

## Le attività del Comitato Matera 2019

### PIANO OPERATIVO 2012

#### Introduzione

#### *Approccio e modalità di lavoro*

In linea con il documento di indirizzo, il lavoro del Comitato nel 2012 sarà finalizzato a:

- enucleare gli elementi chiave (concept, punti di unicità, narrative e filiere produttive) del progetto di candidatura, anche attraverso un lavoro di forte coinvolgimento attivo della cittadinanza lucana (con un'attenzione particolare alle scuole)
- valorizzare e rafforzare le connessioni europee di Matera e della Basilicata su tematiche e narrative strettamente connesse alla candidatura
- consolidare il lavoro di promozione e lobbying a livello nazionale ed internazionale, con il coinvolgimento attivo delle comunità lucane attive nelle regioni italiane e nel mondo

Tale lavoro consentirà quindi di essere pronti a rispondere alla manifestazione di interesse che sarà lanciata dal Governo italiano insieme alla Commissione europea per la fine del 2012.

E' evidente che il lavoro del Comitato ed il capitale relazionale e di competenze che può attivare sono funzionali non solo alla preparazione della candidatura ma anche ad alcune policies ed iniziative ad essa connesse messe in atto dai vari enti. Nello specifico, il lavoro del Comitato:

- da un lato, può fungere da cassa di risonanza mediatica rispetto ad alcune iniziative portate avanti dai singoli enti;
- dall'altro lato, può dare inputs o realizzare alcuni progetti pilota che valorizzino le politiche ed iniziative specifiche degli enti legate alla candidatura (es: politiche di rigenerazione urbana, politiche sull'innovazione tecnologica e le scuole, politiche di valorizzazione della rete dei lucani all'estero, politiche sulle industrie creative, ecc.).

Parallelamente, è importante anche connettere policies esistenti con altre necessarie (soprattutto in tema di infrastrutture locali regionali e nazionali, rispetto alle quali il dossier di candidatura è molto esplicito nell'indicarle come centrali per la qualità della medesima).

Già in questi primi mesi di attività informale, l'aver messo sotto l'ombrello della candidatura molte attività già previste ha portato a risultati media e di lobby significativi (uscite praticamente settimanali sui media nazionali) e molta richiesta da soggetti extra regionali qualificati di partecipazione ad eventi che riguardano le politiche culturali, le politiche di sviluppo urbano, oltre naturalmente al tema delle capitali europee della cultura e al tema dell'Europa più in generale.

Pertanto, è importante un'interazione tra l'attività del Comitato e le iniziative condotte dagli Enti : nei primi mesi del 2012 ciascun ente componente il Comitato, dopo aver deliberato l'adesione e stanziato le risorse utili all'attività del Comitato, organizzi momenti di presentazione interna ai singoli enti in modo da aiutare con efficacia la costruzione delle rete necessaria affinché l'azione

del Comitato sia efficiente e vincente. Per tale ragione, si è richiesto agli enti di indicare due persone di riferimento: una persona che ha la supervisione sulle politiche dell'ente e che contestualmente è anche un riferimento per le relazioni istituzionali e un'altra persona che segue la comunicazione dell'ente.

Il Comitato in tal modo, costituita la rete e resa attiva, potrà svolgere un'attività di valorizzazione di quanto accade sul territorio.

Oltre all'attività di coordinamento, il Comitato nel medio periodo si pone l'obiettivo di attivarsi in maniera significativa in politiche di fundraising legate innanzitutto alle attività di candidatura elencate qui sotto ma anche su importanti iniziative culturali di portata nazionale e internazionale che sarà sempre più opportuno progettare concentrando i fondi e le modalità di comunicazione.

## **1. Attività ordinarie di start up**

Entro il mese di gennaio 2012, si procederà all'avviamento dell'ufficio, locato presso il Palazzotto del Casale, via Casale 50. Si lavorerà quindi ad un allestimento gradevole, reso possibile grazie alla collaborazione con operatori pubblici e privati sia per ridurre i costi sia per dare visibilità in sede di Comitato alle eccellenze locali.

