. Matera

Cecilia Conti
19 Agosto 2014

Continua la collaborazione con Il Giornale delle Fondazioni - Giornale dell'Arte. Pubblichiamo oggi un approfondimento su Matera, città italiana candidata a Capitale Europea della Cultura 2019 con un'intervista a Paolo Verri, direttore della candidatura

Il Giornale delle Fondazioni
IL GIORNALE DELL'ARTE

Di quale struttura organizzativa intende dotarsi Matera per la governance della candidatura e del proprio programma?

Si sta definendo la creazione di una fondazione per la raccolta e la gestione dei fondi necessari alle due tipologie di interventi: quelli legati alla costruzione dei contenuti, che verranno poi utilizzati dalla fondazione stessa, e quelli legati alle infrastrutture materiali e immateriali, gestiti dagli enti competenti, o da privati chiamati a bando. L'idea di fondo è che una delle eredità della candidatura sia al contempo un programma di azioni definite e condivise, che si attueranno qualsiasi sia l'esito della competizione, con un ciclo di sei anni (2015-2016 formazione, 2017-2018 produzione, 2019-2020 distribuzione), e il rafforzamento della capacità manageriale del territorio, che si sta sempre di più attrezzando con risorse umane di qualità alle sfide del futuro.

Pubblico e privato, locale e internazionale. Quale è la vostra strategia di sostenibilità per garantire al programma mezzi finanziari certi e adeguati?

Per nostra fortuna l’entrata in shortlist ha dato una spinta eccezionale al rapporto con i privati, che sono di tre tipi: i grandi soggetti industriali nazionali e internazionali presenti sul territorio (FIAT, ENI, Total, Italcementi), che al momento ci osservano e che non possono fare scelte fino a quando non sarà scelta la capitale, ma con cui esiste una interlocuzione di qualità; il sistema industriale locale, con cui abbiamo intrapreso già campagne di comunicazione (esemplare quella regalataci dal Biscottificio Di Leo sul Domenicale del Sole 24 Ore); i privati presenti capillarmente nel mondo e in Italia che sostengono Matera 2019 (soprattutto emigrati che sentono la forza delle radici); i cittadini che ci aiutano quotidianamente.

Rispetto ai circa 50 milioni di investimenti previsti da qui al 2022 solo per attività che genericamente definiamo culturali, ma che in realtà includono ricerca, innovazione, tecnologia, creatività, ospitalità, il peso del privato nel sostegno a Matera 2019 è nell’ordine del 20% - una quota molto elevata se pensiamo che al Sud esiste una debolezza strutturale dovuto all’assenza di fondazioni di origine bancaria di peso, assenza molto sentita anche in termini di programmazione finanziaria e di sostenibilità del cashflow annuale in ambito culturale.

