

“Matteo Renzi ha capito i problemi dei fondi e le esigenze del MarTA, si è dimostrato molto aperto così come il Ministro Dario Franceschini ed hanno dichiarato la volontà di investire molto su questo museo.”

Stanca e felice la direttrice del MarTA, **Eva Degl’Innocenti**, al termine della cerimonia di inaugurazione del secondo piano del museo, ma anche orgogliosa ed infatti aggiunge che: “Il fatto che una delle cariche più importanti della Repubblica italiana sia venuta ad inaugurare questo museo è importante per me, ma lo dovrebbe essere anche per i tarantini. Ne sono orgogliosa, come toscana-tarantina, visto che ormai ho chiesto ottenuto la residenza a Taranto.”

Inizia così un nuovo capitolo di questa avventura affrontata, con grande dedizione, lo scorso dicembre. Si tratta di un altro tassello che rientra in quelle nuove pratiche messe in atto da Eva Degl’Innocenti che, con il suo solito piglio ottimista e combattivo, ribadisce senza posa. “Un dirigente ha il dovere di collaborare il più possibile per trasmettere la cultura di una città, ma anche la cultura del lavoro e di questo ne sono fiera.”

Facendo un po’ il punto della situazione, si ritorna a parlare dei binomi cultura e imprenditoria, sviluppo ed identità, progetti ed fattibilità, ma in realtà nella visione della direttrice una cosa si interseca nell’altra.

“E’ una giornata positiva – commenta la Degl’Innocenti – anche perché ci sarà incremento dei visitatori, ma è tutto un indotto che si crea, un piccolo marketing, ma significativo.”

Questo secondo piano dà valore aggiunto al MarTA, ma c’è un piano di diffusione dell’informazione di questo nuova ampliamento?

“Abbiamo un piano strategico di comunicazione che dobbiamo attuare, che riuscirà ad avere obiettivi e a contribuire allo sviluppo della città. – Così ci risponde – Adesso abbiamo le brochure, che prima non esistevano, ma la campagna promozionale e di comunicazione che abbiamo in mente sarà ampia. Già con **Puglia Promozioni** stiamo lavorando molto

bene, così come con la **Regione Puglia**, che ha intenzione di includere Taranto in una strategia regionale. **Bisogna sollecitare le persone ad essere più positive e credere nelle sfide.**”

Vista la rivoluzione che ha messo in atto in pochi mesi, è chiaro che la direttrice guarda sempre oltre: “Il marketing museale è fondamentale e i puristi non devono storcere il naso e se ne occuperanno degli specialisti, scelti tra alcuni dei cinquecento giovani che il Ministro ha promesso”. – E aggiunge: “Con una importante università milanese stiamo approntando un progetto di ricerca a livello europeo, circa l’economia della cultura e dell’arte, con professori che dirigeranno degli stagisti che si occuperanno della strategia museale del MarTA, che avrà una ricaduta sul territorio, perché è sempre come progetto di territorio che bisogna intenderlo.”

Oggi il ministro Franceschini forse non ha tenuto conto che definire il MarTA moderno è una parola grossa. E’ indubbio che il Museo sia un prodotto culturale di inestimabile valore, ma bisognerà venderlo bene e soprattutto riempirlo di tutti quegli strumenti che possano renderlo ancor più appetibile ai visitatori. Il contenuto è di indubbio valore, ma occorrono servizi che dal suo ingresso la direttrice sta cercando di ottenere con fondi pubblici. Il marketing culturale non si fa con le parole.

La direttrice, a questo proposito rimane positiva e cauta: “Si fa un passo alla volta. Intanto c’è un altro progetto, la **Card Museale**, che unirà MarTA, al MuDi e al Museo Etnografico; magari nel futuro aggiungeremo l’Arsenale, proprio perché Taranto ha perso il suo legame identitario col mare. Infatti nel 2017 vorremmo realizzare una mostra sull’archeologia del mare, irradiata sul territorio, su vari poli. Ma nelle intenzioni c’è anche una Card regionale per inserire il MarTA nel **Polo Museale Regionale**, con Castel Del Monte e con altri piccoli musei civici, i siti archeologici, il Castello Aragonese. Ricordiamoci che Taranto ha un patrimonio culturale pluristratificato, non siamo solo Magna Grecia, ma anche Medio Evo, abbiamo l’eccellenza della Cattedrale. Quindi bisogna mettere questo patrimonio in rete, a sistema. **Non si possono fare progetti faraonici, ma bisogna avere l’umiltà dei piccoli passi, non si può far diventare di colpo Taranto una città turistica. Bisogna avere una strategia per sapere dove andare, certo non c’è una cabina di regia, ma si può ovviare. Io non sono per i grandi numeri, ma per i pochi, ma buoni, nel senso di operativi.**”

La Degl'Innocenti ha il marketing nel sangue e riconosce e conosce come funziona il sistema: “Anche nel campo imprenditoriale vedo eccellenze notevoli, piccole e medie realtà, come la **Jonian Dolphin**, le **masserie di Crispiano**. Le imprese che si vanno ad installare dove ci sono elementi culturali più forti, dice una indagine canadese, crea grande dinamismo economico per le stesse imprese.”

Insomma sta acquisendo diversi target di visitatori con azioni mirate, vede nel futuro un incremento che assocerà turismo e cultura, ma nel frattempo varca l'oceano e dichiara che è stata contattata dal **Metropolitan di New York** e per ora svela solo che si tratta di progetti di ricerche espositivi, da sviluppare sia qui che là, ma soprattutto per estendere l'interesse per il MarTA nel mondo. Intanto la metopa esposta a New York è tornata al suo posto sana e salva.

Ma tornando alla sede di via Cavour la direttrice ricorda le **aperture straordinarie di domani e dopodomani, 30 e 31 luglio, con ingresso gratuito dalle 8.30 19.30 in orario continuato e le visite guidate con prezzo simbolico di 3 euro**. E' la prima volta in tutta Italia che si è dedicato un weekend di apertura alla comunità civile ed è un grande impegno del personale, una festa a cui la direttrice ci tiene molto. Taranto è il suo museo!