Si procederà quindi alla strutturazione del gruppo di lavoro coordinato dal Direttore e affiancato dal Comitato Scientifico. Per valorizzare le risorse umane che lavorano presso gli enti locali territoriali e ridurre al minimo le spese del personale, tale gruppo di lavoro è composto ad oggi dalla d.ssa Tarantino (supporto tecnico per coordinamento studi e progettazione europea offerto a tempo parziale dalla Regione Basilicata) e da Serafino Paternoster (Comune di Matera) per il coordinamento delle azioni di comunicazione a livello regionale. Si chiederà altresì agli enti che costituiscono il Comitato di designare 1 responsabile amministrativo (a tempo parziale). Infine, verrà fatto un bando di evidenza pubblica per la ricerca di due figure professionali necessarie.

## **2. Azioni di comunicazione**

Un importante ambito di azione del Comitato è quello della comunicazione.

Il logo verrà registrato e verrà definita una politica semplice e trasparente dell'utilizzo del medesimo attraverso un manuale ad hoc per le istituzioni e per i privati. Nelle intenzioni del Comitato, tutti gli enti fondatori potranno farne uso, dovranno utilizzarlo con grande visibilità sia sui propri siti internet sia sui propri social network, stamparlo sulla propria carta intestata, utilizzarlo come "firma collettiva" delle proprie email ad ogni livello. Tale attività produrrà sicuramente una serie di contatti e di visibilità molto forte che si cercherà di coordinare e censire perché sicuramente potrà avere un forte valore in sede di dossier di candidatura e di presentazione in sede europea.

Oltre all'utilizzo da parte dei soci fondatori, il logo potrà essere utilizzato gratuitamente a chi ne faccia richiesta per promuoverlo su materiali inerenti attività culturali senza fine di lucro. Si prevederanno linee guida che definiranno i criteri di utilizzo (che si richiameranno ai criteri europei della candidatura). Si costituirà a tal fine una commissione per verificare le richieste pervenute che individuerà i criteri di utilizzo e darà mandato al direttore di approvare o meno le richieste pervenute.

Chi vorrà invece utilizzare il marchio a fini di lucro (per realizzare ad esempio prodotti promozionali in vendita) potrà fare offerte economiche al Comitato che verranno debitamente valutate in sede tecnica.

Tra le prime attività del 2012 ovviamente c'è la preparazione di materiali stampati in italiano e inglese e di gadget, nonché la produzione entro marzo di un filmato promozionale in versione italiana e inglese, di un libro promozionale anch'esso bilingue. E' necessario anche riflettere su una prima campagna di advertising da condividere con l'APT e una serie di potenziali sponsor privati (a titolo di esempio ENI, Total, Italcementi, Fiat, Ryanair) ed eventualmente da utilizzare negli aeroporti di nostro interesse per la candidatura (Bruxelles, Roma, Bari).

Come già accennato, sono già stati attivati sia il Sito internet ([www.matera-basilicata2019.it](http://www.matera-basilicata2019.it)) sia social network (Facebook: comitato matera 2019 e twitter: #matera2019) che hanno subito destato interesse locale e anche nazionale. Sono strumenti che non servono solo a dire cosa si intende fare, ma anche a costruire la percezione del valore dell'iniziativa e il consenso possibili e quindi saranno seguiti con molta cura e con attenzione quotidiana, con l'attivazione entro il mese di febbraio della parte in inglese del sito. Già da oggi, il sito si configura come un blog in cui tutti -senza filtri- possono reagire con commenti: in tal senso, si differenzia dai siti delle altre città candidate che non utilizzano nessuno strumento Web 2.0.

Inoltre, coerentemente con l'approccio partecipato ed enfatizzato dalla stessa Doris Pack, si intende sviluppare nell'ambito del sito una piattaforma di dialogo su tematiche specifiche strettamente connesse alla candidatura nonché una piattaforma collaborativa che generi idee e progetti, anche con l'apporto sia dei lucani che studiano e lavorano in Italia e all'estero che di esperti del mondo che vogliono collaborare con la Basilicata.

