

LABORATORIO NAZIONALE SU RIGENERAZIONE URBANA

2^A TAPPA - ROVERETO, 31 MAGGIO 2018



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



REPORT DEI TAVOLI TEMATICI

Interventi al Tavolo “*Cultura, uno strumento per il rilancio delle città*”

Coordinato da Nando Rinaldi, Dirigente Servizio istruzione, cultura e sport del Comune di Rovereto.

Più di 30 rappresentanti delle diverse città partecipanti alla tappa roveretana del Laboratorio si sono confrontati sul tema della cultura come fattore di rigenerazione urbana, illustrando le rispettive esperienze e animando un dibattito aperto a nuove idee e proposte, di cui viene riportata, di seguito, una sintesi.

Rovereto - MART. Il Direttore del Museo d'arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto (MART), **Gianfranco Maraniello**, ha riportato alcune delle opportunità individuate per il territorio di Rovereto nell'ambito degli incontri del Laboratorio locale. Tra queste, l'inserimento del MART in una visione sistemica e coordinata con la realtà circostante, che nasce con l'idea stessa del museo. La sua stessa architettura cerca il collegamento con la città attraverso la piazza prospiciente, ad esempio, ma anche con la presenza di una biblioteca e di un auditorium, e instaura relazioni di prossimità con le zone verdi circostanti, il museo civico, l'università e il teatro Zandonai. Prendendo spunto dalla forza dell'arte contemporanea, che eccede i tradizionali perimetri del museo, si può pensare ad un modello culturale in cui l'arte si estende e crea legami a livello urbano. Questo può accadere con la Casa d'arte futurista Depero e Palazzo Sichardt, i quali distano pochi metri e possono strategicamente costituire un polo culturale importante per Rovereto. Inoltre, la ricchezza di funzioni culturali lungo Corso Bettini, dove si situa anche il MART, invita a ripensare la strada dalla funzione prevalentemente carrabile a quella di collegamento tra diverse funzioni di un distretto unitario; l'idea è quella di partire lavorando sui collegamenti fisici - esiste un già un progetto di Mario Botta - per creare spazi di vita di una nuova cittadella dell'arte e dei saperi.

Parma. Il Direttore di Confcommercio, **Claudio Franchini**, ha inviato un contributo video in cui ha sostenuto l'importanza di una programmazione urbanistica che sostenga la presenza di funzioni culturali nei centri della città affinché possano continuare ad essere vitali e attrattivi. Mostre, convegni e concerti muovono, infatti, flussi importanti e, a tale scopo, la polifunzionalità dei contenitori che li ospitano è un fattore fondamentale. A Parma ci sono esempi già consolidati come il Teatro Regio nel centro storico, dove si tiene il Festival Verdi, e l'Auditorium Paganini, sorto su un'area produttiva dismessa, che permette di ospitare congressi ed eventi musicali di grande rilievo; più recente è la conversione del Palazzo del Governatore in una sede museale e congressuale, anche in vista di Parma Capitale italiana della cultura 2020, mentre è in fase di realizzazione un nuovo polo culturale che nascerà dal recupero del Vecchio Ospedale seicentesco nella centrale Via D'Azeglio. Questi contenitori, che attraggono il turismo culturale, hanno dirette ricadute su alberghi, ristoranti e negozi del centro città e sono fondamentali per ridare vitalità e maggiore interesse economico alle *location* centrali, nonché per essere competitivi con le strutture extraurbane come i centri

commerciali e i cinema multisala. Tutto ciò è possibile - conclude - solamente con un supporto gestionale continuativo e professionale a queste strutture.

