

# I numeri di Matera. La Capitale Europea della Cultura 2019 fra dati e indicatori

Categories : [Focus](#)

Tagged as : [Annalisa Cicerchia](#), [Menabò n. 108](#)

Date : 13 Luglio 2019

Dal primo gennaio e fino al 31 dicembre di quest'anno, Matera per l'Italia e Plovdiv per la Bulgaria sono le Capitali europee della cultura (ECoC). Nato da una intuizione di Melina Mercouri, il programma che le ha istituite è stato lanciato nel 1985 dal Consiglio dell'Unione Europea ed è cresciuto per consenso e impatto culturale e socio-economico, soprattutto in termini di pubblico. A partire dal 2009, le capitali sono due, una scelta fra gli Stati dell'Europa a quindici, l'altra fra i nuovi membri degli allargamenti del 2004, 2007 e 2013.

L'iniziativa è voluta dal Consiglio e dalla Commissione per valorizzare la ricchezza e la diversità delle culture in Europa e le caratteristiche comuni, accrescere il senso di appartenenza culturale dei cittadini europei e promuovere il contributo della cultura allo sviluppo delle città.

Il clima sempre più euroscettico non impedisce alle ECoC di incontrare un grande favore. Anche se non tutte le edizioni si sono rilevate all'altezza delle aspettative, [le città dove si è lavorato meglio](#) hanno ottenuto risultati tangibili di rigenerazione urbana, crescita del profilo internazionale, miglioramento della propria immagine agli occhi dei loro stessi abitanti, aria nuova nella propria vita culturale e sviluppo turistico.

Il Consiglio designa le capitali, su raccomandazione della Commissione e tenendo conto del parere di una giuria composta da sette alte personalità indipendenti esperte nel settore culturale. Ogni Stato Membro cui spetterà di ospitare la ECoC dell'anno, secondo una rotazione stabilita dal Consiglio, propone una rosa di candidature. Sei anni prima del periodo di sua competenza, lo Stato pubblica un bando per selezionare internamente le città da candidare, che devono mostrare di avere la capacità di creare una nuova *governance* culturale per il proprio territorio, che si estenda al di là dell'anno che vedrà e che sia sostenibile [sul lungo periodo](#). Le candidate devono saper avviare un progetto di sviluppo che coinvolga trasversalmente cultura, innovazione, ricerca, infrastrutture e cittadinanza e che riceverà un premio di 1,5 milioni di euro (altri dettagli sul sito [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en)). Il complesso, ma ormai consolidato, processo di pianificazione, valutazione e selezione che ne segue ha contribuito a migliorare la capacità programmatica di molte città europee, soprattutto di piccole dimensioni o in declino, cosicché anche il solo prendere parte al processo di selezione porta vantaggi che lo rendono ormai un esercizio apprezzato dalle comunità locali.

A Matera, che ha un ambizioso progetto di nuova stazione ferroviaria, ma non è servita da treni, se non quelli delle Ferrovie Appulo Lucane che la collegano in 1 ora e 40 circa a Bari, si arriva in auto o in pullman da Salerno o in taxi dalla stazione regionale di Ferrandina, a una quarantina di chilometri.

La Fondazione Matera Basilicata2019, che coordina i programmi della nostra Capitale europea della cultura, ha presentato qualche settimana fa il bilancio dei primi sei mesi di attività al Ministro dei Beni e delle attività culturali. In questa presentazione, i numeri hanno avuto uno spazio importante. Per esempio, quello degli eventi organizzati, 450, e quello dei cittadini coinvolti attivamente, anche durante la cerimonia inaugurale: circa 130 mila. Poi ci sono i Passaporti, per 48 settimane (a 19 euro) o giornalieri (a 10 euro), con varie categorie a tariffe agevolate, per tutti gli eventi in programma e ai servizi di trasporto urbano. Ne

sono stati venduti 36 mila.

Gli eventi realizzati fin qui sono 450 (su circa 800 in programma) con poco più di 400 artisti, provenienti dall'Italia per il 48% e dall'Europa per il 40%.

Le cifre attraverso le quali la Fondazione ha scelto di descrivere la propria attività in questa fase riguardano *l'offerta culturale e la performance del sistema*: su 180 progetti previsti, il 27% sono già conclusi e il 68% attivati. L'82% di essi consiste in produzioni culturali nuove e originali. Merita una menzione speciale la mostra "[Rinascimento visto da Sud. Matera, l'Italia meridionale e il Mediterraneo tra '400 e '500](#)", a cura di Marta Ragozzino, Pierluigi Leone de Castris, Matteo Ceriana e Dora Catalano, che presenta una rilettura inedita su uno dei periodi più floridi del nostro Paese. Gli eventi realizzati fin qui sono 450 (su circa 800 in programma) con poco più di 400 artisti, provenienti dall'Italia per il 48% e dall'Europa per il 40%.