Tale evoluzione del sito internet in direzione Wiki – che replica già una esperienza di “wikicrazia” di successo consolidata presso la Regione Basilicata e sostenuta dal Presidente De Filippo in quanto per la sua trasparenza è stata in grado di generare molta fiducia e energia sociale- sarà complementare e integrata con il lavoro di interviste sul campo e con i conseguenti gruppi di lavoro tematici (cfr infra).

Ovviamente questi strumenti vanno fortemente integrati con gli strumenti ordinari dei singoli enti componenti il Comitato. Per una più stretta integrazione, e relativa ottimizzazione delle risorse, si propone pertanto di costituire un gruppo di coordinamento della comunicazione fatto dai responsabili stampa e comunicazione degli enti, compreso l'APT.

Momenti di applicazione di tali sinergie saranno la partecipazione a momenti espositivi collettivi o individuali quali nel settore turistici TTG Rimini e il World Trade Market Londra, le numerose attività promozionali della Camera di Commercio e i momenti di presenza istituzionale dei singoli enti territoriali.

### **3. Preparazione del dossier di candidatura**

L'attività principale del Comitato è ovviamente quella di preparare il dossier di candidatura. Un'attività che è stata avviata già nella primavera scorsa, in fase costituente il Comitato, grazie all'ausilio del Comitato tecnico scientifico che ha prodotto le prime linee guida adottate dal Comitato Matera 2019 con il titolo “Perché Matera 2019”.

Contemporaneamente, e in maniera strettamente coordinata con il Comitato tecnico si sta realizzando uno studio di benchmarking realizzato dal gruppo di lavoro coordinato dal Prof. Bianchini e composto da Alessandro Bollo (responsabile Ricerca fondazione Fitzcarraldo), Giulia Manica, Ilaria D'Auria, Massimiliano Burgi, M. Piera Sarra. Tale studio si basa sull'analisi di confronto con le principali capitali europee (con un focus sulle capitali aventi piccole e medie dimensioni) concernente i seguenti aspetti:

- studio dei loghi e dei modelli di comunicazione, compreso il web;
- analisi del contesto materano tra infrastrutture, turismo e consumo culturale;
- analisi delle narrative:
- studio dei modelli di finanziamento pubblico e privato
- analisi dei sistemi di governance;

Il gruppo di lavoro ha già condotto l'analisi dei loghi e dei modelli di comunicazione, che sono stati funzionali sia alla definizione dei criteri selettivi del logo di Matera 2019 che alla configurazione del sito web. Ha inoltre elaborato lo studio di contesto ed un primo draft dell'analisi delle narrative.

Tale attività, strettamente collegata a quella del Comitato tecnico scientifico, verrà conclusa entro gennaio 2012 e verrà proposta all'attenzione delle istituzioni, degli operatori culturali e della cittadinanza in un workshop che si terrà presumibilmente alla fine di gennaio 2012.

Il dossier di candidatura si avvarrà anche, oltre che di quanto emerge dal lavoro dei gruppi sopra indicati, dalle idee derivanti dal dibattito emerso durante Materadio e gli Open Days proposti e organizzati dalla Regione Basilicata con il supporto del Comitato a Matera il 23 e il 24 novembre 2011. Gli Open Days previsti sono stati un'occasione importante per dare visibilità al progetto e prendere contatti con i principali opinion leader e operatori presenti presso l'Unione Europea che hanno mostrato forte interesse per la candidatura di Matera e del suo grado di innovazione, della forte adesione pubblica che la sostiene e anche della rappresentatività che costituisce a livello di esempio europeo, mediterraneo e internazionale.

Si intende pubblicare gli atti degli Open days e farne un video, con la collaborazione della Regione Basilicata.