Mantova. Il Presidente di Confcommercio, **Ercole Montanari**, ricorda l'esperienza di Mantova Capitale europea della cultura 2016, che è stata particolarmente utile perché ha messo in moto all'interno della città una molteplicità di attori pubblici e privati. Confcommercio ha collaborato strettamente con l'Amministrazione comunale, trovando finanziatori privati, irrobustendo i contributi statali e comunali che sono stati di 1 milione di euro ciascuno. Il fattore decisivo era quello di creare un "brand Mantova" attraverso le iniziative e gli eventi messi in campo. Le presenze in città sono "esplose", arrivando a 370.000, tuttavia si è cercato di mantenere un profilo basso affinché i flussi del 2016 - difficilmente ripetibili negli anni successivi - fossero sostenibili da una città di dimensione medio-piccola, anche da un punto di vista infrastrutturale e di accoglienza. Nel 2019 Mantova sarà Capitale europea dello sport e, non avendo caratteristiche per ospitare grandi eventi sportivi, si è deciso di "volare basso", con poche manifestazioni di carattere nazionale e internazionale che valorizzino specialità in crescita e in grado di garantire comunque molta visibilità al "brand Mantova", pur senza grandi eventi. È importante cercare di garantire un flusso di presenze costante, per evitare le problematiche legate alle "frenate" post-evento, ma anche una serietà da parte degli operatori economiche che devono puntare a creare un rapporto responsabile e duraturo con il visitatore, affinché ritorni volentieri in città anche successivamente agli eventi. Infine, il Presidente ha ricordato il lungo impegno di Confcommercio nel costruire e diffondere una cultura della rigenerazione urbana non legata solamente al centro storico, ma a tutte le parti della città.

Ferrara. Il Direttore di Confcommercio, **David Urban**, ha illustrato l'attività di Ferrara *Incoming*, società di promo-commercializzazione del territorio e ha ricordato come, negli anni '90, la città abbia vissuto un momento di forte sviluppo delle presenze legato alle grandi mostre, ma oggi questo modello non funziona più poiché l'offerta culturale è aumentata e la difficoltà maggiore è quella di mantenere le persone nel territorio con i pernottamenti. Tuttavia, le presenze turistiche negli ultimi anni sono cresciute a 500.000, grazie agli investimenti in due direzioni. La prima è Ferrara città della cultura e sito Unesco, che promuove elementi di attrattività permanenti, a prescindere dagli eventi di un dato momento: i grandi palazzi storici come il castello, dunque, a cui si abbina il fascino dei luoghi minori della città. In tal senso, è stata compiuta un'azione di rigenerazione urbana, grazie all'accordo con l'Amministrazione comunale che ha permesso di trasformare alcuni luoghi pubblici trascurati in "piazze del gusto": gli spazi sono stati distribuiti tra gli operatori economici dell'area e, da maggio ad ottobre, diventano i loro *dehor* dove propongono attività di intrattenimento; il meccanismo adottato è stato quello della Rete di impresa, finanziata dalla Regione Emilia Romagna e dalla Camera di Commercio. La seconda direzione è quella di Ferrara città della bicicletta, che valorizza le centinaia di chilometri di piste dove anche il ciclista meno preparato si può divertire; i percorsi sono stati verificati e mappati, soprattutto in ottica di strade sterrate che, partendo dalle mura della città, permettono di raggiungere la campagna fino al Delta del Po. Questo progetto, iniziato due anni fa, è supportato e promosso da eventi e iniziative che congiungano il racconto della città e la possibilità di poterla visitare in modo alternativo.

Schio. **Nicola Minelli**, ha riportato la propria attività di *Manager* del Distretto del Commercio e descritto le modalità di sviluppo di progetti di valorizzazione del centro storico, assieme agli operatori, anche attraverso l'intercettazione dell'aspetto culturale. Ha illustrato, quindi, alcune delle opportunità che sono scaturite dal recupero dell'ex Lanificio Conte, situato in zona centrale, utilizzato oggi per convegni e mostre. In particolare, sono state esposte tre esperienze nate per mettere in luce e valorizzare il territorio in una città che non ha una tradizione turistica: una mostra sulla "Strada delle 52 gallerie", in occasione del suo centenario, che ha portato 16.000 visitatori sia in città sia a percorrerla e, quindi, nel territorio; due mostre

volute da un consorzio di industrie locali di altissimo livello che raccontano le loro attività, diventando un racconto e un percorso culturale per ragazzi, cittadini e visitatori; l'abbinamento a queste iniziative di azioni specifiche svolte per i commercianti come visite guidate, affinché diventino loro stessi volano di informazione, corsi di formazione per divulgare le opportunità per i visitatori, sviluppo di materiale divulgativo rispetto alle evidenze artistiche e culturali nel territorio. Infine, ha ricordato anche gli eventi e i riutilizzi temporanei della "Fabbrica Alta", altro grande lanificio dismesso in centro storico, la cui presenza pone la grande sfida del riallacciarne i destini alla città, uno strappo che si sta tentando di ricucire soprattutto con il coinvolgimento delle giovani generazioni.

