



Festival delle Città Narranti

Si è tenuta a Maratea, in Basilicata, l'edizione "zero" di un festival che non c'era. Un evento che parla di promozione del territorio e storytelling, dove le città si raccontano per comunicare la propria identità culturale e la propria bellezza **di Barbara Ainis**

Una spiaggia della Basilicata ha ospitato le testimonianze di città capaci di reinventarsi.

A beach in Basilicata hosted testimonies of cities able to reinvent themselves

Luoghi, le città, i panorami non sono unicamente contesti fisici di bellezza e fascino, non si esauriscono nel numero di attrattori turistici che possono vantare, nella qualità e quantità della propria offerta d'accoglienza. Oggi più che mai si sta mostrando con evidenza la necessità e l'urgenza di guardare a questi collettori di patrimoni, ambientali e culturali, materiali e immateriali, come a una fonte preziosa di narrazione. La promozione di un territorio, al di là di slogan pubblicitari e inviti generici, può diventare così "narrazione di narrazioni", declinando a seconda della propria identità i molti modi di raccontare propri dello storytelling e suggerendo al turista una chiave di lettura per interpretarne l'unicità della storia, delle tradizioni, della memoria storica e della bellezza. In questa originale ottica di distinzione e promozione si è collocata la prima edizione sperimentale del Festival delle città narranti, una iniziativa della Fondazione "Francesco Saverio Nitti", insieme con la Fondazione Matera-Basilicata 2019 e

con la collaborazione scientifica della Università IULM di Milano (Osservatorio sul *Public Branding*) e dell'Università della Basilicata. Il "numero zero" di questo festival ha avuto luogo a fine ottobre nella cornice affascinante della baia di Maratea, all'interno proprio di Villa Nitti. Due soli giorni andati in scena per verificare la formula e l'accoglienza di un progetto che si propone come luogo anch'esso di narrazione, spazio per nuove idee, per la promozione culturale ed economica di città e territori.

Raccontare le differenze

«Il Festival delle città narranti nasce da una lunga esperienza attorno al tema dell'identità nazionale e territoriale», ci ha detto **Stefano Rolando**, presidente di Fondazione Nitti e direttore dell'Osservatorio Public Branding IULM, oltre che ideatore del Festival assieme a Paolo Verri, direttore della Fondazione "Matera Basilicata 2019". «Ho lavorato tutta la vita su questi concetti. Il tema della distinzione porta con sé punti di forza e di debo-



Matera ha presentato alla platea del Festival i risultati di un anno come Capitale europea della cultura.

Matera presented the results of a year of European Capital of Culture to the Festival audience

©Barbara Ainis

lezza per i brand territoriali, che possono caratterizzarsi per adesione o differenza con il brand nazionale. Ci sono territori e città che aderiscono all'immagine dell'Italia quale "bel giardino": dal Monferrato alla Costiera Amalfitana, dalle Dolomiti alla piana di Agrigento. Ma un pezzo di Italia ha operato, al contrario, per distinguersi su altri parametri e tracce identitarie, Milano in testa". La città lombarda, infatti, volgendo a termine la sua caratterizzazione di luogo della produzione industriale, si è interrogata su come tornare a raccontarsi. E ha colto, negli anni di preparazione all'EXPO 2015, l'occasione per ridefinirsi narrativamente come una città che era cambiata. «I grandi eventi aiutano a ridefinire i luoghi», ha continuato il presidente della Fondazione Nitti. «Il Comitato Brand Milano [di cui il prof. Rolando è stato presidente, n.d.r.] si è impegnato per ridefinire la narrazione della città e a termine dei lavori ha consegnato al Sindaco un rapporto, l'Atlante Brand Milano. Non è facile da spiegare in cosa consista il Public Branding. Non stiamo parlando di marketing, ma di ciò che viene prima, dell'identità in evoluzione rispetto al patrimonio simbolico collettivo che muta nel tempo e di come venga raccontato».

Proprio da questa esperienza milanese è

emersa l'esigenza di trovare e definire un luogo per chi si occupa di questa trasformazione nella disciplina della comunicazione pubblica, un luogo per essere informati e per dar vita a un dibattito pubblico. La complessità di questo tema meritava un luogo per mettere in collegamento chi ha questo medesimo approccio. E lo ha trovato nella sede della Fondazione Nitti a Maratea, un luogo di pace e riflessione che si apre ai grandi eventi della cultura. «Quest'anno abbiamo fatto

Villa Nitti, sede dell'omonima Fondazione e del Festival delle città narranti.

Villa Nitti, home of the homonymous Foundation and the Festival of the narrating cities





Alcuni relatori del festival. Secondo da destra Stefano Rolando, presidente della Fondazione Nitti. *Some speakers of the festival. Second from the right Stefano Rolando, president of the Nitti Foundation*

un prototipo, un numero zero per vedere se ci fosse interesse, dando voce a Matera, per la rendicontazione del suo anno di comunicazione, e a ospiti internazionali che potevano riportare e raccontare schegge di posizionamento”, ha detto ancora Stefano Rolando. Nelle due giornate di Maratea, infatti, una è stata dedicata a casi diversi di città del sistema euro-mediterraneo: Barcellona, con l'intervento in video conferenza di Enric Truñó i Lagares, consulente internazionale, già assessore di Barcellona con il sindaco del cambiamento Pasqual Maragall e studioso di storia della città catalana; Breslavia, in Polonia, Capitale della Cultura 2016, raccontata da Katarzyna Stępniaik, dell'Ufficio Turismo e Promozione della Città; Petra, presentata nella sua rinascita turistica da Marco Biazzeiti, responsabile Ente Turismo Giordania in Italia, e anche Milano con il caso di Expo 2015, per voce di molti interventi, oltre, naturalmente, anche alla città ospitante di Maratea, con l'intervento del suo sindaco Daniele Stoppelli. L'altra giornata è stata dedicata

a “Matera capitale europea della cultura 2019”, ormai pronta a “rendicontare” dal punto di vista comunicativo l'esperienza di questo anno denso di eventi e contenuti. Sono intervenuti Paolo Verri, direttore della Fondazione Matera, Giampaolo D'Andrea, assessore alla cultura, e Rossella Tarantino, Serafino Paternoster, Raffaella Pontrandolfi, operativi nell'esperienza comunicativa.

Un successo tra i giovani

I risultati di questa prima edizione-prototipo del Festival delle città narranti hanno confermato l'interesse atteso dagli ideatori. Ma per tirare queste positive considerazioni non ci si è basati tanto sull'eco mediatica prodotta, né sulle considerazioni istituzionali, quanto piuttosto sull'attenzione dimostrata da chi rappresenta il futuro del turismo, dell'accoglienza e della cultura in Italia. «I media hanno pubblicato i nostri comunicati, ma sapevamo che difficilmente avrebbero approfondito», ha chiarito Rolando. «Ma quello di cui siamo soddisfatti è che siano venuti gli studenti universitari e delle superiori, ragazzi che hanno passato con noi queste giornate perché interessati a questo approccio diverso. Fanno Beni Culturali o Turismo, ma come sempre manca nel sistema universitario la multidisciplinarietà. Questa materia, invece, ha bisogno di sconfinamento e sperimentazione, di interconnessione. Gli studenti hanno capito che, se non te lo dà l'Università, lo devi fare tu”. La partecipazione dei giovani delle scuole superiori e dei corsi universitari è stata voluta e favorita proprio per dare all'evento un carattere formativo e pragmatico più che istituzionale. «La presenza, che abbiamo organizzato, di studenti universitari di varie città e di scolaresche del territorio, è stata un indicatore importante di attenzione e di interesse», ha commentato **Paolo Verri**, direttore della Fondazione «Matera Basilicata 2019» e co-ideatore del Festival. «La comprensione che in questo campo sia in gioco molto futuro, fatto non solo di appartenenze ma anche di nuova creatività e di sfide, è passata con evidenza. La

Citazioni

«Anche un luogo di speciale bellezza deve andare al di là di questo racconto e ha necessità di altre forme espressive per fare emergere proposte culturali, museali e di riqualificazione del patrimonio, così come Maratea è incamminata a fare».

Daniele Stoppelli sindaco di Maratea

«Il carattere distinto dei territori è la grande carta comunicativa dell'Italia ed è il cantiere più interessante per lavorare sul rapporto tra turismo e cultura».

Pier Giorgio Quarto, presidente della Commissione Attività produttive del Consiglio regionale della Basilicata

casistica è infinita. Abbiamo cominciato da casi esemplari e contiamo di disegnare un programma all'altezza di un modo nuovo, che in Italia si va sperimentando – da Milano a Matera – con partecipazione ed entusiasmo dei giovani che va anche reindirizzato professionalmente».

