

Le identità forti e precise possono accogliere e confrontarsi con tutto

DAGLI EVENTI UNA RICCHEZZA PER TUTTI

Intervista a Sandro Ricci, Direttore Associazione Meeting e partecipante al gruppo di lavoro del piano strategico "valorizzazione del patrimonio storico, culturale, paesaggistico e delle tipicità"

Da che cosa nasce a suo parere la vitalità culturale e associazionistica di Rimini?

Rimini è una città dalle mille contraddizioni, ma questo è il suo fascino da un certo punto di vista. Sappiamo tutti quanto è rimasta ingessata in questi ultimi 20 anni. E malgrado tutto questo nella città vivono esperienze interessanti in diversi settori; industria, servizi, assistenza e mondo associazionistico.

C'è sicuramente una potenzialità di costruzione, una creatività e passione delle singole persone e delle aggregazioni di persone. È una città la nostra che è segnata dalla grande capacità di incontro, di tessere rapporti, favorita dalla nostra collocazione geografica che ci ha portato ad essere sempre un crocevia di strade.

L'altra caratteristica peculiare di Rimini è la temporaneità di ciò che accade; la stagione turistica, le fiere, i congressi, gli eventi.

Per questo motivo secondo me anche a livello culturale sarebbe interessante valorizzare queste caratteristiche. Senza negare l'importanza della cultura più istituzionale, mi si passi il termine, come i monumenti e il museo, varrebbe la



pena rischiare favorendo al massimo questa espressione temporanea della cultura, che non significa un livello minore o una debole identità. Anzi è la possibilità di spaziare in continuazione fra temi, persone, opere sempre diverse, portando una ricchezza larghissima. E per fare questo ci vuole comunque una identità forte che accoglie e valorizza le varie espressioni culturali.

La vivacità culturale di Rimini può affermarsi se siamo capaci di accoglienza e di valorizzazione. Sono le identità precise che possono accogliere e confrontarsi con tutto.

Il Piano Strategico rappresenta un'opportunità unica per capire definitivamente se la città intende considerare l'aspetto culturale come una risorsa positiva per amplificare la sua immagine, per arricchire l'offerta turistica e per mantenere alta la coscienza del valore umano di ciò che si costruisce.

L'importante recupero di una testimonianza della cultura romana come la Domus del Chirurgo potrebbe

in questo senso assumere ancora più valore inserito in un contesto come quello che ho descritto; il rischio altrimenti è di avere il fiato corto.

Il Meeting per l'amicizia fra i popoli è un unicum tanto in Italia quanto sul piano internazionale. Qual è il suo tratto distintivo e in che senso può essere una ricchezza per Rimini?

Il Meeting si colloca nel contesto prima descritto. Nasce in anni segnati da una grande creatività. Nel giro di 6 / 7 anni prendono vita il Centro Pio Manzù, la comunità di San Patrignano, la comunità Papa Giovanni XXIII, la Fondazione Karis con le sue opere educative e l'Associazione Meeting che poi si trasformerà in Fondazione; tutte realtà che nascono da identità culturali precise e forti e hanno in comune una capacità di accoglienza, di creatività, di generare esperienze importanti.

Il Meeting ha un'identi-

tà forte e precisa; questo dato, che spesso nella cultura attuale viene letto come sinonimo di chiusura, è quello attraverso cui si è resa possibile un'apertura a 360 gradi nei confronti delle culture, delle religioni, delle ideologie e dei modi di pensare di tutto il mondo, dialogando e cogliendo il vero e il bello delle varie esperienze umane. Per questo la nostra città è un punto avanzato di quella mission che il piano strategico ha fatto propria: "Rimini città d'incontri": incontri fra culture, fra persone provenienti da tutto il mondo, con personaggi protagonisti della vita sociale, economica, accademica, culturale e dei tanti aspetti che compongono l'esperienza umana. Il Meeting porta a Rimini persone provenienti da tutto il mondo che ritornano nei loro paesi con l'esperienza positiva di una città dove accadono incontri importanti e di livello internazionale. Così Rimini può arrivare con testimoni credibili nei luoghi e negli ambienti più diversi. In questi ultimi



anni poi in diversi paesi del mondo sono state richieste presentazioni dell'attività della Fondazione che è ovviamente direttamente correlata con il territorio. In questi anni sono avvenute presentazioni a Mosca, Vilnius, Budapest, Vienna, Bruxelles, Parigi, Madrid, New York, Washington, Sana Polo del Brasile, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Dublino e Londra. Sono nati eventi analoghi al Meeting di Rimini in Egitto, Spagna e Stati Uniti. E' chiaro che questo patrimonio di rapporti, questa immagine positiva di Rimini come luogo di dialogo, è un valore inestimabile e potenzialmente capace di generare moltissimi altri rapporti, a patto che la città "sfrutti" questi rapporti su diversi fronti (economico, culturale, politico, sociale, di comunicazione, ecc). Infine vorrei mettere in luce un mio pallino, cioè la capacità di gestire al meglio i picchi di presenza di pubblico nella nostra città, la capacità di gestire eventi importanti.

Che cosa ha trovato di interessante, alla luce della sua esperienza, nel lavoro del Piano Strategico?

Due sono gli elementi interessanti. In primis la prevalenza di una logica sussidiaria. In secondo luogo la sfida rappresentata dal bene comune come contesto capace di valorizzare l'interesse particolare. Ero rimasto positivamente incuriosito quando nella primissima riunione delle realtà che poi avrebbero dato vita al forum del piano strategico un consulente, chiamato a introdurre i lavori, disse che senza sussidiarietà non sarebbe stato possibile mettere mano al piano stra-



tegico di una città. Questo ha voluto dire partire dalla prevalenza della persona e delle sue aggregazioni sulle istituzioni. Il Piano Strategico ha bisogno di essere tracciato dai soggetti primi della vita sociale, cioè le persone e i corpi intermedi della società. Le istituzioni devono essere al servizio di questa realtà e intervenire in modo sussidiario su tutte quelle cose in cui il soggetto primo è impossibilitato ad operare. Il lavoro sul piano strategico è stato segnato tendenzialmente da questa opzione culturale che pone una provocazione fortissima alla persona stessa che diventa soggetto principale. Ma il lavoro sul piano ha avuto come secondo aspetto innovativo un giudizio culturale di assoluta importanza. Il lavoro

non può essere il risultato di una mediazione di tanti interessi particolari ma deve vivere di una sfida: il bene comune è il solo contesto in cui anche gli interessi singoli possono vivere. Lo svolgimento del lavoro è stato in qualche modo "informato" da questo contesto culturale e, come ogni tentativo, non è stato facile, né possiamo dare per scontato che questi due elementi rimangano saldi e presenti. Un altro elemento interessante del lavoro del piano strategico è il non limitarsi, come è sempre successo in questi anni da parte dell'amministrazione pubblica, ad interventi singoli anche di grandi dimensioni già fatti (come la Fiera, il Palacongressi, il centro commerciale Le Befane, la darsena, ecc) o da

fare (come il Teatro Galli, l'Auditorium, il rifacimento del lungomare, ecc) ma mai inseriti in una visione più larga e strategica. Il risultato è che spesso i tempi non sono giusti, non ci sono le infrastrutture necessarie, non c'è la promozione adeguata, non si pensa anche alla gestione successiva; insomma sono un po' delle cattedrali in mezzo al deserto rischiando quindi di vanificare l'apporto positivo che potrebbero avere sulla crescita organica del territorio. Il piano strategico tendenzialmente dovrebbe affrontare i problemi con una visione di insieme più coerente.

L'iniziativa è stata sostenuta anche con il contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Rimini