

**[ LA SFIDA ]**

# Capitali della cultura Unesco un titolo che vale un miliardo

**Eugenio Occorsio**

**L**a paciosa cittadina di Pilsen nella Boemia occidentale, Repubblica Ceca, era ignorata dalle rotte dei turisti se non dai pochi incuriositi dal museo della birra, gloria locale dal lontano 1859. Finché, nel 2015 è stata nominata dall'Unesco "capitale europea della cultura" e si è completamente trasformata: oggi è una città giovane, dinamica, brillante,

piena di ragazzi entusiasti a tutte le ore, sede di startup dell'hi-tech così come di gruppi musicali sperimentali. Identico destino per il borgo medievale belga di Mons, l'altra città scelta dall'Unesco per quell'anno.

segue a pagina 12



**Matera, capitale europea della cultura per il 2019**

## Capitali della cultura, un tesoro dall'Unesco e ora tocca a Matera

CONTO ALLA ROVESCIA PER IL GRANDE EVENTO DEL 2019: 52 MILIONI DI BUDGET PIÙ 210 DI OPERE PUBBLICHE. UN RITORNO SUL TERRITORIO PREVISTO DI UN MILIARDO. UN MILIONE I VISITATORI ATTESI. "C'È UN GRANDE ENTUSIASMO", DICE PAOLO VERRI, A CAPO DELLE OPERAZIONI. GLI ESEMPI ESTERI

**Eugenio Occorsio***segue dalla prima*

**I**n questo caso il declino risaliva addirittura alle distruzioni della seconda guerra mondiale. Non era servito a risollevare l'economia cittadina neanche il fatto di avervi trasferito il quartier generale della Nato dopo l'uscita della sede iniziale di Parigi dall'alleanza nel 1967. Ma l'Unesco ha fatto il miracolo. Ancora: Marsiglia, capitale del 2013, dotata dalle autorità francesi di un super-budget di ben 150 milioni di euro più 600 milioni di investimenti in opere pubbliche, ha colto l'occasione per rifare il *waterfront* e ristrutturare almeno in parte le famigerate banlieu. Anche Liverpool (città Unesco 2008), con un fondo di dotazione di 200 milioni di sterline con l'aggiunta di 300 milioni di investimenti infrastrutturali, ha effettuato interventi importanti sulle periferie che erano altrettanto degradate. Perfino Kosice, semiconosciuta località mineraria della Slovacchia vicino al

confine con l'Ucraina, anch'essa capitale della cultura 2013 (sono due le città scelte ogni anno) è stata portata a inedito splendore con sponsorizzazioni di prestigio come Hilton negli alberghi o Rwe Energy che insieme alla US Steel ha finanziato la costruzione del Kulturpark, un centro culturale supermoderno che da allora è diventato un fulcro permanente di brillanti attività.

Essere scelte dall'Unesco come capitale culturale ha sempre garantito alle città, grandi ma soprattutto piccole, fortuna e successo. Purché ovviamente si siano congiunti due fattori: un po' di storia alle spalle e un comitato organizzatore efficiente in grado di valorizzare il centro urbano in questione. Matera, designata quale capitale della cultura nel 2019 (insieme alla bulgara Plovdiv), ha entrambi. La storia è fuori discussione: i celeberrimi "Sassi", le grotte adatte ad abitazione rupestre fin dal IX secolo (ad allora risalgono camminamenti, canalizzazioni e cisterne tuttora usati), sono già stati riconosciuti nel dicembre 1993 nell'as-



Peso: 1-7%, 12-62%

semblea di Cartagena de Indias (Colombia), patrimonio dell'umanità dalla stessa Unesco, primo sito del Sud Italia a ricevere il riconoscimento. E ora si avviano a una nuova stagione di gloria insieme a tutta una città di 60mila abitanti diventata nel frattempo sede universitaria (il rettore dell'Università di Basilicata, Aurelia Sole, è presidente del comitato promotore Matera 2019), centro agricolo con eccellenze quale il grano duro (onde l'altrettanto famoso "pane di Matera"), culla di un raffinato artigianato dalle lavorazioni in terracotta al ferro battuto.