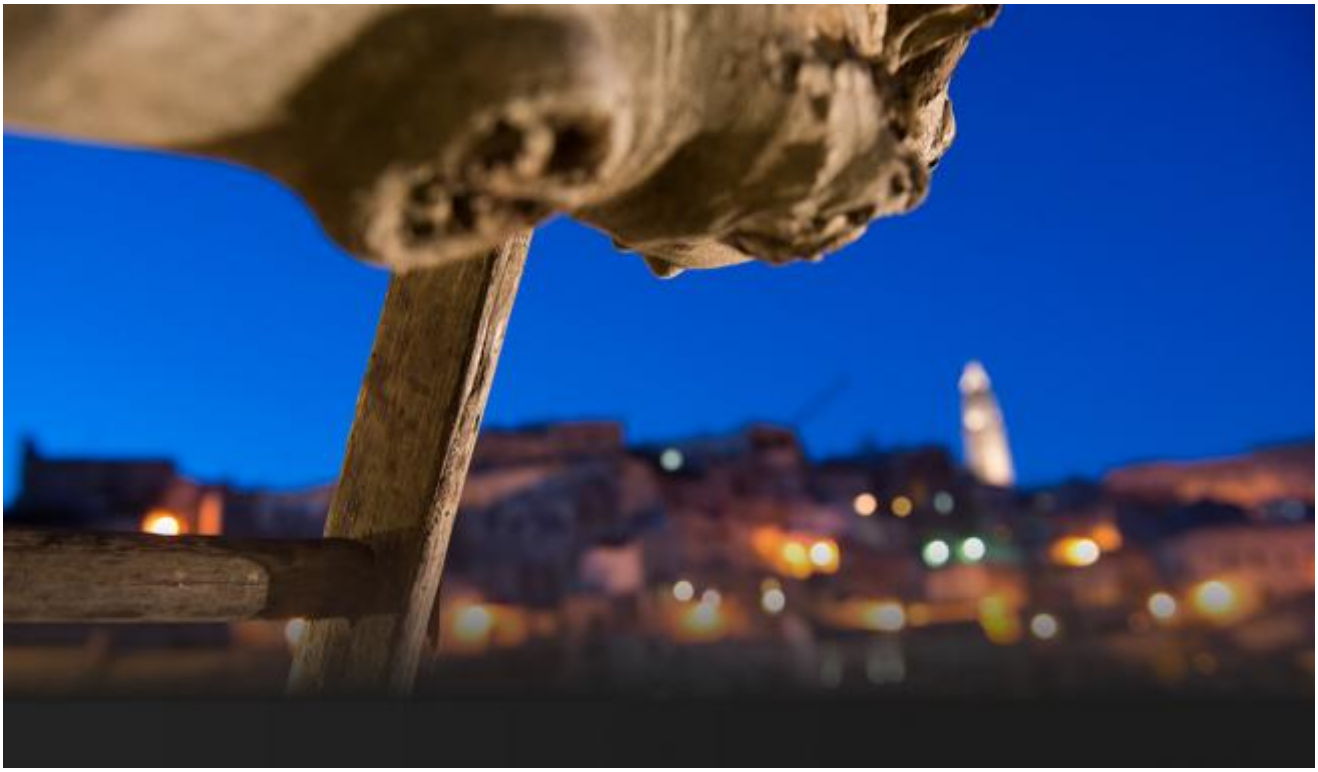
Il coinvolgimento dei cittadini è insieme alla «dimensione europea» il criterio principale su cui viene giudicato il progetto di candidatura e un fattore strategico su cui si gioca il successo del programma, anche in termini di effetti nel lungo periodo. Cosa propone Matera?

I cittadini sono il motore della candidatura. Tutti portano addosso o in borsa la «spilletta» con il marchio della candidatura. La candidatura viene vista come la nuova grande occasione per cogliere il treno della contemporaneità dopo l’ingresso nella lista dei siti UNESCO che risale ormai al 1993, e che ha già portato tanti benefici alla città e al territorio. Scuole, ospedali, imprese, mondo del turismo, oltre ovviamente all’associazionismo culturale, tutti sono coinvolti nel processo di candidatura, come emerge dalle richieste quotidiane per avere il patrocinio su ogni cosa che accada a Matera e in Basilicata. Attualmente stiamo lavorando ad un grande percorso di qualificazione degli spazi verdi e dei balconi dei «nuovi quartieri» costruiti dopo l’esodo dai Sassi. Anche lo sport ha un ruolo fondamentale, così come l’informazione; il dibattito pro e contro cosa si debba fare per vincere è così diffuso da essere centro del protagonismo collettivo della

città.

Non basta essere una città «conosciuta» a livello europeo. Le Capitali Europee della Cultura devono mostrare le diversità culturali, avvicinare i cittadini e aprire nuove opportunità di collaborazione a livello internazionale. Come viene sviluppata la dimensione europea all'interno del programma? Quali i possibili rapporti con la ECoC della Bulgaria?

