

# **Progettazione culturale e reti teatrali:**

## **IL CASO DI ACCADEMIA PERDUTA**

### **Incontro con Ruggero Sintoni**

Tesina di:

Giuseppe Cosenza  
Monica di Maggio

Esame di: Pratiche e gestione delle organizzazioni delle performing arts  
Laurea Specialistica G.I.O.C.A.  
Prof.ssa Cristina Valenti

## **Introduzione**

Martedì 18 giugno, Ruggero Sintoni, nell'ambito degli incontri organizzati dalla prof.ssa Cristina Valenti, è venuto all'Università di Bologna per raccontarci della sua esperienza di manager teatrale maturata in Accademia Perduta. È stato un incontro davvero piacevole durato circa un'ora e mezzo, ma nessuno se n'è accorto perché il tempo è passato molto in fretta.

Già dal primo momento ci ha regalato delle sensazioni di simpatia e curiosità che non sono state tradite per tutta la durata dell'incontro. Si è presentato completamente vestito di bianco (anche le scarpe!), abbronzato, la camicia sbottonata che mostrava un torace virile, occhiali con una montatura che metteva in risalto i lineamenti del viso. Appena ha cominciato il suo intervento, tra lo sfavillio del brillantino incastonato nei denti e la sua voce "graffiante", la prima impressione che abbiamo avuto è stata quella di trovarci di fronte ad una persona che per metà ricordava Vasco Rossi e per l'altra ad un playboy della Riviera. Egli ci ha illustrato, in maniera magistrale, con aneddoti ed esempi, la storia di Accademia Perduta, la sua organizzazione e di come si può fare teatro di qualità nei piccoli centri, quelli fuori da ogni circuito "importante", ma che grazie ad una gestione intelligente, diventano tappe fondamentali per artisti di grande calibro.

Ruggero Sintoni, ci ha raccontato di come ha rivitalizzato i piccoli teatri di provincia che stavano per chiudere e di come ha riaperto spazi, in cui un tempo si facevano rappresentazioni di qualità che però, per gestioni sbagliate e inerzia politica, erano diventati mausolei con un glorioso passato. Ci ha parlato del suo sogno diventato realtà, la rassegna estiva di Faenza.

Nel suo lavoro Ruggero Sintoni è sempre partito da un'analisi delle tradizioni del luogo, della gente e del teatro, per arrivare a costruire un progetto culturale che potesse rispondere alle specificità di ogni situazione. Ha costruito una rete di teatri non con il solo scopo di economizzare la gestione, ma con la finalità di unire tradizioni culturali diverse che convivono in un lembo di terra molto piccolo. Per tali motivi siamo davvero onorati di occuparci di Accademia Perduta e riportare in questo lavoro alcuni spunti di analisi che sono emersi dalla conversazione con Ruggero.

## **La nascita di Accademia Perduta**

La conversazione parte con un piccolo aneddoto sugli usi e costumi dei cittadini di Meldola, li chiama biscazzieri, e definisce il Comune una bisca a cielo aperto, ma questo è soltanto un espediente per parlarci della nascita della rete dei teatri Accademia Perduta. Infatti la rete sorge, a metà degli anni 80, da un input dato dal sindaco di Meldola, il prof. Anceschi, titolare della cattedra di Estetica presso la facoltà di Lettere e Filosofia.

Egli, vedendo i suoi figli andare a teatro, si incuriosisce e propone a Sintoni di lavorare presso il teatro del Comune che era stato appena restaurato con i fondi dei danni di guerra. Era una proposta allettante, con delle componenti di rischio, Sintoni accetta e da lì nasce un teatro stabile per ragazzi in cui si programma, gestisce e si pensa al teatro per adulti.

Il progetto sembra nascere per caso, ma sicuramente l'incontro è tra due attori che sono portatori di esigenze precise.

La Cooperativa Accademia Perduta/Romagna Teatri nasce nel 1982 come Compagnia di Teatro Ragazzi per iniziativa di un gruppo di giovani attori coordinati da Claudio Casadio e Ruggero Sintoni. Dal 1986 è "Organismo Stabile di Produzione, Programmazione, Promozione e Ricerca Teatrale per l'Infanzia e la Gioventù" della Romagna (uno dei 15 presenti sul territorio nazionale), riconosciuto dal Dipartimento per lo Spettacolo della Presidenza del Consiglio dei Ministri e dalla Regione Emilia Romagna (L.R. 33/93).

