



10 idee per la città di domani
Vicenza, ora il futuro

Conferenza stampa 08-04

ORA, LA CULTURA E IL TURISMO

Tre obiettivi ambiziosi: proiezione internazionale e nazionale della “Città dei Festival”

Sono tre, più in dettaglio, le proposte chiave lanciate da Possamai.

L'obiettivo più alto, sintesi di tante altre azioni, è il lancio nazionale e internazionale del **brand Vicenza**, in una logica che connetta **cultura ed economia**. “Il concetto centrale - spiega Possamai - è quello di un lavoro sistemico sul brand territoriale, che manca. Vicenza è la città del Palladio, certo, ma questo non basta a dar conto della sua ricchezza, contemporaneità, creatività. E proprio la creatività, nel suo legame con la cultura, la ricerca, le arti e anche l'innovazione d'impresa può diventare la chiave per caratterizzarci. In poche parole: Vicenza ha un potenziale straordinario, chi arriva qui resta sempre colpito dalla bellezza della città, ma è ancora troppo poco conosciuta”. Lo faremo coinvolgendo in modo più forte i tanti attori culturali, ma anche privati e associazioni di categoria. L'ottica è quella del rafforzamento, anche in logica turistica, della capacità attrattiva di Vicenza: una città che vogliamo capace di attrarre talenti ma anche un turismo più lento, costante e consapevole. L'Arena di Verona fa oltre 800.000 visitatori l'anno (come visitatori del monumento, non come spettatori: dati pre-Covid): noi vogliamo portare stabilmente i visitatori dell'Olimpico a 200.000. E' un obiettivo possibile, di lungo periodo, che non si costruisce solo con grandi eventi ma con un costante lavoro di costruzione di una cultura dell'accoglienza, sviluppando il progetto di un “brand” ‘Vicenza’ che passa anche per mostre importanti in Basilica. Con uno slogan potremmo definire il brand come ‘Vicenza città teatro’, con una doppia valenza: l'eccezionalità del teatro Olimpico, e la città stessa come ‘scenografia’ teatrale, ‘invenzione scenografica’ come la definiva Piovene nel ‘Viaggio in Italia’.

L'altro grande obiettivo di mandato sarà il rilancio della **candidatura di Vicenza a capitale della cultura**. “Questa volta per vincere - sottolinea Possamai - e per far questo cercheremo l'alleanza di Padova e di Verona, ma anche di altre città venete. La candidatura sarà della nostra città, perché da bando la candidatura deve essere presentata da un solo comune, ma verrà costruita in una logica vasta, di città metropolitana diffusa, capace di valorizzare il filo che lega queste tre grandi città venete, così vicine eppure fin qui così lontane”.

Sarà l'occasione per uscire dalla logica di Vicenza “schiacciata” dalle città a lei vicine e per costruire una proposta culturale e turistica condivisa, che andrà molto oltre la singola candidatura a Capitale della Cultura e che sarà un perno della programmazione culturale e della promozione turistica della città.

Entrambi questi grandi obiettivi passano da un terzo elemento: la valorizzazione e il potenziamento dell'idea di **Vicenza città dei festival**. Già oggi sono numerose, e cresciute negli anni, le esperienze consolidate, che in molti casi rappresentano eccellenze. Così come sono ricchissime le stagioni di teatro, musica e di danza, a partire dal Teatro Comunale ma non solo, senza dimenticare la ricchezza del mondo amatoriale.

“Il nostro sforzo sarà - spiega Possamai - aiutare tutte queste realtà a fare passi di crescita ulteriore: il loro eccellente lavoro merita di poter contare su maggiori aiuti, anche in termini strumentali, da parte del pubblico. La logica sarà anche quella di metterli maggiormente in rete e potenziarne la comunicazione esterna, per fare di Vicenza una vera e propria città dei festival. Il primo obiettivo è aumentare la nostra attrattività nazionale e internazionale. Il secondo è costruire opportunità per i quartieri di vivere - in una logica di circolazione diffusa - l'esperienza dei festival non solo da spettatori ma da protagonisti”.

Oltre al sostegno e alla promozione dei tanti festival già oggi organizzati in città, la grande spinta culturale e alla creatività che dovrà animare la città si tradurrà in nuove iniziative. Una su tutte sarà un festival diffuso ispirato al Festival Bellezze Interiori, nato per rendere accessibili i giardini segreti e tutti quei luoghi del Lago di Como sconosciuti al pubblico. Vicenza, infatti, ha una potenzialità ancora inesplorata: una serie di luoghi (palazzi storici, capannoni, giardini privati) che ancora i vicentini non conoscono e che, una volta all'anno, potrebbero ospitare visite ed eventi. 'Vicenza e le bellezze nascoste', un festival grazie al quale poter andare oltre quei cancelli privati che vediamo da sempre, dialogando con i proprietari privati.

Gli strumenti e i progetti

Gli strumenti che sorreggeranno obiettivi così ambiziosi sono diversi.

Da un punto di vista strumentale, verrà riproposto l'**assessorato unico a cultura e turismo** per assicurare un miglior coordinamento, mancato in questi anni. Nella convinzione che la produzione culturale debba essere uno dei motori che alimenta la ricaduta turistica.

Il rafforzamento di una **logica di rete**, che valorizzi le tantissime esperienze culturali cittadine, si articolerà in due risultati. Un maggior supporto amministrativo, logistico e autorizzatorio da parte del Comune agli operatori culturali e agli artisti, con uno **sportello unico**. E la specializzazione delle funzioni tra palazzo Chiericati (la più bella Pinacoteca di terra del Nordest), il teatro Olimpico (palcoscenico internazionale, luogo di esperienze di altissimo profilo sia in campo musicale che teatrale) e la Basilica Palladiana (nella sua doppia modalità di grande spazio espositivo e di luogo vissuto dalla città, in particolare grazie alla Terrazza). **L'Olimpico** sconta l'annoso problema della sua inutilizzabilità d'inverno e d'estate: ma con le attuali tecnologie è pensabile avviare uno studio che porti alla sua **climatizzazione**, in dialogo con la Soprintendenza, così da renderlo **fruibile lungo tutto l'anno**.

Un filone centrale sarà quella della **formazione e dell'eccellenza**: si conferma l'impegno sulla nuova **Bertoliana**, una volta verificata la solidità del progetto che l'amministrazione uscente ha tardato a produrre, ma si darà vita a nuovi poli. “Un esempio - spiega Possamai - è il **polo culturale per**

l'Architettura, il Paesaggio e la Campagna che potrebbe sorgere alla Biblioteca Internazionale "La Vigna". Qui troverebbero casa tutti gli Ordini o le Associazioni impegnati sulle stesse tematiche. E qui si insiederebbe il "tavolo permanente per il verde", che avrà un ruolo importante nella costruzione della città sostenibile, anche a partire dal cosiddetto 'verde culturale' e monumentale".

Sulla scorta di esperienza di successo, come EasyVi, strumento digitale costruito da Confcommercio, un ruolo centrale lo avranno le **nuove tecnologie a servizio sia della promozione che della fruizione della città.** "Ci sono buone pratiche da importare da altre città - sottolinea Possamai - che aiutino, come quelle sviluppate a Bologna e in Trentino, a raccordare meglio l'offerta del territorio alla domanda di un turismo che è sempre più esigente, alla ricerca di esperienze particolari e autentiche, uniche. La tecnologia può aiutare anche a raccontare storia e tesori della nostra città, come già è stato fatto al Palladio Museum e anche in Olimpico, e che vogliamo valorizzare. Creando, su scala più ampia, un museo digitale diffuso della Vicenza perla del Rinascimento e Città-Teatro, come nella felice definizione di Piovene".

L'aumento delle presenze turistiche, per una realtà come quella vicentina, passa anche dal potenziamento del **turismo congressuale e business** in fortissima sinergia con IEG. Compito dell'amministrazione, qui, è quello di favorire la scelta di Vicenza come meta, per le aziende e gli operatori territoriali e nazionali: lavorando sulle infrastrutture, l'accessibilità, i servizi e i collegamenti. Il potenziamento dei collegamenti, anche con servizi di trasporto navetta dedicati a piccoli gruppi, permetterà inoltre di raccordare meglio il centro storico rinascimentale alle Ville del territorio e al Santuario di Monte Berico, cucendo tipologie di turismo spesso separate.

L'ultimo grande strumento messo in campo sarà quello di una rivoluzione del modo in cui i quartieri si rapportano alla cultura e persino al turismo: da meri spettatori a protagonisti a tutti gli effetti. Una prima grande azione sarà quella di portare opere d'arte in ogni quartiere, con azioni di **street art monumentale** da affidare ad artisti di primo piano. Con una doppia funzione: caratterizzare il quartiere dal punto di vista di una sua rinnovata identità, e costruire **percorsi turistici contemporanei** che coinvolgano i quartieri. Ma non solo. I quartieri verranno messi al centro delle politiche culturali con l'istituzione di un cartellone estivo, da maggio a settembre, che porti la musica e il teatro nelle piazze e nei parchi dei quartieri. Lo spettacolo dal vivo è il più potente strumento di aggregazione sociale, ci aiuterà a riportare vita nei quartieri e nelle frazioni cittadine. Lo faremo attraverso la creazione di **manifestazioni itineranti che portano esperienze teatrali, musicali e cinematografiche** nella varie zone e frazioni della città, con strumenti come i **palchi-truck** sperimentati da altre città (Padova) e delle proiezioni mobili. Infine, aprendo ai quartieri esperienze di **residenze artistiche**, legate sia ai festival che alla produzione di arte contemporanea.

"Vogliamo una Vicenza - conclude Possamai - che metta al centro del suo sviluppo futuro la cultura. Pensandola e progettandola non come banale intrattenimento ma come forza di crescita individuale e collettiva, di miglioramento della qualità della vita dei quartieri, di rafforzamento della sua attrattività e competitività turistica nazionale e internazionale".

POSSAMAI
SINDACO

ORA IL FUTURO

POSSAMASINDACO.IT • INFO@POSSAMASINDACO.IT • 375 6797616