

UN NEW DEAL CULTURALE PER I CENTRI MINORI

di Paolo Verri

Non è difficile individuare il perché del successo delle capitali europee e italiane della cultura. Si potrebbe enucleare tutto in un'affermazione molto concreta: con una buona gestione del titolo di "capitale" si possono ottenere importanti risultati economici e discreti successi comunicativi con una spesa relativamente bassa.

Se per organizzare un Expo mondiale servono mediamente 20 miliardi di euro, per un'Olimpiade estiva 15, per una invernale 6, per una capitale europea della cultura si passa da un massimo di 1 miliardo (quanto attivato da Liverpool 2008, poco meno da Marsiglia 2013) fino a un minimo di 200 milioni. Matera 2019, appena conclusasi, ha sviluppato l'intera attività culturale con un progetto costato 50 milioni, a cui vanno ad aggiungersi contributi infrastrutturali (in gran parte non legati direttamente all'evento) per altri 250. Il moltiplicatore di Pil legato a questo investimento è quasi raddoppiato rispetto agli standard. Nomisma e Symbola applicano di solito un moltiplicatore 7; nel caso di Matera, a ogni euro investito ne corrisponde un ritorno pari a 13. Potrebbe bastare il caso specifico dell'investimento in comunicazione: con una cifra pari al 5% del budget, un abitante su tre del pianeta è stato posto in contatto con la notizia di una piccola città del sud Italia divenuta *hub* di produzione culturale innovativa.

Da vergogna a orgoglio d'Italia e d'Europa, come hanno detto pubblicamente i Presidenti Mattarella e Sassoli. Una crescita del turismo pari al 150%, che ha visto protagonisti tutti i cittadini con una diffusione elevatissima di Air-

bnb che, come in molti altri luoghi d'Italia, ha generato molta velocità, ma ovviamente anche qualche distopia urbana. Soprattutto, Matera 2019 ha dimostrato che una piccola città del sud può produrre grandi mostre e spettacoli originali impostando una politica culturale di export e non di import. Matera è oggi riconosciuta come capitale italiana della co-creazione. Artisti sperimentatori come Giorgio Barberio Corsetti, i Forma Fantasma, Liam Gillick, Georg Friedrich Haas, Milo Rau, Pelin Tan, Virgilio Sieni scelgono Matera per creare direttamente con i cittadini un prodotto culturale radicato localmente e pensato globalmente.

Il ministro dei Beni culturali Dario Franceschini, vista la positiva esperienza del percorso di tante città italiane candidate per il titolo del 2019, ha pensato di trasformare in un'opportunità annuale di livello nazionale quanto accade dal 1985 a livello europeo.

Nel caso della capitale italiana i fondi spesi sono ancora minori, frutto quasi esclusivo di un'eccellente forma di relazione pubblico privata. Da Mantova 2016 a Parma 2020, passando per Pistoia e Palermo, si è assistito a un'evoluzione consapevole del valore di investire in cultura per le città italiane di medie dimensioni. D'altronde, a livello globale, il peso della cultura come fattore principale per intraprendere un viaggio di piacere è passato dal 20% del 2009 al 40% del 2019.

Ecco perché ben 44 città – visto il successo di Matera, l'attenzione dei media, i valori economici in gioco – hanno deciso di candidarsi per il 2021. Anno importante, in cui l'Italia ricorderà i 700 anni della morte del Sommo Poeta Dante Alighieri (Ravenna e Firenze sono già al lavoro), ma anche in

cui aumenterà il divario di popolazione fra aree metropolitane e aree interne. Sempre meno giovani sono disposti a vivere in luoghi almeno apparentemente lontani da centri metropolitani in cui trovano non solo lavoro, ma anche e soprattutto relazioni. L'Italia che al 2050 perderà 10 milioni di abitanti può permettersi questo tipo di spopolamento? È possibile immaginare un *new deal* rivolto all'immigrazione qualificata, ai temi dell'invecchiamento, dell'inclusione sociale, del benessere, della qualità della vita, di una vera e propria **rigenerazione umana** a fronte di un sempre maggior impatto delle tecnologie? A quali condizioni?

È con questo tema che si candida Volterra, progetto a cui con grande curiosità ho deciso di aderire, dirigendo un gruppo di esperti coordinato da Ludo Prato. Ma chi deve scrivere un progetto così? Seguendo le indicazioni del Presidente Mattarella, abbiamo deciso di affidarci davvero ai giovani. Ne stiamo selezionando 21 provenienti da tutta Italia che – ospitati dalle famiglie di Volterra – potranno ideare prima e gestire poi i 21 progetti fondanti il dossier di candidatura. Intorno, attiveremo decine di comuni, di associazioni culturali, di piccole e grandi imprese con cui si sta costruendo un piano strategico per i prossimi 20 anni.

I giovani avranno le risorse e le competenze per dare una svolta decisa al futuro di questo territorio largo e inclusivo. Una scelta indipendente dall'esito della gara, che comunque andrà avrà messo in moto un processo positivo sia del punto di vista valoriale che metodologico.

Direttore Fondazione Matera-Basilicata
2019 e della candidatura di Volterra
a Capitale italiana della cultura 2021

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**MATERA INSEGNA
CHE I GIOVANI
POSSONO TROVARE
STIMOLI E LAVORO
ANCHE LONTANO
DALLE METROPOLI**