

RECENSIONI

Barbara Maussier, *Festival management e destinazione turistica. I festival come nuovi media della società postindustriale*, Milano, Hoepli, 2010.

Secondo le ricerche dell'Osservatorio Italiano Festival ed Eventi, nel 2010 si sono svolti in Italia 945 festival, con 8.000 operatori coinvolti e 400 milioni di investimenti diretti; nel 2009, sono stati intercettati 10 milioni di spettatori e prodotto un indotto di oltre un miliardo e 200 milioni di euro. Questa breve carrellata di dati traccia, sinteticamente, il quadro di un settore che oggi assume un ruolo sempre più importante non solo nella progettazione culturale, assorbendo funzioni sociali per la comunità, ma anche nella comunicazione e promozione del territorio. Barbara Maussier, attraverso interessanti riferimenti alla letteratura internazionale sull'argomento, si propone di analizzare il fenomeno dei festival muovendosi nell'ambito della sociologia economica del territorio e dello sviluppo turistico locale.

Un primo ostacolo nello studio del mercato dei festival in Italia è dato dall'assenza di definizioni univoche e di un preciso inquadramento istituzionale: tale mancanza si ripercuote, chiaramente, anche sul primario censimento degli eventi – come appare chiaro dai numeri, molto diversi tra loro, forniti dalle differenti fonti. Per ovviare a tale problema, dopo aver segnalato i maggiori riferimenti in letteratura, la Maussier definisce l'oggetto di ricerca: «per festival si intende una manifestazione che abbia una continuità storica, con un preciso tema culturale, con manifestazioni concentrate in un tempo e in un luogo precisi e, nella prospettiva di marketing territoriale, che possa essere inserita nella fenomenologia degli eventi turistici, caratterizzati dalla presenza di un pubblico attivo».

Chiarito l'ambito di indagine, l'autrice analizza gli aspetti organizzativi, comunicativi ed economico-finanziari: se il festival assume un ruolo così importante nello sviluppo del territorio, infatti, con ancora maggior enfasi dovrà esserne ricercata l'eccellenza organizzativa che ne potrà decretare il successo. Partendo dalla necessità di un'azione di pianificazione, per la quale vengono suggeriti strumenti e metodi di progettazione strategico-organizzativa, Maussier si sofferma sull'osservazione delle tecniche di gestione delle risorse umane, offrendo una panoramica di modelli organizzativi. L'evento festival è un sistema complesso perché in grado di aggregare attori diversi coinvolti in diversi livelli organizzativi (personale, fornitori, volontari, etc.): questa complessità introduce la necessità di figure professionali specifiche, in grado di integrare l'approccio del project management ai contenuti culturali, garantendo lo sviluppo, allo stesso tempo, di forti relazioni con il territorio. L'autrice si sofferma, quindi, sulla descrizione delle competenze del festival manager, capace di interloquire con

i differenti attori e dirigere e controllare la qualità e l'efficienza dell'intero sistema al proprio interno e all'esterno.

Un capitolo del libro viene, poi, dedicato alla dimensione economica dell'evento e alle funzioni che la pianificazione economico-finanziaria riveste: vengono, in questa sezione, descritte le principali voci di budget, con un inciso sulle fonti di finanziamento e sui meccanismi che le regolano.

Mantenendo il focus sul rapporto festival-territorio, l'autrice passa ad analizzare la dimensione comunicativa, intesa come un mix di comunicazione istituzionale, marketing e comunicazione interna. Un festival cresce e si sviluppa proprio grazie alla comunicazione che esso stesso produce e diffonde intorno a sé, attraverso un percorso circolare che ingloba il festival stesso, il pubblico e l'ambiente esterno. Nella misura in cui esso diviene medium del territorio, inteso come strumento di promozione del territorio, la comunicazione assume una valenza cruciale. La trasformazione della società, l'aumento del tempo libero, l'incremento della domanda di socialità ludico-creativa hanno portato ad una proliferazione di eventi e ad un arricchimento della loro natura e funzione. In questo quadro, il festival è chiamato a svolgere un ruolo centrale non solo nelle politiche culturali, ma anche nella attuazione delle strategie di marketing del territorio. Oggi, i festival costituiscono un potente fattore di attrazione per il turismo e fanno parte dei piani di sviluppo e marketing delle diverse località turistiche: diviene sempre più rilevante, dunque, la percezione dei principali attori coinvolti, il pubblico, i festival goer, gli organizzatori/promoter e i residenti. Il rapporto tra comunità ospitante, organizzazione culturale e ospiti della manifestazione rappresenta una questione complessa: la progettazione di un festival dovrebbe inevitabilmente prevedere un'accurata analisi del territorio nel quale vuole innestarsi e cercare il coinvolgimento degli operatori locali, al fine di divenire uno strumento di comunicazione e promozione dell'immagine del territorio e un facilitatore di sviluppo locale.

La Maussier completa l'indagine indicando tre casi di successo – Edimburgh International Festival, Ravello Festival e Festival Internazionale del Film di Roma – come esempi pratici degli elementi costitutivi (risorse umane, risorse fisiche, risorse economiche), dei flussi di comunicazione e dell'impatto socio-economico che una manifestazione può produrre sul territorio.

Ad arricchire il testo la prefazione di Domenico De Masi e la post-fazione di Nicolò Costa: la prima aiuta ad inquadrare il duplice ruolo – nuovo «erogatore e produttore» di conoscenza e attrattore turistico – che la kermesse gioca nella «civiltà dell'ozio»; la seconda sottolinea la necessità di una convergenza tra le linee strategiche di sviluppo del territorio e quelle del festival, per far sì che esso si trasformi in un grande

strumento di marketing territoriale.

Ne emergono buoni spunti di riflessione, nonostante più volte venga da chiedersi, forse condizionati dal nefasto orizzonte che ci propone l'attualità, quanto tutto ciò possa davvero rispondere agli effettivi bisogni del settore.

(Nina Però)

Luciano Zerbinati, *Federalismo e Beni Culturali. Obiettivo: salvare la bellezza*, Torino, Allemandi & C., 2011

È difficile, in un senso però assolutamente positivo, definire con una sola parola questo piccolo volume di Luciano Zerbinati: non si tratta esattamente di un libro, né di un racconto, né di un saggio o un trattato sull'arte, ma piuttosto del risultato di tutti questi elementi che l'autore ha sapientemente saputo amalgamare dando vita a un testo che, sin dalla prima rapida lettura del titolo, si intuisce avere qualcosa da dire. E la cosa più interessante è che le successive novanta pagine non tradiscono affatto questa prima sensazione.

L'autore si definisce «un non esperto delle materie che affronta, ma un cittadino normale che ha avuto la fortuna di fare esperienze interessanti nella professione e nelle responsabilità di pubblico amministratore» e questa sua descrizione risulta molto utile per definire i propulsori di una così forte volontà di raccontare la situazione in cui si trova oggi il nostro patrimonio monumentale ed artistico: da un lato, il suo profilo professionale e la sua esperienza, frutto soprattutto dell'incarico ricoperto fino al 2006 in qualità di Presidente dell'Istituto Regionale delle **Ville Venete**, che lo ha spesso portato a relazionarsi con l'imponente – e purtroppo farraginoso – macchina burocratica dello Stato riguardo la conservazione e la tutela dei beni culturali; dall'altro, la sua natura di appassionato cultore dell'arte che avverte la necessità di un cambiamento che possa condurre ad un vero e proprio miglioramento. Queste due anime convergono però nella stessa direzione completandosi l'un l'altra con il risultato di creare un volume agile, snello, scritto in un tono quasi colloquiale, come una sorta di lettera aperta, di sfogo nei confronti della spinosa questione della conservazione dei beni culturali e dell'importanza di creare un contesto legislativo in grado di supportare e non frenare lo stato dell'arte in Italia.

Basandosi infatti sulle sue esperienze professionali, e mosso da una indubbia passione e da una sincera preoccupazione, Zerbinati presenta in modo chiaro e schietto l'attuale panorama dei Beni Culturali in Italia: l'enorme patrimonio di cui disponiamo è in serio pericolo, a causa in primis dell'universo burocratico, del velato disinteresse verso alcune piccole realtà, di un atteggiamento non sempre collaborativo unito alla reale difficoltà da parte dello Stato di riusci-

re a seguire adeguatamente tutti i numerosissimi siti – siano essi grandi, medi o piccoli – presenti sul territorio. Non dimentica neanche di affrontare la situazione dei numerosi beni immobili vincolati presenti sul territorio italiano, ossia il vasto patrimonio architettonico disseminato nelle grandi città, nelle campagne e nei centri minori per il quale non solo non si è fatto nulla, ma sono ulteriormente state ridotte le agevolazioni esistenti con il risultato di avviare questo ingente ed importante capitale culturale verso un lento abbandono.

L'allarmante quadro delineato dall'autore non si limita però ad evidenziare problemi ed a condurre una sterile critica. Egli attivamente propone soluzioni, proponendo al lettore di riflettere su un tema importante e molto attuale: il federalismo regionale in merito alla conservazione dei beni culturali. Zerbinati spiega, anche attraverso esempi ed ipotesi, come la possibilità di rendere le Regioni più autonome in tale ambito produrrebbe meno costi, meno sprechi e maggiori risultati oltre alla possibilità di poter seguire con maggiore attenzione e dedizione anche le più piccole realtà che spesso vengono – purtroppo comprensibilmente – messe in secondo piano.

L'autore realizza così un testo il cui merito sta non solo nel far riflettere su un argomento a cui non sempre viene data l'attenzione necessaria, ma anche nell'invocare l'introduzione di riforme strutturali, che possano modificare alla base un sistema ormai arcaico, stanco e non in grado di essere al passo con un'Europa che, in un più ampio contesto di riorganizzazione delle risorse umane ed economiche, sta andando avanti anche in materia di conservazione dei beni culturali.

La strada da percorrere appare dunque lunga e difficile, ma se è vero che senza memoria non c'è futuro, è dovere di tutti – dallo Stato ai singoli cittadini – iniziare a camminare, tenendo bene a mente l'importante obiettivo che lo stesso Zerbinati si pone: salvare la Bellezza.

(Francesca Lana)