Per noi l'occasione di dare una dimensione davvero europeo al prodotto culturale lucano e materano è davvero unica. Grazie alla candidatura siamo entrati a far parte di network altrimenti inavvicinabili, concludendo accordi di parternariato con governi nazionali (con l'Olanda, con l'Estonia), con grandi organizzazioni europee (come il Goethe Institut, per il tramite di associazioni locali come Libermedia), con città di grandi dimensioni (come Berlino e Marsiglia), e ovviamente con tantissimi soggetti singoli e collettivi, artisti, organizzatori, operatori del mondo dei media. Con la Bulgaria fin dalla prima edizione del dossier abbia stretto accordi di coproduzione con tutte le città candidate, in particolare con Plovdiv, Sofia, Veliko Tarnovo, e in misura minore con Varna. Utilizzeremo tutti questi contatti per eventi in corso, come è già accaduto nella edizione 2012 di Materadio, e come accadrà nei mesi di settembre e ottobre con una serie di manifestazioni ad hoc – che, sarò sincero, per ora teniamo segrete!



Quali sono i temi e i principali orientamenti del progetto culturale?

Ne sottolineo uno solo, molto forte e molto politico: lavorare al modello di un nuovo «abitante culturale» che prenda il posto dell'homo oeconomicus che ha abitato l'Occidente dal Settecento ad oggi. Ma rimando al nostro dossier, la risposta sarebbe troppo lunga. E' scaricabile in PDF dal giorno in cui l'abbiamo consegnato, su questo segreti non ne abbiamo!

Quali sono i principali progetti infrastrutturali a cui la città intende dare vita (nuove opere, riqualificazione e interventi di conservazione e valorizzazione)?

Anche in questo caso rimando al nostro sito. Desidero citare il valore complessivo, circa 800 milioni di euro, divisi in tre grandi ambiti: infrastrutture culturali locali, infrastrutture di collegamento, infrastrutture immateriali, soprattutto legate al tema delle autostrade digitali. Anche se preferiamo non costruire nulla di nuovo e riqualificare il più possibile, dobbiamo tenere conto che alcune opere sono davvero necessarie per il destino della città e della regione. L'orizzonte di pensiero non è, però, quello di colmare i gap del passato, ma anticipare anche in questi ambiti i trend del futuro.

Il progetto di candidatura prevede interventi di rigenerazione urbana in aree specifiche della città?

Ci sono cinque grandi aree di intervento: spazi per educazione superiore (università), spazi di attività culturali di servizio (centro di restauro), spazi per spettacoli ed eventi (principalmente temporanei e collegati al sistema della cave), manutenzione ordinaria e straordinaria dei quartieri a partire dal sito UNESCO legato a Sassi e Parco della Murgia, lavoro sul verde con grande implementazione delle aree a boschivo (non bisogna dimenticare che Matera è il più grande comune agricolo d'Italia, dove si è firmata la Carta di Matera che va nella direzione dell'integrazione dei sistemi urbani con quelli agricoli!).

Quale è la vostra strategia di comunicazione?

Molto digitale e molto europea. Capillare e massiva. Coinvolgente e razionale. Soprattutto, ha già dato valori enormi alla città, che negli ultimi due anni ha avuto un significativo aumento del 25% dei turisti, che preferiamo definire e coccolare

come «cittadini temporanei». Il fatto di avere in città una autorità riconosciuta della promozione online come Mikaela Bandini, consulente top dell'ENIT, e di lavorare con persone come Alberto Cottica e Roberto Milano è garanzia di innovazione prima ancora che di successo.

Quali sono gli effetti di lungo periodo che il progetto auspica di generare a seguito dell'anno dedicato alla manifestazione?

Far diventare Matera e la Basilicata la piattaforma urbana digitale ineludibile in tutto il sud Italia e tra le top 5 nel sud Europa, come luogo di produzione culturale digitale innovativa. E dimostrare che l'Italia e l'Europa possono – e devono! – ripartire da sud!

logo-matera-2019.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO