

Capitale europea della Cultura, «per Genova è stata una svolta»

written by Redazione
6 Giugno 2013



Nel 1998 i governi dell'Unione Europea hanno designato Genova "Capitale Europea della Cultura", insieme alla città francese di Lille per il 2004. Il significato della candidatura di Genova, avanzata a metà degli anni novanta dall'allora giunta comunale, risiedeva nell'ambizione di riuscire a trasformare la

città, a darne una nuova percezione ponendo il valore della cultura al centro della sua azione, convinti che la riconquista del ruolo di “Capitale” rappresentasse un aspetto fondamentale di riappropriazione dell’orgoglio cittadino. Un obiettivo centrato all’indomani del G8 del 2001 e dei suoi disordini ed episodi dai risvolti drammatici, che Genova è riuscita a scrollarsi di dosso grazie ad un’immagine identitaria forte, orientata al turismo, all’arte e all’accoglienza. Con il 2004, Genova ha voluto esprimere la ricchezza culturale della città nel suo complesso e con le sue contraddizioni, intendendo per “cultura” il risultato dell’evoluzione sociale di una città. Quindi, non solo il patrimonio monumentale o le forme dell’espressione artistica, ma anche scienza, tecnologia, solidarietà e qualità della vita, riuscendo in un intento non facile, così come hanno dimostrato le esperienze delle altre due uniche città italiane capitali europee della cultura: Firenze nel 1986 - ad un anno dall’istituzione delle “Capitali” - e Bologna nell’anno del Giubileo. Il 2004 ha costituito un’eccezionale occasione per definire l’immagine di una città a più vocazioni, capace di far convivere porto, industria e attività turistiche e culturali, ripensando la propria missione economica e il posizionamento rispetto ad altre aree metropolitane, per costruire anche un settore culturale e turistico forte, integrato e sinergico con le contigue aree liguri tradizionalmente turistiche. Lo svolgimento del G8, nel luglio del 2001, aveva sicuramente aumentato la notorietà di Genova, senza comunicare però l’immagine di una città dall’alta qualità della vita, dalle numerose eccellenze culturali, di una città d’arte. Probabilmente, l’unico settore rispetto al quale l’eccellenza di Genova veniva universalmente riconosciuta era ed è quello della “portualità”, sotto i diversi aspetti della movimentazione, della logistica, della cantieristica, dei servizi legali e assicurativi ad essi collegati. Le istituzioni locali hanno scelto di rafforzare la visione d’insieme di molte attività che caratterizzano Genova in senso turistico e culturale (l’Acquario, il Teatro Carlo Felice, Palazzo Ducale, la Fiera, il Porto Antico, i musei, i palazzi dei Rolli), affinché fossero interpretate come un “unicum” e come parte integrante della città. In omaggio al “dna” industriale cittadino Genova è stata promossa come una città della ricerca e

dell'industria grazie a istituti quali l'Ist (Istituto Scientifico per lo studio e la cura dei Tumori), il Cba (Centro di Biotecnologie Avanzate), l'Iit (Istituto Italiano di Tecnologia), a alcuni dipartimenti dell'Università, al Cnr (Consiglio Nazionale delle Ricerche), all'Infm (Istituto Nazionale di Fisica della Materia), quali punti di eccellenza della comunità scientifica, così come Marconi, Elsag, Esaote, Dixet nel panorama delle industrie high-tech. Il 2004, insomma, ha costituito l'occasione per modificare la percezione di Genova a livello nazionale, europeo, mondiale e, non ultimo, locale, rendendo noti a tutti i punti di eccellenza e la nuova identità culturale della città.

Anna Castellano, assessore alla Comunicazione e Promozione della Città Capitale Europea nel 2004 traccia un bilancio dell'esperienza a distanza di quasi dieci anni dall'evento: «Genova è uscita dal cono d'ombra di città portuale ed industriale, riaffermando sempre più se stessa come città d'arte e del tempo libero, come conferma la costante crescita negli anni di turisti, soprattutto stranieri. Genova non era mai stata percepita come città turistica e per questo, come del resto non hanno mai mancato di rimarcare i nostri comici, è sempre stata piuttosto carente sul fronte dell'accoglienza. Oggi c'è ancora molto da fare, ma rispetto a 10-15 anni la città ha fatto passi da gigante: c'è un vero e proprio orgoglio genovese nel proporsi come città aperta e congressuale e nel sottolineare il passato glorioso di repubblica marinara. Infine, dal punto di vista pratico, si trovano negozi aperti anche la domenica e l'accoglienza in alberghi e ristoranti è migliorata moltissimo». Genova 2004 ha lasciato il segno nei cittadini prima ancora che nei visitatori: «Se la manifestazione è stata un successo in termini di presenze di visitatori, abbiamo vinto la scommessa più difficile di conquistare i genovesi. Genova 2004 ha davvero rappresentato un momento d'oro della città, che tutti ricordano, a partire dai commercianti per cui il marchio di capitale europea ha rappresentato un'occasione irripetibile per riscoprire uno spirito corporativo senza precedenti. Grazie agli investimenti fatti e a questo cambio di mentalità oggi Genova è percepita dai giovani come una città viva e in

fermento». «A differenza di Lille - prosegue -, anch'essa capitale nel 2004, che aveva investito in eventi e comunicazione, a Genova gli investimenti hanno rinnovato ed abbellito il centro storico, grazie anche a forti investimenti da parte di privati. Dal porto antico ridisegnato da Renzo Piano che collega il centro storico al mare, al rifacimento di facciate e corti interne al Museo del Mare, inaugurato nel 2004, Genova si è rifatta il look ed ha gettato le basi per entrare nel novero dei siti Unesco nel 2006, valorizzando le "Strade Nuove e il sistema dei palazzi dei Rolli", le vie e le antiche dimore che ospitavano gli ospiti illustri della Repubblica».

Un indotto di 440 milioni

L'investimento complessivo del programma "Genova 2004 Capitale europea della Cultura" è stato di circa euro 241 milioni. Da uno studio realizzato da un soggetto indipendente (Consav - Società consortile di imprese attive nei servizi avanzati), è emerso che le manifestazioni di Genova 2004, solo tenendo conto delle presenze di persone provenienti da fuori Genova, hanno generato un indotto economico di circa 220 milioni di euro. A tale importo va aggiunto l'indotto economico generato dalla partecipazione alle manifestazioni dei cittadini genovesi; non è stato possibile stimare con precisione tale importo, che tuttavia si ritiene di entità pari all'indotto "turistico". Pertanto, l'indotto economico complessivo può essere stimato in euro 440 milioni. L'indagine ha evidenziato che la spesa media dei visitatori non genovesi è stata di circa 84 euro al giorno; la permanenza media dei visitatori in città di 1,7 giorni. L'indotto generato dagli eventi monitorati (senza incassi da biglietteria) è stato pari a 66.903.989 euro, con incassi pari a 4.381.022 euro. Un discorso a parte meritano i convegni che, pur rappresentando il 2% in termini di affluenza hanno rappresentato il 10% in termini di indotto. Infatti la permanenza media dei convegnisti sale a 2,8 giorni (1,1 giorni in più rispetto ad un visitatore di evento), con una spesa media per i non genovesi di 200 euro al giorno (pari a due volte e mezza la spesa per visitatore di evento).

Una nuova opinione della città

Secondo un'indagine effettuata da Demoskopea, sponsor strutturale della manifestazione, sul cambiamento nella percezione degli italiani della città di Genova, i risultati sono significativi, se non addirittura sorprendenti. Alla domanda se la Capitale della Cultura abbia prodotto un cambiamento su Genova, ha risposto positivamente il 72,3% degli italiani e l'88,5% dei genovesi. Tra i cambiamenti citati dagli italiani e dai genovesi ci sono soprattutto vantaggi legati al turismo e alla cultura, grazie alla maggiore visibilità di Genova a livello europeo e mondiale (13,3% degli italiani e 10,2% dei genovesi). Inoltre c'è stata una maggiore curiosità di vedere Genova (10,2% degli italiani e 14,1% dei genovesi) e GeNova 2004 è stata una buona occasione di pubblicizzare Genova a livello mondiale (5,7% degli italiani e 7,3% dei genovesi). I genovesi hanno segnalato anche i vantaggi legati ai restauri effettuati (6,8%) e al miglioramento delle infrastrutture e alle ristrutturazioni (5,1%). Soltanto il 6,7% del campione totale degli italiani ha ritenuto che l'evento sia stato poco pubblicizzato e che comunque la città sia rimasta uguale a prima. In sintesi, il 66% del campione ha percepito per Genova vantaggi a livello culturale e di immagine.

"Capitale" anche sui media

Una ricaduta significativa di GeNova04 è legata anche all'attenzione ottenuta da parte dei media, sia nazionali sia esteri: in questo settore, il risultato ha superato le aspettative. Da dicembre 2003 a dicembre 2004 sono stati 10.531 gli articoli apparsi su GeNova 2004 (in media 29 articoli al giorno). Piena la copertura sulla stampa estera, con un primato Usa (90 articoli sui giornali statunitensi con una tiratura giornaliera media di 42.272.000 copie), 1 milione di pagine web create su Genova da settembre 2003 in poi (29% di incremento).

Oltre 450 le iniziative collaterali

Oltre ai "Flagship events" che hanno punteggiato il percorso annuale della Capitale Europea della Cultura, Genova 2004 ha valorizzato tutta la programmazione artistica e culturale che le principali istituzioni del settore tradizionalmente svolgevano nel corso dell'anno. Il "fil rouge", rappresentato dal

tema del “Viaggio”, è stato il pretesto per armonizzare la programmazione e individuare alcuni tratti identitari comuni, sulla base dei quali costruire il palinsesto completo degli eventi. Ne è scaturito un programma fittissimo di eventi, che ha rappresentato un vero e proprio “Diario di bordo” di Genova 2004, comprendente oltre 450 appuntamenti di varia natura e durata: dalle mostre ai concerti, dal cinema agli eventi sportivi, dai convegni al teatro. Per quanto riguarda i visitatori, si stima che circa 2.800.000 persone abbiano complessivamente partecipato agli eventi inseriti in programmi. I visitatori nei musei cittadini sono stati invece circa 382.000 nel corso di tutto l’anno.