## La rete dei teatri tra 6 e 23 realtà

La rete dei teatri di Accademia Perduta è composta da 6 teatri:

1. Il Piccolo di Forlì
2. L'Alighieri di Ravenna
3. Il Masini di Faenza
4. Il Dragone di Meldola
5. Il Comunale di Cervia
6. Il Goldoni di Bagnacavallo

Inoltre partecipa utilizzando il sistema di gestione misto pubblico - privato regolato da convenzioni con le Amministrazioni Comunali di Galeata, Santa Sofia, Alfonsine, Casola Valsenio, Brisighella, Castelbolognese, Conselice, Cotignola, Fusignano, Lugo, Massa Lombarda, Riolo Terme, Rimini e Riccione. In totale sono quindi 20 i Comuni coinvolti. Alcuni luoghi non si possono definire teatri veri e propri, ma sono degli spazi ricavati appositamente, dei garage o palestre, che però permettono ai bambini di vedere spettacoli teatrali. Citando Sintoni *“Immaginatevi Santa Sofia che è un paese che dista 40 chilometri dalla Via Emilia, sarebbe l'ultima cosa gli viene in mente di fare il teatro ragazzi, perché lo spazio non c'è allora lo spazio si ricava costruendo delle strutture apposite, dove i bambini vanno dentro la scena”*. Quindi, sei edifici teatrali da gestire in convenzione con gli enti locali, più una serie di decentramenti. Le unità oscillano tra le 19 e le 23. E a chi lo accusa di essere una lobby dei teatri risponde *“andassero loro a fare teatro in un garage. I teatri veri sono 6, gli altri sono di tutto, degli spazi dove si fa un qualche spettacolo”*.

## La gestione dei teatri

Accademia Perduta stipula una convenzione con le diverse Amministrazioni Comunali, si prende la gestione artistica, con il vincolo di fare il Teatro Ragazzi in tutte le sue forme, e si assume il rischio di impresa. Inoltre riceve dal Comune un contributo. Se c'è un disavanzo alla fine dell'anno sono problemi di Accademia Perduta, se c'è un utile viene reinvestito nell'attività dell'anno dopo. È un concetto meritocratico in cui se c'è un utile è perché la gestione è stata efficiente ed efficace. Sintoni cita l'esempio del Teatro Masini *“.....ma in aggiunta al contributo comunale, se il bilancio del Masini è di un 1 milione di Euro all'anno se c'è un utile di 100 mila euro non è che il Comune, che ci dà 400 mila euro, l'anno dopo ce ne dà solo 300 mila, continua a darcene 400 mila, perché noi reinvestiamo sempre in attività”*.

## L'offerta teatrale. La specificità dei teatri

Accademia perduta comincia a tessere la sua rete, come già detto, dall'incontro con Anceschi. Essa diventa un teatro stabile per i ragazzi, ma con una forte predisposizione al teatro di progetto. Il teatro per ragazzi è quasi sempre un teatro di progetto perché si lavora ad uno spettacolo pensando a quello successivo e dopo quello ancora al prossimo, secondo un divenire per l'appunto progettuale. Dal 1986 all'attività produttiva si affianca, sempre nell'ambito del Teatro Ragazzi, un lavoro di programmazione che comprende titoli e compagnie scelti tra le migliori produzioni italiane ed internazionali del settore, e che prevede cartelloni diversificati con spettacoli mattutini per il pubblico scolastico, appuntamenti pomeridiani e serali, in giorni prefestivi e festivi, rivolti a tutta la famiglia, nonché tanti laboratori di formazione rivolti agli insegnanti ed ai giovani del territorio. Dal momento della sua fondazione Accademia Perduta/Romagna Teatri svolge così un'intensa attività di produzione di spettacoli per ragazzi, tutti contraddistinti da una precisa cifra stilistica: l'attenzione al fantastico, all'immaginario ed il coinvolgimento emotivo degli spettatori.

All'imponente attività che Accademia Perduta/Romagna Teatri svolge nell'ambito del Teatro Ragazzi, si è poi affiancata, a partire dal 1987, al Teatro, Il Piccolo di Forlì, anche quella di programmazione serale - destinata quindi ad un pubblico più adulto.