Ci sono poi le attività di *networking*, che hanno coinvolto quasi 90 compagnie artistiche, per tre quarti italiane, e più di 280 artisti (italiani solo per il 48%).

Il rapporto al MiBAC indica che nei primi sei mesi dell'Anno, quasi 18.000 persone hanno partecipato alle attività utilizzando il passaporto, 80.000 (con e senza passaporto) hanno partecipato agli eventi e 50.000 sono state presenti alla cerimonia di apertura.

Sul fronte della comunicazione, a Matera capitale sono stati dedicati 21.300 articoli sulla stampa di tipo convenzionale. 79.050 persone seguono la pagina Facebook ufficiale. L'*account* ufficiale ha raccolto finora 19.256 *follower* su Twitter e 1.150 iscritti su Youtube. La newsletter di Matera 2019 ha 17.000 abbonati, mentre il sito *Matera Events* ha contato nei primi sei mesi 110.000 utenti unici e il sito *Matera 2019* ne ha raggiunti 82.000.

Fin qui, le cifre rese pubbliche dalla Fondazione in occasione dell'incontro con il MiBAC. Il quadro può essere arricchito con qualche altro dato sulla città e le sue caratteristiche.

Matera è un centro medio-piccolo. Alla fine del 2018, i residenti erano poco meno di 60.500, il 22 per cento dei quali con più di 64 anni. I giovani tra 25 e 34 anni erano poco più dell'11 per cento. Gli stranieri, una composita comunità che rappresenta 91 paesi tra europei ed extra europei, non arrivano al 5%, con cinesi e rumeni, entrambi al 22%, in posizione di netta prevalenza.

Nel 2018, la città di Matera ha fatto registrare un aumento consistente dei flussi turistici, con 344.813 arrivi (+22,5% rispetto al 2017) e 547.532 presenze (+22,3%), al netto degli escursionisti giornalieri, che non pernottano. Sulla base della tendenza registrata negli ultimi anni, la Fondazione Matera Basilicata 2019 stima in 700 mila gli arrivi previsti per i dodici mesi prossimi. Dodici circa per ogni residente. Utilizzando i parametri forniti dal Comune per la [Valutazione Ambientale Strategica](#), questo significa una media mensile di popolazione aggiuntiva che raddoppia quella residente, con tutte le conseguenze in termini di pressione ambientale (consumo di suolo, di acqua, di energia elettrica, generazione di emissioni, rifiuti solidi e di acque reflue). Sebbene il modello di turismo delle ECoC sia a stagionalità relativamente bassa, la pressione effettiva si accresce sensibilmente nei periodi di picco legati a festività, ponti, periodi di vacanza.

Un aiuto a comprendere meglio che cosa sta succedendo a Matera lo offrono anche i [dati open](#) del Comune, che registra a oggi (10 luglio 2019), più o meno 800 strutture ricettive, tra affittacamere (circa 180, per circa 1.600 posti letto), agriturismi (12), alberghi e borghi-albergo (36, per poco più di 1.700 posti letto), B&B (204, circa 820 posti letto), Case-vacanza (524, quasi 2100 posti letto), più una decina di altre strutture, tra cui ostelli, case religiose, ecc., per un totale ufficiale di più di 6.200 letti. [Dalla stessa fonte](#) si apprende che, a fine 2018, la flotta dell'autotrasporto privato comprende 10 motocarrozze, 24 auto

Alla fine del 2018, la città era dotata di oltre 200 bar-caffè e altrettanti fra pizzerie, rosticcerie e ristoranti. Interessante anche il registro delle richieste di occupazione di suolo pubblico nel centro storico (zona dei Sassi) per *dehors* di bar, caffè e ristoranti, aggiornato a giugno 2019, con un centinaio di richieste, per una media di 25 mq per esercizio.

I dati open indicano anche 17 immobili demaniali messi a bando nel maggio 2019 per *esercizi di vicinato* nei rioni Sassi di Matera. Gli immobili saranno assegnati per 30 anni. I locali, di grandezza variabile (dai 18 ai 120 metri quadrati) saranno destinati ad ospitare piccole attività operanti nei settori dell'arredamento, dei viaggi, dell'antiquariato, degli audiovisivi, degli articoli religiosi, dell'ottica e della merceria, della vendita di libri, di giornali fino alle gallerie d'arte. Non ci sarà spazio invece per attività legate alla vendita di generi alimentari, bevande e fast food. Il bando è aperto a soggetti che non siano già titolari di sub-concessioni o che abbiano occupato abusivamente immobili nei Sassi. Non è richiesta da subito l'iscrizione ai registri della Camera di commercio, ma devono dichiarare la disponibilità ad iscriversi nei 30 giorni successivi all'esito del bando.

