

5 domande
a
Paolo Verri
Comitato Matera

«Così Matera ha conquistato il turismo internazionale»

Paolo Verri a 27 anni è stato il più giovane direttore del Salone del Libro di Torino. Poi si è occupato di Universiadi, Olimpiadi invernali e del Comitato dei festeggiamenti per i 150 anni dell'Unità d'Italia. Quando è diventato direttore del Comitato **Matera 2019** aveva un'esperienza in organizzazione di grandi eventi che non molti possono vantare. E l'ha usata tutta.

Come siete riusciti a ottenere il titolo di capitale europea? È una nomina che arriva soltanto una volta ogni 15 anni e bisognava battere tutte le altre città italiane che si erano candidate.

«Lavorando con metodo fin dall'inizio. Abbiamo investito 1 milione e 600mila euro in 4 anni per la candidatura. Questo ci ha permesso di avere grandi effetti sul posizionamento della città. Esistevano elementi embrionali in quelli che vengono definiti i sentiment delle persone, le perce-

zioni che ognuno esprime online e che in tempi di social media marketing è indispensabile conoscere e studiare. Abbiamo costituito un web team di volontari on line che raccontavano che cosa stavamo facendo a **Matera** e mostrando quello che ora è evidente a tutti ma che allora era solo in embrione».

È stata questa la vostra carta vincente?

«Il segreto è iniziare a far capire che **Matera**

andava visitata perché era una città di millenaria bellezza dove pulsava qualcosa di sorprendente».

Qual è stato l'effetto della nomina?

«Inaspettato. Era già notevole quello che era capitato fino

ad allora, ma non avremmo mai immaginato quello che è capitato nei tre giorni successivi alla nomina. Abbiamo avuto i grandi quotidiani internazionali che si sono messi in moto per capire come mai quello che fino ad allora avevano raccontato come un territorio povero e arretrato avesse ottenuto il titolo».

E da un punto di vista economico?

«Una rivoluzione. Secondo Federalberghi c'è stato un aumento del 400/500% rispetto al 2000. **Matera** è la città con maggior numero di case Airbnb rispetto al numero di abitanti. Ora la sfida è lavorare sulla qualità più che sulla quantità».

Che differenza c'è rispetto alla capitale italiana della cultura?

«Enorme. Il budget complessivo in gioco è dieci volte superiore. E questo ha un effetto sulla popolazione. E' nato uno 'stile **Matera**', gli abitanti

lo rivendicano con orgoglio e fanno di tutto per rimanere. Se vanno a studiare fuori lo fanno per tornare e riprendere a vivere qui. Non vogliono perdere la loro terra e vogliono dare il loro contributo per migliorarla. Non è così ovunque».

[F. AMA.]



Paolo Verri
Direttore
Comitato
Matera
2019



Peso: 16%