L'attività di Accademia, collaborando con le Amministrazioni Locali, ha creato cartelloni ricchi di appuntamenti diversificati. Sintoni ha più volte posto l'accento sullo status pubblico dei teatri *"...perché essendo gli unici (i teatri).. ovviamente devono essere i teatri per tutti..., non c'è un genere (che prevalga) perché vicino alle nostre affinità elettive"*.

E sui diversi pubblici di ogni teatro *"faccio una stagione di 10 titoli li prendo e li spalmo come fosse un supermercato su tutti i 6 teatri, i risparmi sono immensi le economie che si fanno sono immense. Non è assolutamente così, Faenza è una città che ha dato origini a 4 cardinali in Vaticano. Vi sembra possibile che il pubblico di Faenza possa avere la medesima storia del pubblico dei biscazzieri di Meldola che vi dicevo prima? Assolutamente no. La storia è completamente diversa. A Bagnacavallo che è lì vicino negli anni, '70 nasce il primo festival POP cioè Claudio Lolli, ha debuttato lì, De Gregori, Venditti, Dalla, tutta quella gente veniva gratis perché c'era questo campo sportivo dove c'erano questi di Lotta Continua, che erano riusciti a coinvolgerli in questo progetto. Bagnacavallo è diversa da Faenza che a sua volta è diversissima da Meldola. Non possiamo pensare a Meldola di fare il teatro di ricerca il teatro contemporaneo. Noi dobbiamo esaltare le vocazioni degli spazi teatrali, non possiamo mettere lo stesso spettacolo in tutti i teatri, non funzionerebbe"*. Inoltre Sintoni parla di qualità dell'offerta. La qualità è un elemento essenziale perché è presente nei progetti di Accademia Perduta e nel DNA di un teatro pubblico, il quale si deve occupare di tradizione e ricerca, senza mai scadere nel commerciale. Non che lui sia contro anzi solo che non compete ad un Ente Pubblico.

In questa lavoro non entreremo nello specifico della programmazione, ma vorremmo citare alcuni lavori fondamentali che hanno dato lustro e notorietà ad Accademia Perduta.

LA STORIA DI UN SOLDATO di Marcello Chiarenza, HANSEL E GRETEL di Giampiero Pizzol e Marcello Chiarenza, I MUSICANTI DI BREMA di Giampiero Pizzol e Claudio Casadio, UN CASTELLO DI CARTE di Danilo Conti.

La più significativa produzione teatrale è quella che ha completato il percorso della manifestazione Teatri per la Verità, nata per contribuire alle spese dell'Associazione Parenti delle vittime della Strage di Ustica. I-TIGI CANTO PER USTICA, con Marco Paolini, è andato in scena in occasione del ventennale dalla caduta dell'aereo Itavia nel mare di Ustica.

### **La differenza tra circuito e rete**

Sintoni, ad un terzo del dibattito, comincia a snocciolare il concetto di rete. Egli innanzitutto la distingue dal circuito. Cita il circuito di Arseven, il quale compra un pacchetto di spettacoli sulla base di caratteristiche economiche e li distribuisce per tutti i teatri del Veneto come fosse *"nutella"* senza tener conto delle diversità dei singoli teatri, egli dice *"sarà diverso il teatro di Madonna di Campiglio, da quello di San Donà del Piave"* *"Questo modo di agire ha una logica commerciale equiparabile a reti di distribuzione di prodotti normali, in cui si ragiona sulle quantità che distribuisce su un numero alto di teatri, ammortizzando i costi, e non è certo adatta a progetti culturali. Secondo Sintoni la rete è *"... come dei fili che vengono annodati in un certo modo per lasciare passare una serie di flussi, all'interno, i nodi sono tutti indipendenti ma in profonda relazione, collegati con gli altri nodi. Tutti i teatri della rete sono gli equivalenti dei nodi per cui ogni nodo ha la sua specificità, ma anche il collegamento forte con il resto degli altri."**

La rete di Accademia Perduta può essere definita secondo la teoria aziendale una rete *burocratica*, questo termine non indica il funzionamento, bensì la dinamica e l'aspetto istituzionale. Le reti burocratiche rappresentano modalità di coordinamento tra imprese che non toccano elementi proprietari e che possono prevedere una struttura centrale, (consorzi), oppure no.