«Noi siamo già pronti», afferma carismatico di entusiasmo Paolo Verri, un'esperienza organizzativa di grandi eventi cominciata con il Salone del Libro e proseguita con le Olimpiadi di Torino 2006 e l'Expo di Milano 2015, direttore generale del comitato promotore che ora si è dato la veste giuridica di Fondazione Matera-Basilicata 2019. Verri ci fornisce subito le generalità finanziarie dell'operazione: «Il budget dellevento in senso stretto è di 52 milioni: 25 li mette la Regione Basilicata, 11 il governo, 5 il Comune, 6,5 sono quanto contiamo di ricavare dagli sponsor, gli ultimi tre milioni e mezzo rappresentano le entrate stimate da biglietti e vendite di diritti vari». I primi di questi diritti sono stati già venduti, per una cifra simbolica a dire la verità, alla Rai: trasmetterà in diretta la cerimonia inaugurale alle 19 del 19 gennaio 2019. «Sarà un grande evento musicale, con 2019 musicisti, tanto per restare su questo numero, provenienti dalle bande musicali dei Comuni d'Italia. Terranno un concerto di musica italiana con un direttore di prestigio che stiamo selezionando». Dopodiché, via con gli eventi: quattro grandi mostre, dedicate all'architettura rupestre, alla poetica dei numeri primi, a una rilettura del Rinascimento in chiave meridionalistica, all'osservatorio dell'antropocene ovvero alle modifiche che subisce il pianeta. E poi 500 fra incontri, concerti, convegni, seminari culturali. «Ci aspettiamo un milione di visitatori nei 12 mesi», dice Verri, che puntualizza: «Matera deve lanciarsi fra le mete turistiche italiane senza però diventare preda di un turismo di

massa incontrollato, tipo Venezia per capirsi, perchè merita di mantenere un'identità culturale più raffinata».

Giovedì scorso è iniziata la fase più delicata: presentando il progetto a una comunità di ceo di aziende dei più diversi settori, Verri e il ministro Franceschini hanno avviato la ricerca degli sponsor. Non è semplice: nelle precedenti occasioni (dall'85 ad oggi sono state 62 le capitali della cultura) non sempre le sponsorizzazioni sono state all'altezza delle aspettative: se è vero che nel 2013 a Marsiglia si arrivò al 15% del budget, nel 2014 la svedese Umea totalizzò 3,5 milioni di euro, l'8% del budget, nel 2015 Mons arrivò a 3,8 milioni ovvero il 5% e Pilsen a 1,2 milioni (6,4%). Nel 2013 la già ricordata Kosice raccolse meno di un milione di euro, l'1% del budget totale, ma in quel caso si dette la colpa alla scarsa cultura della sponsorizzazione privata in Slovacchia legata all'assenza di agevolazioni fiscali. Però compensò con le sponsorizzazioni tecniche, cioè con la fornitura di servizi d'eccellenza da parte di aziende prestigiose. «Noi abbiamo messo in preventivo il 13% del budget, e visto l'interesse (erano 150 i manager presenti alla conferenza di giovedì, da Fca a Mercedes, da Google a Oracle fino alle Poste e a una moltitudine di aziende locali, ndr) direi che ci arriveremo senza problemi», commenta Verri. «Quello che fa la differenza - puntualizza il direttore di Matera 2019 - sono le opere pubbliche connesse con l'evento, che di regola sono importanti e lo saranno anche a Matera perchè resteranno lì». La settimana scorsa è stato inaugurato un tratto di 20 chilometri della superstrada a 4 corsie Bari-Matera che quasi completa l'opera («Manca solo un ultimo tratto alla periferia di Bari che stanno completando», precisa Verri), e sul fronte ferroviario che tanta ironia aveva suscitato nella stampa internazionale compresa la *fake news* che a Matera non ci fosse la stazione, la situazione volge al meglio: «A regime si potrà raggiungere la città con mezz'ora di pullman dalla stazione di Ferrandina sull'alta velocità Roma-Taranto, oppure con le ferrovie apulo-lucane in un'ora da Bari: stiamo trattando per ridurre le stazioni di fermata

da 13 fino a una sola, quella di Altamura, con un taglio dei tempi di percorrenza». Dall'aeroporto di Palese ci sarà anche l'alternativa di prendere un bus navetta diretto, a cui è stata interessata l'Alitalia. Le opere pubbliche connesse con l'operazione ammontano a 210 milioni: 90 per le infrastrutture urbane e 120 per la mobilità. «L'impatto positivo sul territorio supererà il miliardo».