La consistenza effettiva della presenza turistica e il suo impatto ambientale ed economico (compresi occupazioni e demografia di impresa) potranno essere valutati correttamente solo alla fine del 2019. Intanto, è interessante e in buona misura incoraggiante, ripassare i numeri della partecipazione dei residenti, tanti e diversi. La relazione al MiBAC parla di 10.000 persone coinvolte a titolo di cittadinanza attiva/culturale.

Si sono mobilitati 1500 volontari, da Matera, dalla Basilicata e da diverse parti d'Italia (il 33%), solo il 17% dei quali ha più di 50 anni. 900, più o meno, sono stati i cittadini coinvolti nel progetto di rigenerazione del verde urbano Gardentopia. Gardentopia si rivolge agli spazi dismessi, alle aree abbandonate, alle periferie, a quelle zone che stanno ai margini dal centro, dal turismo e dagli scambi, per trasformare questi luoghi dimenticati in aiuole, giardini, orti accessibili a tutta la cittadinanza. Artisti internazionali e architetti del paesaggio hanno affiancato i cittadini in questo processo di riqualificazione.

Sono 400 le persone che hanno partecipato alla creazione dello spettacolo "Purgatorio"; 2.000 quelle hanno preso parte a workshop e laboratori presso la Open Design School per autoprodurre oggetti luminosi, "bag-light", che servono a percorrere la città e "disegnare riverberi, lampi, barlumi, percorsi luminosi tra le vie di Matera" in un progetto che si chiama *Social light* (<https://www.matera-basilicata2019.it/it/programma/temi/futuro-remoto/1412-lumen-social-light.html>).

Si chiamano *mappatori emozionali*, e sono più di 300, gli abitanti di Matera, dai 10 agli 80 anni, coloro che hanno segnato su mappe i luoghi della città dove sono accaduti avvenimenti emotivamente importanti della propria esistenza: il primo bacio, il percorso per andare a scuola, un litigio, la strada in cui abitavano i nonni, luoghi tuttora esistenti, mutati o scomparsi. 3000 segreti, con i quali è stata allestita La Secretissima Camera de Lo Core, una installazione multisensoriale *site specific*, articolata in più ambienti, dove le memorie degli abitanti prendono vita per raccontare l'anima dei luoghi.

Per vincere la selezione, una città candidata deve dimostrarsi robusta su quattro punti:

A: Contributo alla strategia culturale a lungo termine. Le ECOC più riuscite hanno utilizzato il titolo come catalizzatore per un cambiamento radicale nello sviluppo culturale e generale della città, producendo un impatto culturale, sociale ed economico sostenibile. Il modo migliore in cui una città può garantirsi questo lascito è incorporare l'anno nella sua strategia generale, sviluppando in particolare collegamenti tra cultura, istruzione, turismo, pianificazione territoriale, servizi sociali, ecc.

1. Contenuti culturali e artistici. Una visione artistica chiara e coerente e una strategia per la cultura;

## **Menabò di Etica ed Economia**

coinvolgimento di artisti locali e organizzazioni culturali nella concezione e attuazione del programma culturale; la capacità di combinare il patrimonio culturale locale e l'arte tradizionale con espressioni culturali nuove, innovative e sperimentali.

2. Dimensione europea. La visione complessiva dell'intero programma deve essere europea, e la dimensione europea deve quindi riflettersi nel contenuto culturale e artistico, nonché negli obiettivi fissati per la ECoC e nei corrispondenti indicatori.
3. Coinvolgimento e partecipazione. Coinvolgimento della popolazione locale e della società civile dalla candidatura alla realizzazione; creazione di opportunità nuove e sostenibili per un ampliare la platea di coloro che partecipano alla cultura (in particolare giovani, volontari, emarginati e categorie svantaggiate, comprese le minoranze, le persone con disabilità e gli anziani); attività di *audience development*.

Su queste quattro aree, l'esperienza di Matera potrà essere valutata alla conclusione dell'Anno.

I maggiori interrogativi, oggi, riguardano la prima area, e, in particolare, la sostenibilità, in tutte le sue accezioni. Il fragile borgo antico reggerà l'impatto con gli attesi 700.000 visitatori? La pratica culturale locale – di parecchio inferiore ai livelli di intensità medi nazionali, secondo i dati Istat – farà progressi significativi? Le imprese culturali e creative sopravvivranno? La nuova occupazione, soprattutto giovanile, si distribuirà includendo occupazioni qualificate ad alta intensità di conoscenze e abilità, o si concentrerà su posizioni precarie e poco qualificate nei consueti settori della ricettività e della ristorazione?