Oltre al lavoro del Comitato tecnico scientifico, del gruppo di lavoro coordinato da Franco Bianchini e oltre alle suggestioni emerse da Materadio e dagli Open Days, si vorrebbe far emergere altri elementi importanti per la redazione del dossier attraverso un forte coinvolgimento attivo della cittadinanza lucana.

Nello specifico, si prevedono interviste con stakeholders (circa 30 rappresentanti della comunità creativa, del mondo delle imprese, del mondo della scuola, della popolazione lucana in Italia e all'estero) per sollecitare idee e proposte, per conoscere i desiderata, e per promuoverne il coinvolgimento attivo in gruppi di lavoro tematici. Successivamente il campo degli intervistati si potrà allargare con un sistema "virale" fondato sui principi del social network (io conosco te che conosci un altro e così via), volto a far emergere anche realtà e persone promettenti e poco note. In questa fase, fondamentale anche il lavoro con le scuole (cfr. infra).

Verranno quindi organizzati a partire da febbraio 2012 dei workshops tematici che si svolgeranno a Matera, in provincia di Matera, a Potenza e in provincia di Potenza, con la partecipazione di un esperto di settore che racconti le migliori tendenze e opportunità in atto nel mondo. Tali workshops daranno vita a dei gruppi che lavoreranno su filiere verticali, connettendo le tematiche legate alla candidatura (quali ad esempio quelli di pensiero mediterraneo, della sostenibilità ambientale e sociale, di legame fra urbano e rurale come indicato nella Carta di Matera) con le produzioni in atto nei vari settori creativi e scientifici.

Come già evidenziato, tale lavoro sarà approfondito utilizzando anche la piattaforma internet, che costituirà una sorta di agorà in cui rendere udibili a tutti tutto ciò che si dice, consentendo e anzi incoraggiando l'interazione tra i vari attori.

Tutto questo percorso lo si intende chiudere entro l'estate-autunno 2012, in modo da essere pronti a metterlo in forma secondo le linee guida della candidatura che dovrebbero essere emanate dal Governo Italiano (probabilmente dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali) in accordo con l'Unione Europea entro il dicembre 2012.

Al fine di ottimizzare i lavori, si prevede di interagire con il gruppo di lavoro che sta preparando il piano di gestione Unesco (soprattutto per quanto concerne sia la fase conoscitiva che gli aspetti di fruizione).

Inoltre, su proposta del Presidente della Provincia Stella, si intende attivare uno studio sugli impatti che l'evento sarà eventualmente in grado di produrre sull'economia locale e sul nodo delle connessioni di trasporto, un fattore cruciale per sostenere il flusso di visitatori (come emerge anche dal format del dossier di candidatura).

### **3.a Azione di coinvolgimento della cittadinanza**

Per ciò che concerne la costruzione del consenso a livello locale nel periodo ottobre 2011 – agosto 2012 si prevede l'apertura di uno spazio pubblico al Palazzotto del Casale per presentazione permanente Matera 2019 al territorio, al piano terra del palazzotto del Casale, dove fare proposte e coltivare progettualità autonome per il percorso di candidatura.

Si prevede anche un'indagine da realizzare nei quartieri o nelle scuole di Matera, Potenza ed altri centri della Basilicata atta ad esplorare sui desiderata dei cittadini, sul loro senso di appartenenza, sulla loro voglia di proiezione futura, sulle loro perplessità.

Una azione importante è quella legata all'invio di una lettera ai sindaci della Basilicata (e in prospettiva della Murgia e di altre aree contermini) per farli diventare sostenitori diretti delle attività del comitato, costruendo una modalità reciproca di informazione sulle attività che il comitato svolge e viceversa far conoscere al comitato (che poi rimbalzerà all'esterno tali informazioni) quanto viene fatto localmente di interessante in prospettiva candidatura.