Nel caso in questione esiste un attore principale, che è Accademia Perduta, che coordina e gestisce 6 teatri con convenzioni e ha una serie di collaborazioni con altri enti che non si possono definire

teatri (dai 19 a 23). Inoltre può essere definita come una rete di *regione urbana* perché gli affiliati presentano elementi di coerenza/omogeneità in base alla prossimità geografica, al pubblico di riferimento alla complementarità dell'offerta dei singoli programmi e all'esistenza di legami con l'identità e la storia delle regione nella quale sono collocati.

Il motivo per cui si è costituita questa organizzazione è da ricercarsi nell'opportunità di dar vita a progetti più qualificati, accedere a maggiori finanziamenti, ridurre l'incertezza degli stessi e scambiarsi informazioni. La rete consente inoltre di ottenere una maggiore efficienza, ossia di evitare duplicazioni di costi, di ripartire i costi fissi e di ridurre i costi totali all'aumentare degli spettatori.

Il discorso dell'efficienza è chiarito molto bene da Sintoni *“Nella rete occorre trovare diversamente le economie. Le economie non avvengono mai sul contenimento dei costi artistici, le economie devono avvenire sul contenimento di altri fattori, ad esempio., un unico e qualificato ufficio stampa che segue tutti i teatri e quindi ogni teatro non ha il costo di un ufficio stampa, ma ha una percentuale di un buon professionista, così come lo staff tecnico dei teatri è il medesimo che corre in aiuto di tutti gli altri qualora ci siano situazioni di necessità. Sono uno staff di elettricisti, macchinisti, girano non hanno tempi morti, hanno la possibilità di gestirsi da solo il loro tempo, quindi (aumentano la) gratificazione, (la) riconoscenza, (il) senso di appartenenza e quindi svolgono il loro lavoro con efficacia ed efficienza. Le economie di scala non sono a carico dei costi artistici e di progettazione culturale, ma sempre a carico di altri fattori ad es.; le tipografie ovvio che la pubblicità è molto cartacea facendo i manifesti per tanti teatri si può contrattare diversamente che se uno deve contrattare i manifesti per un teatro”*.

### **Capire il pubblico e l'offerta teatrale**

Accademia Perduta si sforza molto di capire il suo pubblico, i suoi bisogni e le sue specificità. L'interpretazione avviene in una maniera poco scientifica e a qualche esperto di marketing potrebbe fare storcere il naso, ma funziona!

In anni di attività poche volte sono state disattese le esigenze degli spettatori. Non si usano questionari o indagini a campione, ma Ruggero ama conoscere il proprio pubblico parlando, dialogando con chi entra nel teatro e con chi è fuori e si ritrova nei bar o nelle piazze. Si affida molto al proprio *“naso”* e alle *“orecchie”* e non si fida dell'informazione ufficiale che non garantisce l'obiettività. Inoltre egli guarda alle programmazioni fatte trenta anni fa, per capire il clima che si respirava durante quel periodo, da quello parte per fare un progetto artistico che vada a rinnovare l'ambiente e che non abbassi i contenuti culturali. Sintoni ama dire *“Noi non siamo mica delle cartomanti che diciamo agli spettatori ciò che si vogliono sentir dire.....il teatro che si programmava 30 anni prima, così come la musica e ogni manifestazione culturale servono per farci capire quel famoso clima, odore che si mette insieme al naso..... ovvio che da quello si deve partire per fare un progetto artistico culturale, altrimenti è meglio non far niente...”*.

### **L'ospitalità dei cantanti e l'indotto**

Una delle innovazioni apportate da Accademia Perduta è stata quella di mettere a disposizione di artisti (compagnie teatrali, gruppi musicali, cantautori) i teatri per effettuare le prove e per produrre spettacoli.