Bergamo. L'arretramento del tessuto manifatturiero nelle città è stato un tema affrontato anche dal Direttore di Confcommercio, **Oscar Fusini**, evidenziando come anche nella città orobica solo negli ultimi anni si stiano scoprendo gli effetti positivi del turismo. Sono stati fatti molti investimenti, sia nel recupero delle infrastrutture per la cultura sia negli eventi che la sostengono. Per una realtà dalla tradizione agricola e manifatturiera, priva di tradizione turistica, il primo fattore su cui si agisce è la presa di consapevolezza, sia negli amministratori sia nei cittadini, dei vantaggi economici e sociali di cui la cultura è portatrice; in secondo luogo, ci deve essere una conoscenza dell'offerta locale, e pertanto è necessario comunicare tanto agli abitanti quanto verso l'esterno. Solo a questo punto si può creare una strategia che, in città ad alta vocazione culturale ma a scarsa vocazione turistica, fatica a formarsi, poiché la cultura viene intesa soprattutto come servizio al cittadino, più che un richiamo per i visitatori e, in questo senso, associazioni come Confcommercio devono agire per far comprendere le potenzialità dell'offerta culturale locale e orientarne le caratteristiche anche verso la domanda turistica. Infine, il Direttore ha sottolineato l'importanza della creazione di un *brand*, che a Bergamo si sta indirizzando verso lo sport e lo *slow tourism* di montagna, e dell'investimento nel recupero delle infrastrutture e nella rete delle comunità che le sostiene e le valorizza.

Rovereto. L'Assessore comunale all'Urbanistica e alla Cultura, **Maurizio Tomazzoni**, ha ricordato la grande quantità di edifici dismessi presenti a Rovereto e il rischio che a un loro recupero per fini espositivi non corrisponda poi una reale possibilità di fruizione. Ritene necessario, pertanto, mettere a punto una nuova forma di museo. L'Assessore ha illustrato poi una possibile strategia di sviluppo del turismo culturale che punti al superamento dell'attuale attrazione puntuale esercitata dal MART e al prolungamento del tempo trascorso in città, aggregando la Casa d'arte futurista Depero, Palazzo Sichardt e il Museo della guerra in un ulteriore polo museale. La messa in rete dei due poli con ulteriori attrattori, piazze e giardini, dovrebbe così consentire di far uscire la cultura dai musei per creare un sistema territoriale. Ulteriori sviluppi potrebbero prevedere l'integrazione della sistema culturale con quello ambientale che circonda la città, per rendere quello che oggi è soprattutto una quinta scenica, un insieme di luoghi vissuti.

Puglia. Il Segretario regionale di Confcommercio Puglia, **Giuseppe Chiarelli**, ha illustrato un'esperienza in corso, sul territorio pugliese, che vede la realizzazione di un unico evento culturale, un'esposizione su Picasso, legare tra loro tre diversi comuni, già caratterizzati da un loro livello di attrattività turistica, ma che da soli non giustificerebbero una visita di tipo culturale. La mostra, della durata di sei mesi, obbliga il visitatore a muoversi tra le tre piccole realtà di Martina Franca, Ostuni e Mesagne, incentivando una permanenza prolungata sul territorio. Nei primi quindici giorni la mostra ha ricevuto 8.000 visite, che costituisce un primo incoraggiante risultato per un'iniziativa con la quale le imprese ricettive stanno tentando di sperimentare nuovi modi per rendere maggiormente competitivo il loro territorio.