Quello fa veramente ben sperare è l'accoglienza internazionale favorevole che Matera ha riscosso fin dai tempi della candidatura: il turismo già ha avuto un'impennata del 152% fra il 2012 e il 2016 fino a superare i 500mila di visitatori e si punta come si diceva al milione nell'anno dell'evento. Il sito Internet di riferimento in soli 12 mesi (nel 2014, anno dell'assegnazione) ha raggiunto i 160 mila utenti unici, molte aziende locali come il biscottificio Di Leo, quinto gruppo italiano del settore, hanno conosciuto una proiezione internazionale quale non si sarebbero mai immaginate. I tempi sono accelerati, e non a caso il programma è già pronto, per evitare i problemi di *fundraising* di cui si parlava: in diverse occasioni gli organizzatori aspettavano a finalizzare il programma culturale per avere conferme sull'entità delle sponsorizzazioni, e gli sponsor aspettavano che il programma fosse finalizzato prima di confermare il proprio contributo. «Invece qui tutti sono già motivatissimi prima ancora di cominciare. Ora siamo impegnati nella costruzione di un network paneuropeo di iniziative che avranno un riferimento su Matera: l'ultima partnership l'abbiamo siglata con Malta: lo sapevate che Caravaggio ha dipinto il S.Giovanni decollato nel 1608 a La Valletta?»



Peso: 1-7%,12-62%





1



2



3

**Paolo Verri**, direttore della Fondazione Matera-Basilicata 2019 (1); **Aurelia Sole**, rettore della Università di Basilicata e presidente della stessa Fondazione (2); **Dario Franceschini**, ministro della Cultura (3)

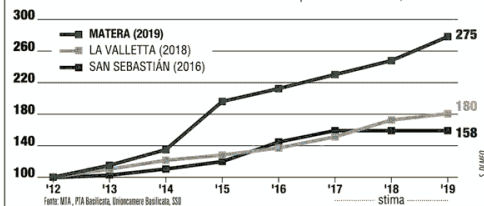


**[2019]**  
**MATERA**  
**ITALIA**  
È la quarta città italiana capitale europea dopo Firenze, Bologna e Genova. La prossima sarà nel 2033

**[2019]**  
**PLOVDIV**  
**BULGARIA**  
Capitale in parallelo, sta organizzando alcune iniziative in comune con Matera

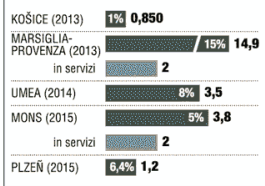
**LA CRESCITA DEL TURISMO A MATERA**

Andamento del flusso turistico in 3 città nominate Capitali della Cultura; 2012 = 100



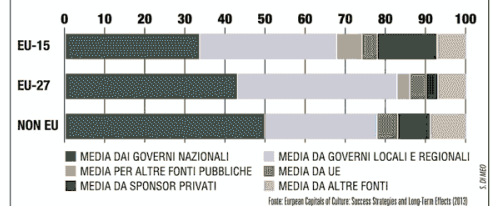
**I FINANZIAMENTI ALL'ESTERO**

Totale entrate da sponsor, in milioni di euro e % del budget operativo



**LE FONTI DI FINANZIAMENTO PER LE "CITTÀ UNESCO"**

Media % 1985-2012



In alto, i celeberrimi "Sassi" e il centro storico di Matera, capitale della cultura dell'Unesco nel 2019



Peso: 1-7%,12-62%