Questa è un'esigenza molto sentita specie dalle compagnie, ma anche della musica d'autore, che provavano spesso in capannoni industriali. Accademia mette a disposizione la sua equipe e i teatri, in cambio gli artisti mettono a disposizione la prova generale, con i soldi dell'incasso sono pagati gli alberghi per gli artisti. Sembra un "gioco a somma zero", ma non è così anche se i costi uguagliano le entrate, Accademia ci guadagna in visibilità, pubblicità e prestigio. Sintoni ha fatto diversi nomi di artisti tra i quali la compagnia di Pippo del Bono, De André, i Subsonica, Bersani, nomi importanti del panorama artistico italiano che portano certamente una grande notorietà.

Uno degli effetti economici positivi di un teatro che funziona è l'indotto cioè lo sviluppo economico in diversi settori dell'economia prodotto da un investimento in un determinato settore. In letteratura economica si parla anche di esternalità positive, ossia a fronte di costi sostenuti da singoli Comuni, i benefici ricadono su soggetti altri, generando un effetto moltiplicatore che ha ripercussioni benefiche, diffuse e perduranti. Sintoni così descrive il fenomeno *“Un teatro che funziona genera una marea di economie. I Subsonica ...De Andrè..... Paolo Rossi... Samuele Bersani, questi quando vengono fanno una full immersion vanno nei ristoranti e negli alberghi del luogo.....consumano, la gente dei posti vicini viene per vederli mangiare negli stessi posti. L'investimento degli Enti Pubblici viene ripagato dall'indotto, l'importante è avere un progetto artistico chiaro.*

*Io sono del parere che le risorse pubbliche devono essere impiegate per la conservazione del patrimonio, per la ricerca e per l'innovazione della poetica, del linguaggio e della cultura. Il resto, ciò che ha grande valenza commerciale, non ha bisogno di sostegno dello Stato, perché ha grande valenza economica”.*

### **Il programma di quest'estate.**

Inoltre Ruggero Sintoni ci ha spiegato qual è il programma che Accademia Perduta ha portato avanti quest'estate, e che vedrà per la maggior parte delle serate, grandi eventi a Faenza.

Dentro la grande rassegna “E...state 2003”, che comprende l'attività estiva di tutto il circuito di Accademia, si distinguono diverse serate, in diversi Comuni, con diversi tipi di intrattenimento, da quello teatrale a quello cabarettistico a quello musicale.

La proposta è quella di distinguere l'offerta comica e musicale nella piazza di Faenza, ed unire altri attori di Zelig al cartellone finale, proponendoli in “piazze” minori.

Ruggero Sintoni ci ha indicato quali sono state le modalità d'azione, gli “attori” (“stakeholders”) di questa grande organizzazione e quale il disegno che ha permesso la realizzazione di questa rassegna.

Diversi sono i progetti, caratterizzati sia da eventi di carattere culturale che da carattere commerciale.

Ponendo, infatti, una principale distinzione tra spettacoli a valenza culturale e quelli a valenza “commerciale” (distinzione che deriva anche dalla clusterizzazione del pubblico, distinto in “educato” e da “sbigliettamento”), Ruggero Sintoni ha indicato immediatamente di quali risorse avrebbero beneficiato gli spettacoli commerciali, come il Zelig Circus in Tour, e quali invece avrebbero dovuto usufruire del contributo pubblico, come il teatro di innovazione e di ricerca.

(La filosofia di Accademia prevede che le risorse pubbliche vadano a sostenere, ad esempio, determinati progetti impegnativi, come il teatro del disagio, cui ha accennato nel corso dell'incontro e che Ruggero Sintoni vuole intraprendere nella prossima stagione).

La rassegna estiva, dunque, ha riscosso approvazione anche nell'Amministrazione, che così ha rinnovato la convenzione per altri 5 anni, in quanto Accademia si è dimostrata in grado di dar voce alla comunità, e si può, quindi, affermare con sicurezza che *“un modello culturale anche rischioso ed innovativo può diventare un modello a cui tutta la città sente di appartenere”.*

## **La visione come fattore determinante per la nascita del progetto “Teatro Masini Estate”**

Per la realizzazione del cartellone estivo del Comune di Faenza Ruggero Sintoni si è affidato ad una suggestione. Negli ultimi anni infatti, parlando con i *“vecchi di Faenza, siccome io sono uno che parla con tutti, mi hanno raccontato di questa roba, del teatro, così ecc....io quando i vecchi mi raccontano le robe so che bisogna farci la tara, perché per loro è come Fellini, è tutto... il Rex era poco più grande della motonave di Casadei, però lui se l'era immaginata come una roba immensa per cui chissà cos'era quella roba...poi a forza di insistere su questa roba qua a me è venuto in mente di cercare presso le redazioni dei giornali locali se c'erano delle foto. Fortunatamente all'Emeroteca mi hanno detto che a Faenza c'è un archivio fotografico che si chiama Fototeca Manfrediana di proprietà del Dopolavoro Ferroviario”*.