Gorizia. **Marco Marmotti**, Responsabile del Servizio Pianificazione urbanistica ed Edilizia Privata del Comune Isontino, prima città ad aver aderito al protocollo ANCI-Confcommercio, ha illustrato alcune idee

che si stanno sviluppando nell'ambito di un territorio transfrontaliero, in cui la qualità della vita in città ha risentito molto del crollo dell'economia di confine (dogana, esercito, scambi verso l'est). Con la caduta delle frontiere, il territorio urbano di Gorizia si è molto ampliato e si è ravvisata l'opportunità di creare un organismo sovralocale, il GECT - Gruppo Europeo di Cooperazione Territoriale, che riunisce i comuni di Gorizia, Nova Gorica e Šempeter-Vrtojba, per ragionare in termini strategici con una pianificazione che superi i confini amministrativi, considerando un bacino complessivo di 70.000 abitanti a cavallo tra Italia e Slovenia. In questo è essenziale anche proporre progettualità per rendere più attrattivi e competitivi i centri urbani, osservando, se necessario, i fattori che hanno determinato il successo dei centri commerciali pianificati, che non si limitano alla facilità di parcheggio ma comprendono elementi come la percezione di sicurezza e la proposta di eventi di intrattenimento e culturali.

Al tavolo, sono intervenuti ulteriori rappresentanti di associazioni, comuni e professioni che hanno arricchito il dibattito con riflessioni trasversali alle esperienze dei territori. Ad esempio, **Francesca Tamponi**, Responsabile del Servizio Urbanistica del **Comune di Tempio Pausania**, ha sottolineato come i centri storici siano spesso ricchi di elementi che devono principalmente essere studiati e valorizzati per renderli maggiormente attrattivi, senza necessità di aggiungere nuovi contenitori per la cultura ma, eventualmente, eliminando ciò che deturpa il contesto; inoltre, ravvisa, più in generale, la necessità di aggiornare i linguaggi per la promozione della cultura e di far sì che i musei diventino luoghi maggiormente interessanti per i giovani. **Iginio Rossi**, membro di giunta dell'**Istituto Nazionale di Urbanistica**, ha ricordato la necessità di sviluppare politiche integrate per il funzionamento urbano che partano dalla centralità della persona e che affrontino il tema dell'accessibilità a 360 gradi, non intesa - quindi - solamente come superamento delle barriere architettoniche, sensoriali e percettive, ma anche come superamento delle barriere culturali ed economiche, di cui ne è un esempio la mancanza di spazi per il commercio a canoni sostenibili per le imprese. **Silvia Valduga**, di **ATAS Onlus** - Associazione Trentina Accoglienza Stranieri, ha aggiunto che nelle riflessioni strategiche sulla città non bisogna scordarsi di quella parte di popolazione che vorrebbe avvicinarsi ai temi della cultura e al sentirsi parte di un contesto territoriale, ma non vi riesce e ne rimane esclusa; intendere la cultura come un elemento per la crescita di tutti può sia arricchire le iniziative turistiche sia favorire l'integrazione degli stranieri in chiave di nuove cittadinanze.

Conclusioni del "Tavolo Cultura"

In sintesi, sono emersi quattro spunti di riflessione per fare in modo che la cultura divenga sempre più strumento per il rilancio delle città.

- 1. Apertura alla città:** i luoghi della cultura possono essere punti da mettere a sistema con le altre funzioni del territorio sia nella loro dimensione di spazi fisici - e, quindi, attraverso collegamenti - sia nel loro aspetto di funzione, da relazionare e integrare con altre funzioni simili o complementari.
- 2. Visione:** ciascun progetto culturale deve essere capace di instaurare legami con un ampio numero di attori del territorio, i quali devono, tuttavia, delineare prima un piano strategico di valorizzazione delle specificità territoriali di ampio respiro, affinché gli sforzi messi in campo per le singole azioni innovative contribuiscano alla realizzazione di un progetto di sviluppo condiviso.
- 3. Continuità e sostenibilità:** i contenitori per la cultura, come musei, auditorium e teatri, devono essere inseriti all'interno del tessuto urbano e progettati tenendo conto del criterio della multifunzionalità, in modo da garantire la possibilità di ospitare differenti tipologie di eventi culturali e una costanza dei flussi generati: in questo modo, è possibile contrastare le forze degli attrattori esterni alla città e sostenere stabilmente il tessuto economico.

4. **Valorizzazione delle risorse presenti:** i progetti culturali possono aiutare a mettere in luce le ricchezze della città e del territorio, sostenerne il tessuto commerciale, metterne a sistema le risorse, ricucirne gli strappi urbani e creare motivi di vista non legati ai singoli eventi. Da un punto di vista dei cittadini e degli operatori economici questo permette anche una presa di coscienza delle potenzialità da sviluppare e introduce aspetti legati all'inclusione sociale. bene