Il futuro del Festival

Scopo di questa prima edizione è stato quello di delineare il possibile futuro di questo evento per raccontare i territori e stimolarne la promozione mediante lo strumento dello storytelling. «L'evento di quest'anno lo abbiamo volutamente organizzato su una spiaggia del nostro Mezzogiorno, e non a Roma, dove avrebbe sicuramente avuto maggior seguito mediatico, perché volevamo che fosse un laboratorio di quello che potrà diventare in futuro un tavolo di riflessione dell'esperienza della Capitali Europee della Cultura», ha concluso Rolando. «Il

Festival potrà offrire anche grandi opportunità di rilanciare l'immagine culturale dei luoghi, in particolare seguendo la linea euro-mediterranea, ossia toccando le città del Mediterraneo meridionale e orientale. Parliamo di territori sofferenti che hanno una sola via di uscita, quella del rapporto tra territorio e cultura, per costruire un sistema di pace. Il Festival delle città narranti potrà essere il luogo d'incontro per testimoniare processi in atto e per sostenerne lo sviluppo con reti di città, università e competenze istituzionali. Dai due giorni di quest'anno si potrà passare a cinque o sei giorni, anche in più sedi. Servono soldi, infrastrutture e cabina di regia. Oggi i festival che funzionano nel nostro Paese sono luoghi nei quali c'è un cuore di professionalità di organizzazione molto forte. Ma noi vogliamo anche creare il confronto, creare luoghi di dibattito e di misurazione del dibattito».

In occasione dell'EXPO 2015 Milano ha ripensato la propria identità da presentare al mondo.

On the occasion of the EXPO 2015 Milan has rethought his identity to show in the world.

©Barbara Ainis



ART AND CULTURAL ITINERARIES

Festival delle Città Narranti

The “zero” edition of a festival that did not exist was held in Maratea in Basilicata. An event that centered on promoting the region and storytelling where the cities tell their story to convey their sense of cultural identity and beauty

by **Barbara Ainis**

The places, cities and landscapes are neither just physical settings of beauty and charm, nor are they merely limited to the number of tourist attractions and the quality and quantity of the accommodation on offer. It is now becoming increasingly obvious just how important and necessary it is to view these conduits of environmental, cultural, tangible and intangible assets as an invaluable source of material for telling their story. In addition to advertising slogans and generic invitations, promoting an area can thus become the “story telling of stories”, outlining the many ways of telling a story, based on a specific identikit and providing the tourist with a key to interpreting the unique history, traditions, historical memory and beauty of a particular place. The first experimental edition of the Festival delle città Narranti, an initiative organized by the “Francesco Saverio Nitti” Foundation, to-

gether with the Matera-Basilicata 2019 Foundation and the scientific collaboration of the IULM University of Milan (Observatory on *Public Branding*) and the University of Basilicata was held with this original viewpoint of how to promote and set an area apart. The “zero edition” of this festival took place at the end of October inside Villa Nitti against the fascinating backdrop of the bay of Maratea. Just two days were dedicated to testing the formula and reception of a project that was geared towards being a place for storytelling as well, a space for new ideas and the cultural and economic promotion of cities and regions.

Talking about differences

«The Festival delle Città Narranti stems from extensive experience on the theme of national and regional identity», said **Stefano Rolando**, president of the Nitti Foundation and director of the IULM

La bella Maratea rappresenta la linea euro-mediterranea che il Festival intende seguire nei prossimi anni. *The beautiful Maratea represents the Euro-Mediterranean line that the Festival intends to follow in the coming years*





La seconda giornata del festival è stata interamente dedicata a Matera Capitale europea della cultura 2019. *The second day was dedicated to "Matera European Capital of Culture 2019".*
©Barbara Ainis

Public Branding Observatory, as well as the brains behind the Festival, together with Paolo Verri, director of the Matera Basilicata 2019 Foundation. «I have worked on these concepts my entire life. Focusing on differences brings with it the strong and weak points for regional brands that lie in whether they adhere to or differentiate themselves from the national brand. There are regions and cities that embrace the image of Italy as a "beautiful garden": from Monferrato to the Amalfi Coast, as well as the Dolomites and the Agrigento flatlands. But one piece of Italy has taken a different stance in an attempt to set itself apart in other ways and aspects of its identity, Milan first and foremost". The Lombardy city, in fact, after setting itself up as a centre for industrial manufacturing, was faced with the question of how to go back to telling its story. And in the years leading up to EXPO 2015, it took the opportunity to create a new narrative about a city that had been transformed. "Major events help redefine places," continued the President of the Nitti Foundation. "The Milan Brand Committee [of which prof. Rolando was president, editor's note] undertook to redefine the narrative of the city which culminated in the Mayor being given a report, the Atlante Brand Milano (Brand

Milan Atlas). It is not easy to explain what Public Branding means. It is not a question of marketing, but rather of what comes before, the identity evolving with respect to the collective symbolic heritage that changes over time and how it is recounted».

It was from this Milan experience that the need to find and define a place for those who deal with this transformation in the art of public communication emerged, a place to learn and to initiate a public debate. The complexity of this subject called for a place in which to bring together like-minded people. And just such a place was found in the headquarters of the Nitti Foundation in Maratea, a place of peace and reflection that lends itself to major cultural events. «This year we created a prototype, a zero edition to see if there was any interest, giving Matera the opportunity to report on its year of communication and allowing international guests to provide feedback and talk about market positioning», said **Stefano Rolando**. Indeed, in the two days at Maratea, one was dedicated to different types of cities in the Euro-Mediterranean system: Barcelona, with a video conference by Enric Truñó i Lagares, international consultant, former councillor of Barcelona, with the mayor responsible for change,

Tra il pubblico del festival, molti i giovani intervenuti per stimolare sperimentazioni e interconnessioni. Among the audience of the festival, many young people intervened to stimulate experimentation and interconnections

Pasqual Maragall, and scholar of the history of the Catalan city; Wrocław, Poland, Capital of Culture 2016, narrated by Katarzyna Stępnik, of the Tourist Office and Promotion of the City; Petra, presented in its tourist revival by Marco Biazzetti, Head of the Jordan Tourism Organization in Italy, and also Milan with Expo 2015, through lots of speeches, in addition, of course, to the host city of Maratea, with the intervention of its mayor, Daniele Stoppelli. The second day was dedicated to "Matera European Capital of Culture 2019", now ready to provide a "report" of the experience of this year packed with events and contents, from a communications point of view. The speakers included Paolo Verri, director of the Matera Foundation, Giampaolo D'Andrea, councillor for cul-

ture, and Rossella Tarantino, Serafino Paternoster, Raffaella Pontrandolfi, who are part of the communications experience.

A hit with young people

The results of this first prototype edition of the Festival delle Città Narranti confirmed the interest which its inventors had expected. But to arrive at these positive considerations, we have relied not so much on wide media coverage, nor on institutional considerations, but rather on the attention demonstrated by those who represent the future of tourism, hospitality and culture in Italy. «The media published our press releases, but we knew it would be difficult for them to have a bigger impact», explained Rolando. «But what we are satisfied with is



Citations

«Even a place of special beauty must venture beyond this story and needs other forms of expression to bring out proposals to revamp its culture, museums and heritage, as Maratea has set out to do».

Daniele Stoppelli, mayor of Maratea

«The stand-out feature of the areas is the extensive communications map of Italy and represents the most interesting site in which to work on the relationship between tourism and culture».

Pier Giorgio Quarto, president of the Production Activities Commission of the Regional Council of Basilicata

that the university and high school students have come, young people who have spent these two days with us because they are interested in this different approach. They study Cultural Heritage or Tourism, but as usual, a multi-discipline approach in the university system is lacking. This subject, on the other hand, needs to be explored further; there needs to be experimentation and interconnection. The students understood that if the University does not give you something, you have to do it yourself». The participation of young people from high schools and university courses was intentional and encouraged specifically to give the event an educational and pragmatic, rather than institutional approach. «The intentional participation of university students from various cities and pupils from the local area was an important indicator of attention and interest», commented **Paolo Verri**, director of the "Matera Basilicata 2019" Foundation

Villa Nitti
nella serata di gala.
Villa Nitti in the gala
evening



and joint founder of the Festival. «The understanding that a big chunk of the future is in play in this field, not just in terms of belonging but also new creativity and challenges, was clearly highlighted. There are endless examples. We started with some sample cases and we are hoping to design a program that is worthy of a new method that is being tested in Italy, from Milan to Matera, with the participation and enthusiasm of young people who also need to change track professionally».

The future of the Festival

The aim of this first edition was to outline the possible future of the event and to provide information about the regions and promote the narrative through the storytelling tool. «We deliberately organized this year's event on a beach in southern Italy, and not in Rome, where it would undoubtedly have attracted greater media coverage, because we wanted it to be a workshop of what could, in the future, become a round table reflecting on the experience of the European Capitals of Culture», concluded Rolando. «The Festival will also offer great opportunities to revive the cultural image of the places, especially along the Euro-Mediterranean line, i.e. taking in the cities of the southern and eastern Mediterranean. We are referring to long-suffering areas that have only one way out, through the relationship between the local area and culture, to build a system of peace. The Festival delle Città Narranti could become the meeting place to showcase ongoing processes and support their development with networks of cities, universities and institutional expertise. From two days this year, it will be possible to increase to five or six days, perhaps even in multiple locations. We need money, infrastructure and a control centre. These days, the festivals that work in our country are places where there is a well-established professional organization. But we also want to create a comparison, to create places for debate and to measure the debate».