Risalendo ad immagini e foto del 1936, 1937, 1939 ed inseguito anche del '54, ci si è fatti trasportare dal sogno di ricreare eventi della stessa portata ai giorni d'oggi.

Ovviamente, apportando le dovute modifiche, al posto della rassegna di lirica, a quei tempi spettacolo popolare, si è deciso di raccogliere i più famosi artisti comici del momento, rappresentativi della proposta popolare attuale.

E a dimostrazione che nasce da una passione, da una visione poetica sta il fatto che *“non ci guadagniamo una lira”*. Il ritorno importante per Accademia Perduta è, infatti, quello del prestigio, del consolidamento della propria presenza e della propria capacità contrattuale sul territorio.

Il progetto infatti nasce da un'immagine che si è man mano formata nella mente del direttore organizzativo, però, per dare corpo a tale suggestione, è stato necessario sforzarsi ed inventarsi nuovi rapporti e relazioni, nuove soluzioni e nuove modalità operative. È stato necessario avere a che fare anche con l'economia, con la comunicazione e con la sperimentazione di nuovi modelli imprenditoriali.

In questa città, a costo zero per l'Amministrazione Comunale, è stato dunque possibile ricreare la memoria di un teatro che esisteva fino al 1954.

Utilizzando lo spazio “naturale” offerto dalla piazza di Faenza come platea e l'incrocio della piazza successiva come palcoscenico, si è ricreato questo teatro all'aperto con una capienza di 1000 spettatori il teatro fisso e di 5/6000 posti, a seconda dello spettacolo, il teatro smontabile. Con la possibilità di montare il tutto in trenta ore. Tempi da record!

Per creare tutta questa macchina, dicevamo, sono stati necessari diversi contatti, che hanno portato diversi risultati su diversi livelli.

A fronte di un grande spettacolo all'aperto, sono stati coinvolti diversi artisti, che verranno presentati durante l'estate, e sponsor, promoter, Enti Pubblici, e diverse Istituzioni culturali.

Il risultato finale è stato che la giunta di Faenza si è trovata tutta d'accordo sulle capacità di lavorare di Accademia e di creare degli eventi in grado di ridare vita ad una piazza storica.

Per poter lavorare è stato necessario subito individuare chi potesse essere coinvolto nella realizzazione del processo.

Chi poteva mettere le conoscenze e le capacità, chi il lavoro manuale, e organizzativo e chi le somme necessarie per garantire dei risultati, in quanto Ruggero Sintoni non voleva assolutamente utilizzare i soldi pubblici per la costruzione di questo genere di eventi.

Per l'occupazione del suolo pubblico non è stata spesa niente, con la motivazione che questa programmazione avrebbe catalizzato l'attenzione dei media su Faenza, e che quindi ne avrebbe beneficiato il Comune stesso.

## **Il popolo della notte**

Sono stati contattati quelli del Jamming Festival di Imola, in grado di lavorare su grandi progetti, per valutare la fattibilità e collaborare con Accademia per quanto riguarda l'organizzazione.

Si è poi scelto di coinvolgere Le Scimmie, famosa discoteca di Faenza, caratterizzata da velleità artistiche, considerata la proposta di cabaret del sabato sera durante la stagione invernale.

L'entusiasmo, insieme alla capacità organizzativa di Ruggero, hanno fatto sì che la discoteca intravedesse nell'organizzazione dell'evento la possibilità di "riscattare" il popolo della notte, e di poter partecipare attivamente ad un progetto di ampia portata e di grande ritorno di immagine e visibilità, di ricreare un evento culturale per Faenza.

Le Scimmie ha accettato e si è assunta il rischio di impresa dei comici nella Molinella.

A loro volta le Scimmie, per poter pagare questi artisti, ha cercato altri sponsors (Banca di Credito Cooperativo, