



COMUNICARE L'IMPRESA

L'articolo che apre questa sezione non è propriamente dedicato a un tema di comunicazione: perché è un progetto globale, la valorizzazione di una città ai fini di farla diventare capitale della cultura italiana per un anno. Ma è "anche" un progetto di comunicazione: prima fare, e fare bene, poi far sapere. È la chiave del successo.

Eco

60

FERRUCCIO DE BORTOLI
LA CAMPAGNA ELETTORALE
TRA SOCIAL E FAKE NEWS

62

HO PRESO L'INFLUENCER
IL POTERE SEMI-OCULTO
DEI NUOVI "GURU" DELLA RETE

64

L'IMPRESA, CHE SCATTI
LA SFIDA DI SILVANO PUPELLA,
MANAGER E FOTOGRAFO

«CON LA (S)CULTURA SI MANGIA, E PIETRASANTA LO DIMOSTRERÀ»

La sfida della cittadina toscana: diventare capitale della cultura italiana nel 2020. Facendo leva su una straordinaria tradizione artistica che s'intreccia con la natura e la cultura materiale del territorio.

Con la cultura si mangia oppure no? La sfida di Pietrasanta – di cui è ideatore, col Comune, Andrea Granelli, tecno-creativo dalle molte anime, digitale e culturale innanzitutto – è affascinante perché dimostra che sì, con la cultura si può fare sviluppo e quindi impresa: e diventare capitale italiana della (s)cultura nel 2020. E dimostra che lo si può fare anche nei piccoli centri, forse più (o meglio) lì che nelle città più grandi. Nelle pagine a seguire, una felice sintesi di tutto questo.



di Andrea Granelli

Sembra un gioco di parole ma non lo è. Il rischio su cui questa domanda retorica vuole porre attenzione è il ritenere che la cultura, da sola, sia in grado di cambiare – come un Titano – i destini della città: pregiudizio a mio modo di vedere ingannevole e pericoloso. La cultura è uno straordinario ingrediente che può assicurare il benessere di un luogo e può anche trasformarsi in importante – talvolta addirittura essenziale – fattore produttivo. Ma come ogni fattore produttivo si deve unire ad altre risorse e specificità del territorio per assicurare non tanto delle fiammate di successo effimero ma un percorso solido e stabile di crescita e soprattutto di sostenibilità.

È il collegamento con il turismo difficilmente è sufficiente; o per lo meno può funzionare per alcuni casi, molto rari, e certamente non può diventare un modello altamente replicabile per le nostre "piccole" città d'arte (...).

Potremo dire che il compito della cultura è ancora più rilevante, ma deve essere necessariamente integrato con le altre dimensioni del vivere e produrre urbano. In questo senso anche l'approccio tenuto fino ad oggi nei confronti delle smart cities rischia la stessa ingenuità progettuale: puntare ad una sola leva – in questo caso non la cultura ma l'innovazione tecnologica – per trasformare in modo stabile



e desiderabile il profilo e la vita delle città.

Ma le città (anche le capitali della cultura) non sono solo il luogo del consumo (anche culturale) ma anche (e soprattutto) della produzione di ricchezza: sono il cuore dell'economia terziaria dove la cultura, il turismo, ma anche l'artigianato, il commercio, il welfare, il software, la finanza e certe forme di agricoltura (urbana e a km zero) e di catena alimentare diventano specifiche declinazioni produttive.

Il questo senso va reinterpretata la cultura, e quindi il voler essere capitale della cultura; ed è in questo senso che la "piccola" città di Pietrasanta, per i suoi estimatori la piccola Atene della Versilia – nel suo candidarsi a Capitale Italiana della Cultura 2020 – ha orientato e arricchito la sua progettualità legata alla tutela, gestione e valorizzazione dei propri asset culturali.

Il punto di partenza è la sua identità di "capitale mondiale della (s)cultura", formatasi nei secoli e potenziata negli anni recenti, grazie all'integrazione di questo suo status con altre doti tipiche della terra di Toscana, dove la qualità della vita si sposa con arte, cultura, eventi, intrattenimento e buona cucina, il tutto immerso e incorniciato nelle vestigia di una storia centenaria. Anche se le stele della vicinissima Lunigiana e i cippi funerari etruschi rinvenuti nel territorio versiliese parlano di una storia millenaria, la notorietà scultorea di Pietrasanta, già diffusa nel XIV e XV secolo, viene sancita nel 1518, quando Michelangelo stringeva i primi contratti per l'acquisto di marmi, fino a giungere agli anni '50, quando

Henry Moore diede inizio su questo territorio alla produzione internazionale di scultura contemporanea in marmo. Ma in questo territorio la (s)cultura si è sviluppata grazie a un vero e proprio ecosistema caratterizzato dalla coesistenza armoniosa di alcune specificità, in apparente contraddizione fra loro, ma che costituiscono invece la sua tipicità e attrattiva:

- **Mare – Montagna:** la compresenza delle spiagge della Versilia a e delle Alpi Apuane – unite da uno spazio collinare dove è situata Pietrasanta ne fanno un ambiente naturale unico in cui il mare dialoga con le montagne.

- **Natura – Cultura:** la

natura più estrema e ancestrale – le cave di marmo – dialoga con una delle forme più plastiche d'arte: la scultura.

- **Antico – Moderno:** le numerosissime tracce della storia dialogano con artisti e scultori contemporanei che vengono a Pietrasanta a ispirarsi e a lavorare e contribuiscono a definirne il profilo moderno (mostre d'arte, scenografie per Festival, interventi su strutture urbane)

- **Arte – Artigianato:** le punte più sofisticate e innovative della scultura d'oggi non potrebbe esistere senza una filiera di artigiani (marmo, bronzo, mosaico, intarsio) che trasforma le intuizioni degli artisti in opere reali.

- **Italia – Estero:** luogo autenticamente italiano ma con forte presenza internazionale. Artisti, villeggianti e turisti stranieri.

- **Glamour – Meditazione:** i luoghi del diverti-

LE CITTÀ NON SONO SOLO IL LUOGO DEL CONSUMO MA ANCHE DELLA PRODUZIONE DI RICCHEZZA: E DEVONO VALORIZZARE I LORO ASSET CULTURALI

mento sfrenato e dei Vip – le spiagge della Versilia – convivono anzi si armonizzano con i luoghi della meditazione, dell'ispirazione artistica della contemplazione dell'arte e della storia.

Queste coppie di attributi diventano anche un modo per raccontare in maniera unica e autentica il territorio e le sue ricchezze.

Forse l'artista che ha incarnato e armonizzato queste apparenti contraddizioni di Pietrasanta è lo scultore di origini polacche e naturalizzato francese Igor Mitoraj. La sua opera è moderna ma si ispira ai canoni antichi della romanità. (...) Mitoraj, anagraficamente straniero,

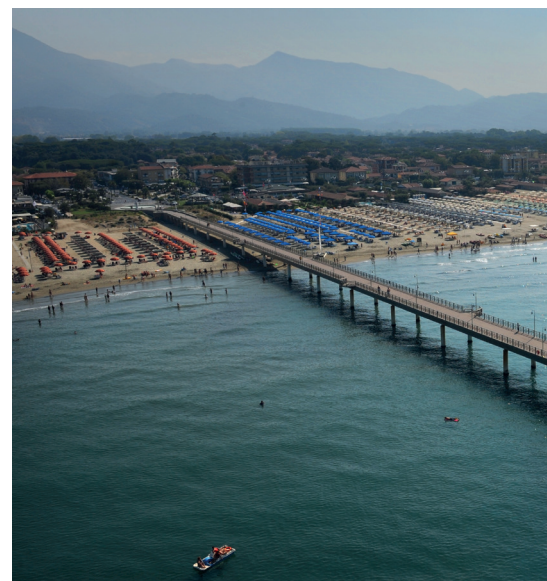
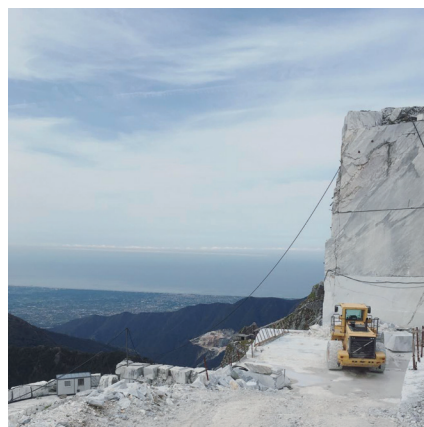
si è sentito italiano e

Pietrasanta è stata la sua seconda casa. (...) Mitoraj non solo ha

vissuto una parte della

sua vita a Pietrasanta, di cui è stato nominato Cittadino Onorario, ma ivi prodotto una parte rilevante delle sue opere. Perciò il Comune ed il MIBACT hanno appena deciso di dedicargli un museo, anche questa attività parte della progettualità legata alla candidatura a Capitale della Italiana della (S)Cultura 2020.

Quale dunque il ruolo della cultura per rilanciare rafforzare il benessere e la sostenibilità di un territorio? Non tanto o non solo per la creazione di attrattori turistici – spesso efficacissimi ma effimeri – ma perché capace di "coltivare" il territorio rendendolo fertile, come la radice profonda della parola cultura ci ricorda. La cultura deve essere strumento di ibridazione e fertilizzazione, di unificazione e racconto



delle diverse anime di un territorio, deve diventare il collante fra diversi saperi e mestieri. Per questo motivo – oltre al consueto piano di attività ed eventi culturali (una fra le tante, il “Festival Internazionale della Scultura”), ai percorsi tematici e le piattaforme digitali (portali e App) che Pietrasanta propone, uno degli aspetti di novità che vuole cogliere la natura profonda di cultura come elemento di sostenibilità sociale ed economica di un territorio, è la strutturazione del primo distretto economico al mondo pensato per gli scultori (e non solo per la “scultura” ...), per sottolinearne la valenza non solo culturale ma anche economica e occupazionale. Il distretto avrà come obiettivo il facilitare l’interazione e lo scambio – pratico e informativo – fra tutti gli attori della filiera, dall’attività di estrazione al ruolo – fondamentale – degli artigiani. E poi il trasporto specializzato e la catena commerciale a valle del prodotto artistico: mercanti, gallerie d’arte, case d’asta, collezionisti. Fornirà anche specifiche facilitazioni insediative e sarà dotato di uno spazio permanente e attivo sull’innovazione: il cui primo nucleo sarà il “Centro di competenza ‘Impresa 4.0’ sulla lavorazione lapidea”.

