

BILANCIO CONSUNTIVO 2012

RELAZIONE

Attività e Risultati in Sintesi

Il Comune di Matera, a partire dalla seconda metà del 2010 e anche grazie all'iniziativa svolta da un gruppo di volontari che già in precedenza aveva dato vita ad una associazione con l'intento di promuovere la candidatura di Matera a Capitale Europea della Cultura per il 2019 (ECOC), ha deciso di elaborare il percorso di candidatura. A tale scopo il 17 gennaio 2011 si è tenuto presso il Comune di Matera il primo incontro di coordinamento istituzionale e tecnico per la candidatura di Matera a Capitale Europea della Cultura per il 2019, indetto dal Presidente della Regione Basilicata e dal Sindaco del Comune di Matera. All'incontro hanno partecipato: le principali istituzioni del territorio regionale, nelle figure di Vito De Filippo, Presidente della Regione Basilicata, Salvatore Adduce, Sindaco del Comune di Matera, Vito Santarsiero, Sindaco del Comune di Potenza, Francesco Stella, Presidente della Provincia di Matera, Piero Lacorazza, Presidente della Provincia di Potenza e Alfredo Ricci, in rappresentanza del Presidente della Camera di Commercio di Matera.

Erano inoltre presenti i seguenti esperti coinvolti nella preparazione della candidatura: Paolo Verri, Franco Bianchini, Antonio Calbi, Pietro Laureano, Alberto Versace e Rossella Tarantino. Era presente anche Francesco Salvatore, Presidente dell'Associazione Matera 2019. Alla riunione parteciparono, tra gli altri, anche gli Assessori alla Cultura e Turismo del Comune e della Provincia di Matera, i Presidenti del Consiglio Comunale di Matera e del Consiglio provinciale di Matera, il Sen. Filippo Bubbico. L'incontro sancì l'impegno della Regione Basilicata, del Comune di Matera, del Comune di Potenza, della Provincia di Matera, della Provincia di Potenza e della Camera di Commercio di Matera a sostenere unitariamente la candidatura di Matera a Capitale Europea della Cultura attraverso un Comitato istituzionale. Contestualmente, tale Comitato ha dato il via al Gruppo di lavoro Tecnico, composto dagli esperti di grande prestigio internazionale summenzionati, e coordinato da Rossella Tarantino e da Paolo Verri.

Nel corso degli primi mesi del 2011 ed in vista della puntuale organizzazione del Comitato con l'implementazione delle attività, il Comune di Matera con il coordinamento del Sindaco e della Giunta e la collaborazione del dr. Verri e della dott.ssa Tarantino, ha svolto molte iniziative promozionali che hanno dato visibilità alla città e al progetto di candidatura. A tal proposito è utile ricordare la predisposizione del logo della candidatura tramite pubblicazione sul sito www.bootb.com di apposito bando a cura e spese del Comune di Matera e la prima edizione di "Materadio", la Festa di Radio3, che proprio a partire dal settembre 2011 è divenuto ormai un appuntamento tradizionale a Matera consolidando il rapporto della città con il canale culturale più importante nel panorama dei mezzi di informazione. Le spese per far fronte a questa prima parte

dell'attività di promozione sono state sostenute interamente dal Comune di Matera e sono riscontrabili nel Bilancio del Comune stesso.

Il 29 luglio del 2011 presso il Palazzo Lanfranchi di Matera con atto a rogito del Notaio Brunella Carriero è stato costituito da Regione Basilicata, Comune di Matera, Provincia di Matera, Provincia di Potenza, Comune di Potenza, Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Matera, Università degli Studi della Basilicata il Comitato Promotore della Candidatura di Matera a Capitale Europea della Cultura per il 2019. Il Consiglio di Amministrazione del Comitato ha nominato il Sindaco di Matera Presidente del Comitato e Direttore il dr. Paolo Verri.

Il Consiglio di Amministrazione del Comitato "Matera 2019" si è riunito 4 volte nel corso del 2012.

