

COMITATO MATERA 2019

Piano di lavoro 2013

A che punto siamo

- il 13 novembre a Roma presso la sede del CIDAC si è tenuta la prima riunione promossa dalle città di Matera, Perugia-Assisi, Ravenna e Siena volta a creare il progetto Italia 2019
- Alla riunione hanno partecipato molte città che intendono candidarsi e, soprattutto, il segretario generale del MIBAC Pasqua Recchia
- Il 4 dicembre è uscito il bando del MIBAC per le città italiane candidate ECOC 2019
- Matera al momento è considerata sia dagli addetti ai lavori, sia dal mondo dei media italiani, sia dagli esperti europei “una città osservata speciale come candidata per il 2019”

Cosa dobbiamo fare

Secondo il piano di lavoro del comitato sono 5 le azioni prioritarie da svolgere in particolare nei prossimi mesi (dal 4 dicembre sono 10 i mesi utili per presentare la candidatura secondo i parametri inseriti nel bando, e la scadenza il 20 settembre del 2013):

1. Redazione dossier
2. Creazione di condizioni di forte partecipazione delle cittadinanza al progetto
3. Creazione di una lobby di sostegno della candidatura la più ampia e la più autorevole possibile
4. Comunicazione della candidatura, dei suoi obiettivi e delle sue ricadute a livello locale, regionale, nazionale, europeo
5. Creazione di progetti pilota emblematici che rafforzino la dimensione europea della candidatura

Il dossier di candidatura

- Il dossier di candidatura è l'oggetto più importante del lavoro del comitato dei prossimi mesi
- L'occasione è importante per definire le politiche del territorio nei prossimi 8/10 anni e individuare le relative azioni prioritarie nei settori cultura, turismo, trasformazione urbana, mobilità, attrazione di investimenti (piano strategico di Matera, piano di sviluppo regionale 2014/2020)
- Matera 2019 intende tuttavia rispondere in maniera originale alle domande e quindi ha deciso di costruire un dossier "wiki", realizzato grazie alla collaborazione di tutta la cittadinanza e ad un web team dedicato
- Il percorso sarà quindi quello di leggere il bando, di "prefigurare le risposte" da parte di un team di esperti quasi coincidente con il comitato scientifico e poi rimesse in gioco via web e accresciute nella loro definizione grazie alla collaborazione con diversi tipi di cittadini (locali, temporanei, virtuali)
- Il dossier dovrà essere anche corroborato e confrontato con alcune altre azioni strategiche in corso quali il piano strategico della città, il piano urbanistico della città, il piano di gestione UNESCO, il piano paesaggistico regionale.
- Fondamentale confronto con policy makers su tre tematiche fondamentali: accessibilità e mobilità, rigenerazione urbana e legacy.
- Il dossier di candidatura dovrà essere realizzato anche tenendo conto di tutte le diverse abilità dei possibili fruitori di Matera e dei suoi contenuti culturali: disabili sensoriali, disabili motori, disabili psichici e mentali

La lobby

- Oltre alla partecipazione di una cittadinanza sempre più ampia e consapevole delle opportunità derivanti dal processo di candidatura e dal suo eventuale successo, è necessario anche lavorare per allargare la rosa dei opinion leader del mondo della politica, dei media, della cultura e dello spettacolo, delle imprese, delle professioni, quali sostenitori espliciti ed impliciti
- Perché ciò avvenga è necessaria un'attività costante di pubbliche relazioni e di costruzione di momenti di presentazione ad hoc della candidatura in almeno due sedi principali, ovvero a Roma e a Bruxelles
- Ovviamente la scelta di uno o più temi con cui agganciare l'interesse dei sostenitori
- CDA pertanto ha promosso la nascita di un comitato d'onore composto da personalità di rilievo internazionale in grado di sostenerci e aiutarci in questa direzione

La comunicazione

- Riprogettazione e ristampa depliant istituzionale con traduzione e stampa versione inglese e francese
- Realizzazione video presentazione candidatura
- Campagna «lo sostengo Matera 2019» in Italia e all'estero (incontro con i Lucani all'estero a Potenza l'8 marzo)
- Riprogettazione sito internet e social media con piattaforma aperta e diffusione attraverso team di volontari dedicati per la realizzazione del dossier on line
- Campagna di comunicazione su principali testate italiane e straniere
- Campagna di comunicazione negli aeroporti di Bruxelles, Roma Fiumicino e Bari Palese
- Materiali below the line ad es. quaderni, magliette, tovaglette per i ristoranti, vetrofanie per i negozi etc.
- Ufficio stampa nazionale e internazionali
- Realizzazione di uno spazio fisico dove presentare la candidatura ai cittadini e agli ospiti italiani e stranieri (Urban Center temporaneo presso FAL)
- Realizzazione mostra su Matera da portare a Bruxelles, a Roma e a Milano

I progetti pilota

- I progetti pilota hanno come obiettivo il rafforzamento della dimensione europea della candidatura. In tale ottica, si inserisce:
 - BIG, La Basilicata si mette in gioco, per il coinvolgimento tra maggio e settembre di tutte le realtà locali della nostra regione
 - Polo Sud, per coinvolgere le scuole
 - Materadio 2013, focalizzato su coproduzioni europee/lucane (musica, teatro, ecc.) realizzate attraverso residenze a Matera ed in Basilicata di artisti di fama internazionale
 - Unmonastery, ovvero un progetto di residenza in cui promuovere progetti piccoli fortemente innovativi, favorendo la collaborazione aperta tra territorio e resto del mondo e attraendo talenti “al margine”.
 - Call per residenze europee, volte a rendere internazionali alcuni eventi sportivi e culturali già radicati sul territorio

Punti di forza

- Coesione delle istituzioni
- Attenzione della cittadinanza
- Notorietà della candidatura
- Attenzione di alcuni ministeri verso Matera 2019 (MIBAC, MIUR, MISE) da sfruttare bene
- Unicità della candidatura nel sud Italia
(altri che si sono finora palesati: Bari, Brindisi e Lecce ma divisi in casa, bari e brindisi pronti ad appoggiarci; Amalfi e Caserta che lo faranno solo come esercizio; Palermo e Siracusa che potrebbero essere clienti difficili ma che appare molto indietro)
- Innovazioni nel processo di candidatura
(candidatura wiki, scritta per tutti gli utenti possibili, anche per tutte le categorie “diversamente abili”)
- Possibilità di realizzare egualmente quanto progettato a prescindere dal risultato finale (se si sommano investimenti e progetti il valore economico è molto alto, specie pro capite)
- Forte attenzione potenziale dei media
- Qualità della squadra di lavoro

Punti di debolezza da migliorare

- Stanziamento di risorse economiche certe e disponibili nel prossimo mese quando incomincerà lavoro intenso per rispondere bando
- Sottodotazione dello staff, da ampliare
- Forte impegno sul fronte della rendicontazione e dell'acquisizione di liquidità, che distoglie le poche risorse umane dalla preparazione della candidatura
- Coordinamento con politiche regionali e nazionali da rafforzare
- Necessità di maggior visibilità in Europa specie presso DG competenti
- Necessità di acquisire anche consulenti internazionali
- Molti dei contatti nazionali potrebbero cambiare con il nuovo governo
- Necessità di chiarire che Matera 2019 non è un altro soggetto istituzionale a cui chiedere soldi ma soggetto verso il quale far convergere progetti e grazie al quale costruire una migliore performance collettiva

Il programma di lavoro da gennaio a settembre secondo i tempi di realizzazione

- Gennaio avvio redazione dossier con comitato scientifico
- Febbraio lancio bando La Basilicata si mette in gioco
- Marzo incontri co ass. lucani all'estero, ideazione urban center 2019, bando Unmonastery
- Aprile avvio revisione pubblica dossier, incontri nelle scuole, sviluppo progetto Bulgaria
- Maggio incontri con imprese e comuni limitrofi, apertura Urban Center, Polo Sud
- Giugno presentazione Matera a Roma e Bruxelles
- Luglio consegna del dossier alla città e mostra Matera / Sofia
- Agosto campagna di comunicazione nazionale e residenza a Matera per Materadio
- Settembre consegna dossier e presentazione in occasione di Materadio 2013

Per tutto il periodo, da febbraio a settembre e anche oltre, educational con giornalisti stranieri e italiani, presentazioni nelle ECOC 2013 e successive, presenza del marchio nei grandi eventi della città, della regione, nelle fiere dove è presente APT

**GRAZIE PER L'ATTENZIONE
TUTTI INSIEME
PER MATERA 2019!**