Ma la **(s)cultura** ha un’altra interessante caratteristica: non solo è il più antico artefatto dell’uomo (le prime sculture sono molto antecedenti alle grotte di dipinte di Altamira o Lascaux) ma è anche il più moderno, dove nuovi materiali, sensoristica e digitale dialogano cercando nuove forme espressive e dove – soprattutto nei laboratori lapidei della Versilia – già

collaborano il vecchio artigiano con la subbia e il figlio con il software a controllo numerico, un esempio concreto di dialogo intergenerazionale coerente con le opportunità “4.0”.

Per questo motivo il dialogo con l’innovazione manifatturiera e il mondo artigiano è essenziale e Pietrasanta organizzerà – in maniera permanente – luoghi e momenti di incontro, di studio reciproco e di ibridazione fra il mondo dell’arte e il mondo dei mestieri artigiani. In questo ambito due iniziative specifiche:

- **Summer School** dedicate alla lavorazione lapidea che uniscano artigiani, architetti, scultori e designer, in collaborazione con il POLI.design, l’Università di Pisa e alcuni centri internazionali (International Sculpture Center di Washington D.C., Royal British Society of Sculptors di Londra, Accademia di Belle Arti di Danzica, e Accademia di Belle Arti di Mosca).

- **Corsi di Specializzazione** e borse di studio con stage presso gli studi degli artisti, i laboratori lapidei o le fonderie artistiche. Queste iniziative educative sono dirette alla formazione in ambito scultoreo di artisti, designer e artigiani in partnership con scuole affermate. È anche in fase di studio l’organizzazione in **collaborazione** e sinergia con altre istituzioni – quali ad esempio la Fondazione Cologni dei mestieri d’arte di Milano – di specifiche iniziative di tirocinio che facilitino la trasmissione degli antichi saperi artigiani legati alla lavora-

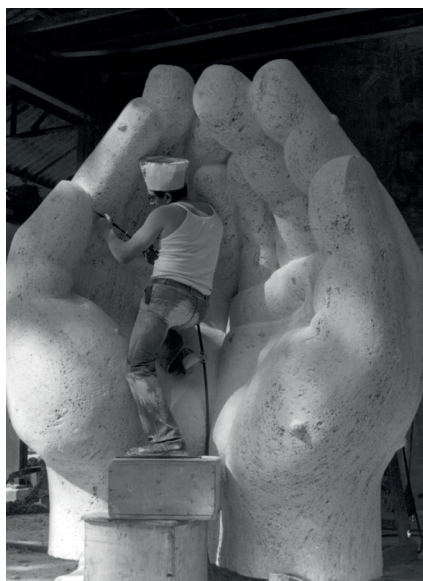
zione lapidea. Infine oltre ai cittadini e ai turisti, il territorio di Pietrasanta può vantare un’altra importantissima categoria che il progetto intende sfruttare: i villeggianti. Proprietari di case ma non stabilmente residenti – moltissimi dei quali stranieri – che trascorrono periodicamente del tempo sul territorio e che spesso hanno contribuito a finanziare iniziative e a costruire l’immagine e la notorietà che oggi Pietrasanta ha nel mondo.

È questa una **seconda forma** di turismo su cui Pietrasanta vuole investire di più. Una forma di turismo più solida, attenta al territorio:

una forma robusta e sostenibile di turismo ma anche una risposta concreta al devastante turismo mordi e fuggi.

I VILLEGGIANTI SONO UN’ALTRA CATEGORIA CHE IL PROGETTO INTENDE VALORIZZARE PERCHÉ TESTIMONIANO LA CITTA’ NEL MONDO

Per tutti questi motivi Pietrasanta diventerà un laboratorio di sviluppo economico e sociale reso possibile dalla cultura, ma che va oltre la cultura; una cultura non solo “alta” ma anche materiale, dove la creatività artistica, i saperi artigiani, le possibilità delle nuove tecnologie e la ricchezza della natura circostante consentono di creare un unicum in grado di rappresentare in pienezza l’Italia della cultura: non tanto quella delle grandi città d’arte, ma piuttosto quella più diffusa e “italica” dei piccoli centri, dei mille campanili. È infatti nella piccola dimensione – e non nei grandi attrattori turistici – che si gioca la grande sfida della sostenibilità economica dove la cultura può e deve giocare un ruolo essenziale e trainante.



In queste pagine, alcune immagini di Pietrasanta, che si candida al ruolo di capitale italiana della cultura per il 2020