Infine, fondamentale è il lavoro che si intende avviare con le scuole (in modo precipuo con quelle medie inferiori e superiori), utilizzando anche tecnologie avanzate e sponsor tecnici. Strettamente connesso a tale lavoro, si intendono avviare iniziative di forte coinvolgimento nei quartieri con azioni anche ludiche che utilizzando tecnologia, creatività e cultura civica li portino a vivere pienamente il proprio territorio e la propria città, esplorandolo, prendendosene cura, modificandolo e, quando possibile, migliorandolo.

#### **4. Progetti pilota ed eventi (legati alla preparazione del dossier e al rafforzamento delle partnership europee)**

Il valore aggiunto del percorso di candidatura (nonché uno dei requisiti di partecipazione) è la c.d. "dimensione europea", vale a dire la capacità di mettere in atto progetti e narrative che possano essere di interesse anche per altre città e regioni europee e rispondere alle sfide che oggi l'Europa fronteggia. Pertanto, si intende incoraggiare progetti pilota per rafforzare legami europei e sperimentare posizionamento su alcune tematiche e narrative connesse alla candidatura ed emerse sia attraverso gli studi e i gruppi di lavoro tematici. A titolo esemplificativo, si ipotizza di realizzare in collaborazione con Radio 3 una sorta di festival delle radio culturali europee, che possa anche valorizzare le coproduzioni tra gli operatori culturali locali ed europei. L'idea è di fare emergere la ricchezza della diversità culturale in Europa o ancora nell'enfatizzare gli aspetti comuni delle culture europee.

A titolo esemplificativo, al fine di incoraggiare le connessioni europee, si intendono promuovere:

- piattaforma collaborativa per rafforzare relazioni europee
- programma di residenze europee
- Azione specifica di coinvolgimento attivo dei lucani italia/estero
- networking con bulgaria (altro stato che ospiterà la capitale europea nel 2019) e altre capitali europee

#### **5. Azione di supporto e fund raising**

Per ciò che concerne il livello nazionale, l'attività principale dovrà essere quella di lobby pubblica e privata, utilizzando tutte le reti possibili, da quelle politiche a quelle economiche, da quelle culturali a quelle sociali. E' evidente che iniziative come Materadio o Forum del libro aumentano la visibilità e la notorietà della candidatura e facilitano le relazioni con soggetti importanti per la candidatura. Ma oltre a queste azioni pubbliche si tratta ora di costruire un'agenda di incontri a cui tutti i membri del Comitato possono fattivamente contribuire. In particolare, un'azione importante sarà quella di coinvolgimento dei comuni dell'alta Murgia, la costruzione di accordi con le aree di Bari e di Brindisi, una forte opera di coinvolgimento di operatori della comunicazione con origini lucane.

Un'attività specifica verrà condotta sulle comunità lucane residente nelle principali aree metropolitane nazionali in particolare quelle del nord Italia (Torino e Milano).

Per aiutare il Comitato, in questa attività di creazione di consenso nazionale si intende attivare anche un Comitato d'onore, costituito da personalità lucane e nazionali di chiara fama, che possano migliorare le relazioni e portare accreditamento al progetto di candidatura.

Tutte queste attività si svilupperanno lungo tutto il percorso annuale del Comitato. Sarebbe tuttavia importante lanciarle con un momento pubblico da svolgersi a Roma entro la primavera 2012.

La stessa attività prevista per il livello nazionale verrà realizzata anche a livello europeo e internazionale coinvolgendo le comunità dei lucani nel mondo, con l'aiuto del già citato e costituendo Comitato d'onore. Nell'ambito degli Open Days, è stata ipotizzata con le alte figure del Parlamento Europeo nostri ospiti l'organizzazione di una presentazione a Bruxelles per il mese di giugno 2012.

Sempre durante gli Open Days – insieme a Pierluigi Sacco Direttore di Siena 2019-, si è ipotizzato di attivare una rete tra tutte le città italiane candidate, che costituisca un punto di riferimento nazionale ed europeo per nuove politiche di sviluppo trainate dalla creatività. Matera e Siena fungerebbero da capofila di questa rete, con un lancio dell'iniziativa a Roma nei primi mesi del 2012.