

L'INTERVISTA

di BARBARA CALDEROLA

10**domande
al presidente
del Fai****Andrea Rurale**

Andrea Rurale, 41 anni, docente universitario, insegna marketing alla Bocconi ed è direttore del Mama, Master in Arts Management and Administration. Vimercatese, da un anno è il presidente del Fai Lombardia. «La cultura? E' una risorsa», spiega correndo da un monumento a un'aula. E prima di dormire suona il pianoforte.

1 Col patrimonio i Comuni possono campare davvero?

Sì, se il patrimonio fa parte di un sistema. Un museo da solo non fa granché, così come un teatro. Ma se li si considera motori della promozione territoriale, allora si comprende che il visitatore oltre al «consumo» culturale in sé, produce una serie di benefici per l'area che li ospita: per goderne ci si muove, si mangia, si dorme nelle vicinanze. Non è facile proiettarsi in questa logica soprattutto quando si è pensato per anni alla cultura e al restauro come a meri costi, e non come risorse. Per ottenere risultati tangibili è indispensabile ribaltare il vecchio punto di vista iniziale e sostituirlo con quello nuovo.

2 Cosa sbagliano, se sbagliano, i Comuni in questo campo?

I Comuni, soprattutto quelli di piccola o media dimensione, ragionano comprensibilmente con dinamiche chiuse, non aprendosi al mercato che sta fuori dai loro confini. Gli amministratori rispondono ai proprio elettori e quindi tendono a considerarsi l'unico punto di riferimento a cui le iniziative culturali devono rivolgersi. Bisognerebbe invece innanzitutto capire qual è l'identità che caratterizza un territorio, magari affiancando eccellenze artistiche ed eno-gastronomiche. Una città ha una serie di interlocutori, in primo luogo i cittadini a cui vanno garantiti servizi, ma c'è poi una schiera di altri target ai quali è necessario rivolgersi in modo coerente.

**3 Le amministrazioni investono in cultura?**

Fanno quel che possono. Investire non vuol dire solo dar contributi ad associazioni o restaurare un monumento, o trasferire fondi a un museo. A volte è più utile migliorare le condizioni nelle quali la produzione culturale può avvenire rispetto a finanziare interventi che non creano opportunità. Per esempio, la popolazione straniera. Se coinvolta nel processo di valorizzazione del territorio, può davvero integrarsi appieno attraverso un interessante scambio di esperienze. Il Fai forma guide che vengono da paesi lontani tramite il progetto «Un ponte tra culture» che poi accompagnano i loro connazionali in visita nelle nostre città. I sindaci potrebbero copiare...

4 Insegna a trasformare l'arte in lavoro, cosa consiglia a un giovane?

Consiglio di studiare e di crearsi delle competenze, cioè conoscenze di funzioni specifiche: la passione non basta. Serve saper manovrare le leve che governano il mercato dell'arte, conoscere come questo processo avviene negli altri paesi del mondo e soprattutto saper tradurre un'idea creativa in un'azione efficace, efficiente ed economica. Essere manager in questo campo vuole dire sapere che ci sono due componenti complementari nella vita di una istituzione culturale: quella «caratteriale», che definisce la linea artistica e quella gestionale.

**5 Si può arrivare senza raccomandazioni?**

Sì, si può arrivare senza raccomandazioni, le scorciatoie non servono se la competenza è frutto di sacrifici. Non nascondiamocelo: l'aiutino può essere utile, ma non è determinante. Io avevo interrotto gli studi universitari ed ero certo che un incarico politico fosse sufficiente a fare carriera. Chiusa l'esperienza amministrativa mi sono laureato, ho frequentato il dottorato in marketing a Valencia e ho recuperato il tempo perso. Per questo mi sento di spingere gli studenti a non fermarsi alla strada più facile.

6 Villa Reale, debutto all'altezza del blasone?

Era talmente mal ridotta da essere un esempio di degrado, il restauro è stato una boccata d'aria pura. Anche qui però la logica di sistema non è stata ispiratrice. E quindi, sebbene i servizi primari e accessori - guide, bar, book-shop - siano elevati, la riapertura non ha prodotto l'impatto che ci si aspetterebbe da un intervento del genere. Eccellenze come la reggia o il Museo del Duomo, il Parco e l'Autodromo devono marciare unite, altrimenti non funziona.

7 Cosa deve fare la Brianza per catturare turisti?

Io non la immagino meta di turismo di massa. Piuttosto penso che si debba sistematizzare l'offerta culturale con quella eno-gastronomica e paesaggistica, cercando di capire quali sono gli elementi costitutivi del brand «Brianza». Chi ha costruito ville di delizia in molti dei comuni del territorio cercava luoghi lontani dalla città. Allo stesso modo oggi si dovrebbero offrire esperienze tipiche, uniche e non la brutta copia di altri luoghi.

8 Patrimoni nascosti come portarli allo scoperto?

Leggendoli, conoscendoli e spiegandoli. Tre elementi fondamentali per centrare l'obiettivo primario della «scoperta». Quante volte diciamo che percorriamo migliaia di chilometri per visitare luoghi lontani e ignoriamo i tesori sotto casa? Il Fai fa di tutto per colmare questa lacuna. Le Gionate di Primavera, che presenteremo domani, servono anche a questo. Mobilitano migliaia di volontari, molti giovani, vere e proprie «sentinelle» culturali del territorio.

9 Professore e presidente: quanto dorme?

Poco, ma non meno di tanti che hanno la possibilità di fare un lavoro che li soddisfa e che permette, come a me, di coltivare anche una passione. È quasi un privilegio. Il Fai è stato ed è un esempio nel quale posso applicare e sperimentare quanto studio e insegno e i successi di questa fondazione che da quarant'anni opera in Italia sono sotto gli occhi di tutti. Sono molto fortunato. Come molti altri, del resto.

10 Valorizzare, cosa significa in poche parole?

Letteralmente vuol dire «dare valore». Che a sua volta può essere tangibile o intangibile, affettivo o utilitaristico. Sempre valore è. Valorizzare significa quindi sapere leggere e cogliere cosa genera valore e comunicarlo. Torniamo sempre al punto di partenza: al sistema e al concetto di valore che ormai non è più prodotto da qualcuno e consumato da qualcun altro, ma è co-creato, con benefici che ricadono da subito su più persone.