Sono state numerosissime le attività programmate e realizzate dal Comitato così come previsto nel Piano Operativo approvato nella riunione del cda del 16 dicembre 2011. Le diverse iniziative sono state pensate anche in vista della pubblicazione del bando ECOC avvenuta nel dicembre 2012.

Le attività, in sintesi, si possono enumerare come segue:

- Creazione del sito www.matera-basilicata2019.it
3 riunioni del Comitato scientifico: 15 giugno, 23 e 24 luglio, 26 novembre;
- 2 incontri pubblici con la cittadinanza: 30 gennaio e 23 e 24 luglio;
- 1 evento finalizzato al racconto delle peculiarità e delle identità dei quartieri della città: La Martella 30, 31 luglio e 1° agosto;
- 2 eventi nazionali organizzati: Materadio dal 21 al 23 settembre, FoF dal 18 al 20 ottobre;
- 4 presentazioni internazionali: Guimaraes dal 22 al 24 giugno, Avignone 20 e 21 luglio; Sofia 11 e 12 dicembre; Bruxelles 15 e 16 ottobre;
- 10 presentazioni nazionali: Torino, Bologna, Vigevano, Ravello, Ravenna, Roma, Firenze, Barga, Lecce, Milano
- Lancio "Italia 2019": Roma MIBAC CIDAC 13 novembre
- 20.000 persone coinvolte direttamente
- Oltre 10.000.000 Contatti indiretti
- Creazione gruppo di volontari
- Creazione di un web team di volontari
- Un avviso pubblico per selezionare risorsa umana full-time (segreteria)

A livello internazionale la notorietà di Matera come meta turistica è cresciuta registrando il doppio del numero di articoli di stampa e media rispetto all'anno precedente, anche sulla spinta della candidatura. È stato inoltre potenziato un processo di abilitazione della scena creativa lucana al fine di poter rafforzare i legami europei e le capacità produttive e manageriali degli addetti ai lavori (in linea con l'approccio che vuole Matera come luogo di coproduzione). Il 2012 è stato inoltre l'anno in cui la candidatura è divenuta nota e diffusa presso la cittadinanza (candidatura

come pietra di paragone, nel bene e nel male). Sono stati identificati i filoni narrativi con cui costruire dossier. Si sono infittite le relazioni diffuse con la comunità culturale e scientifica, sia locale, che nazionale e internazionale, a supporto della candidatura. Sono stati avviati i primi strumenti di comunicazione, con un intenso lavoro sugli strumenti social fatto esclusivamente con apporti professionali volontari noto come il *web team* (App di Matera 2019, pagina FB, Twitter ecc.). Per avviare le attività è stato prima necessario allestire una “casa” di Matera 2019 e, in collaborazione con il Comune di Matera, si è proceduto alla messa in funzione ed allestimento del Palazzotto del Casale nel cuore del Sasso Barisano, operativo a partire dal mese di giugno 2012.

La spesa sostenuta per l’allestimento ammonta a € 11.309,67.

Quest’ultimo è subito divenuto un luogo aperto e operativo, messo anche a disposizione per incontri pubblici (i.e. aperitivo E io ci sto!, letture pubbliche in occasione della tappa dei Camminanti di Italia, Summer School di Rena, Gezziamoci, conferenza stampa Porto Argonauti, ecc.)

Struttura organizzativa

La struttura organizzativa del Comitato Matera 2019 è formata dalle seguenti risorse umane a carico del Comitato: un direttore di candidatura con contratto part-time, un responsabile di segreteria con contratto full-time (da maggio 2012), un collaboratore part-time per le pratiche amministrative per una spesa complessiva annua di € 190.651,01, comprensiva degli emolumenti del Direttore del Comitato nell’anno 2011 pari a ca. € 25.000,00 e di tutti gli oneri riflessi. **In definitiva, le retribuzioni a favore del personale per il 2012 ammontano a € 99.151,96 lorde.**

Inoltre, di grande importanza è l’apporto delle risorse umane messe a disposizione gratuitamente dalla Regione Basilicata - dott.ssa Tarantino, supporto tecnico per coordinamento studi e progettazione europea; dal Comune di Matera - dott. Serafino Paternoster, addetto stampa e vari supporti logistici di segreteria; e l’apporto della dott.ssa Tiziana Carlino messa a disposizione dalla Camera di Commercio di Matera in forma di cofinanziamento.

Preparazione del Dossier

L’attività principale del Comitato è la preparazione del dossier di Candidatura e il 2012 è stato l’anno in cui tale lavoro ha preso avvio in modo intenso e approfondito. A partire dallo studio affidato al gruppo di lavoro del Prof. Bianchini e del prof. Bollo della Fondazione Fitzcarraldo, si è proceduto ad una presentazione pubblica dello studio di benchmarking, con l’identificazione dei punti di unicità di Matera e della Basilicata e dei filoni narrativi del dossier. Si sono inoltre tenuti workshops tematici per approfondire le narrative di Matera 2019.

Successivamente, si è effettuata una prima mappatura e lettura degli interventi di rigenerazione urbana realizzati o in fase di realizzazione che vanno nella direzione di Matera 2019; si sono effettuate numerose interviste con stakeholders (emergenti o affermati di vari settori) volte ad

acquisire spunti e punti di vista sulla candidatura e, per aumentare la partecipazione dei cittadini, è stata progettata la costruzione wiki del dossier, ovvero una piattaforma che coinvolga stakeholders e cittadini –residenti in Basilicata o nel mondo- in una community web che è poi stata messa online agli inizi del 2013.

La spesa sostenuta nel 2012 per la prima parte del lavoro preparatorio del dossier di candidatura ad opera del Comitato scientifico ammonta a € 34.048,77.

Nelle azioni e nella comunicazione si è sempre perseguito l'obiettivo della trasparenza ed apertura fortemente qualificante anche ai sensi di un Sud diverso.

Per quanto riguarda la scena creativa lucana, si è lavorato all'abilitazione (Capacity building) della stessa per rafforzare il ruolo di Matera e della Basilicata quali luoghi fortemente attrattivi per coproduzioni tra artisti internazionali e lucani. In tale ambito, proseguendo il lavoro del progetto Visioni Urbane, si collocano:

- Materadio (lavoro congiunto di artisti locali ed artisti europei e italiani)
- FoF (occasioni di networking e professionalizzazione)
- Medimex (le imprese musicali e organizzatori festival musicali lucane invitate sotto stand Mt 2019)
- Collaborazione con Casabella

Coinvolgimento cittadinanza e soggetti pubblici e privati

Al fine del coinvolgimento della cittadinanza, oltre alla pianificazione di un progetto ad hoc – “La Basilicata si mette in gioco” con il contributo della Banca Popolare del Mezzogiorno – da realizzare attraverso procedura pubblica, nel corso del 2012 sono state realizzate:

- Interviste (partecipanti workshops, Matera è Fiera, festa degli studenti, evento la Martella).
- Incontri con le scuole (9 maggio, festa degli studenti con incontro su cittadinanza attiva in Europa e wikicrazia, Fof «da grande voglio fare il direttore di Festival», ecc.)
- Prima esperienza del lavoro di animazione territoriale a La Martella: in stretta collaborazione con gli abitanti e l'associazione che li rappresenta e l'Ordine degli Architetti;
- Presentazioni pubbliche (Matera è Fiera, Comitato Unesco, etc.)

A livello di istituzioni pubbliche e private, inoltre, si è interagito con un alto numero di soggetti che vanno dall' Unione Europea (Commissioni, dg, uffici) al Governo Italiano, al MIUR, MIBAC, MISE (progetto Cultural Heritage). Si è interagito con diverse Regioni, province e città italiane (Vigevano, Barga, Pisa, Taranto, Roma etc.) e con i seguenti soggetti:

- Sistema Camere di Commercio (progetto Turismo Città Unesco)
- Società energetica lucana

- Sviluppo Basilicata
- Associazione Parchi della Basilicata
- Ordine degli Architetti di Matera
- Ordine degli Agronomi
- Fondazione Cresco
- Fondazione Nitti
- Fondazione Olivetti
- Associazione Rena
- Lucana Film Commission
- Comunità Visioni urbane e relativi comuni
- Comitato Festa della Bruna
- Mondo della cultura (Teatri uniti, Onyx, Women's Fiction Festival, Cinefabbrica, Arteria, Energheia, etc.)
- Mondo dello sport (Trofeo Scirea, Mini basket in piazza, Federation Internationale Cinema Television Sportifs)
- Progetto Stella d'Italia (Ass. Falco Naumanni)
- Associazione La Martella
- Associazione Basilicata Cori
- Comunità murgiana, Altamura, Gravina in Puglia, Santeramo, etc.
- Ente Parco delle Chiese Rupestri e della Murgia Materana e Cea
- Mondo privato: Dichio, Porto degli Argonauti, Banca Popolare del Mezzogiorno, Telecom, Eni, Fiat, etc.

In conclusione, è possibile affermare che il Comitato è diventato uno dei punti di riferimento, una delle bussole con cui orientarsi e con cui confrontarsi su e per Matera.

I Progetti Pilota: Materadio 2012 e Festival of Festivals

Il progetto pilota Materadio si è confermato anche per la seconda edizione un progetto di successo poiché non si configura semplicemente come un Festival Internazionale con la maggiore industria culturale del nostro paese (RAI), ma come un'iniziativa che ha consentito di arricchire di spunti e disegnare nuove prospettive sul dossier di candidatura; ciò è avvenuto soprattutto per la dimensione europea data quest'anno all'evento e per lo spessore degli ospiti presenti. I punti di forza possono così essere sintetizzati:

- tema forte: l'Europa vista da qui
- ospiti da tutta Europa: capitali europee della cultura del Nord (Turku 2011), dell'Est (Guimaraes 2012), del Sud (Marsiglia 2013) e dell'Ovest (Sofia città candidata 2019).
- programma vario e ricco di eventi (conversazioni filosofiche, concerti di musica classica e dj session, performance culinarie e spettacoli teatrali pluripremiati, letture condivise del Manifesto di Ventotene e ritratti sonori, workshop con giornalisti principali testate europee e intellettuali, ecc.)
- Primo evento in Basilicata che si svolge su scala europea e in contemporanea su 5 luoghi della regione, i cinque centri della creatività di Visioni Urbane (tutto in diretta radiofonica)
- La scena creativa lucana e la scena creativa europea hanno lavorato insieme
- Amplificazione del dibattito su base nazionale e su base europea (con le radio partecipanti)
- Grandissima partecipazione di pubblico dal vivo (10.000 a Matera e in Basilicata) e in diretta radiofonica (più di un milione al giorno per tre giorni in ascolto, oltre ai contatti web)
- Grande visibilità, Radio 3 mondo
- che parla delle città ECOC
- 72 ore di trasmissione
- Interviste e trasmissioni su Matera 2019 sulle radio europee
- Prima prova di lavoro congiunto degli operatori turistici (coordinamento Mt 2019 con CCIA di Mt e Comune per creazione di pacchetti turistici congiunti per Materadio-ottima risposta operatori)
- La sfida del 2013: Materadio offre la vetrina di coproduzioni lucane ed europee.

La spesa sostenuta per Materadio 2012 ammonta a € 186.886,41 interamente rendicontata alla Regione Basilicata sul PIOT 2012.

Anche il progetto pilota Festival of Festivals ha rappresentato una ottima opportunità per il territorio nel lavoro per la candidatura. L'evento ha infatti trasferito a Matera il raduno di tutti i festival italiani, con workshops e momenti formativi. Per la prima volta Festival of Festivals si è spostato da Bologna. I punti di forza del progetto possono così essere sintetizzati:

- presenza di oltre 150 organizzatori di Festival;
- Manifestazione di interesse per lanciare proposte di coproduzione tra organizzatori nazionali/lucani;
- Occasione di formazione, networking, visibilità per 93 organizzatori di festival lucani;
- Offerti voucher gratuiti del valore di € 400,00 cadauno a 25 organizzatori lucani per momenti formativi;



- Premi;
- Visibilità e posizionamento nazionale ed internazionale grazie a presenza di importanti relatori (i.e. Lufthansa e Luxottica, Fondazioni Bancarie, ecc.).

La spesa sostenuta per Festival of Festivals ammonta a € 88.438,81 di cui € 69.998,19 finanziati dalla Regione Basilicata.

Networking Europeo e Nazionale

Anche per la creazione e rafforzamento di un networking europeo e nazionale si sono fatti molti passi che possono essere così elencati:

Posizionamento e visibilità europea:

Presentazione Matera 2019 a

- Guimaraes (rete di capitali europee della cultura di piccole dimensioni)
- Avignone
- Bruxelles

Partenariato Europeo di Materadio

Bulgaria:

2011 Open Days e partecipazione a Sofia

2012 progetto con Università e Sofia Architecture Week

Materadio con radio Bulgara e gruppo musicale bulgaro (Sofia Soloist)

missione Sindaco a Sofia

FoF ed Open Days: cooperazione con Varna, Bulgaria

Posizionamento e visibilità nazionale

- Ravenna
- Ravello Lab
- Florens
- Roma / CIDAC
- Italia 2019

La Comunicazione e la Lobby

La Comunicazione a mezzo stampa, radio, Tv e nuovi media, le azioni del Comitato sia a livello nazionale che locale è stata costante e assidua, pur con scarsi mezzi a disposizione. Le azioni portate avanti possono essere riassunte come segue:

- Forte presidio sui media nazionali tramite interventi e interviste (Sole 24 ore, Radio Due, Radio Tre, etc.)
- Pubblicazione dello studio di Benchmarking Bianchini
- Pubblicazione opuscoli in italiano ed in inglese (distribuiti a tutti gli eventi)
- Sito internet e canali social attivi (facebook, twitter, instangram, you tube)
- App Matera 2019- scaricabile gratuitamente sia per iPhone che per Android
- Web team: un gruppo di 30 volontari, composto da persone che operano per lo più a livello professionale nel settore della comunicazione
- Video incontri pubblici («E io ci sto!», La Martella, ecc.)
- Matera “vestita” da 2019

La spesa complessiva per comunicazione e promozione ammonta a € 95.061,16 di cui 53.358,87 comunicazione a livello locale e regionale 41.702,29 nazionale e internazionale.

Conclusioni

La notorietà della città in virtù della sola candidatura è quantificabile per difetto a cifre pari a:

- 10.000.000 di contatti radiofonici
- Qualche milione di contatti televisivi nazionali
- Oltre 100 ritagli di stampa nazionale di sempre maggior pregio

Considerati tali numeri e i dati della spesa a bilancio è possibile quantificare il “costo-contatto” in € 0,05/contatto. Una cifra assolutamente irrisoria. Si ritiene che l’impegno del gruppo di lavoro del Comitato Matera 2019 con il supporto del Comitato Scientifico e di tutte le istituzioni che lo compongono abbia prodotto ottimi risultati con un corretto impiego delle risorse messe a disposizione.

Il 2012 si chiude con un avanzo di gestione pari ad € 33.908,16.

Le componenti positive di reddito sono determinate prevalentemente dai contributi degli Enti soci per un ammontare di € 637.124,42. Al 31 dicembre 2012 risultano però ancora crediti per € 291.886,41, costituiti da € 186.886,41 da Regione Basilicata PIOT 2012 (Materadio) e 105.000,00 da contributi non ancora versati al 31/12/2012 da parte di soci (Comune di Matera 50.000,00; Comune di Potenza 20.000,00; Provincia di Potenza 20.000,00, CCIAA di Matera 10.000,00) e da RAI per Materadio 5.000,00.

Il Presidente

Sen. Salvatore Adduce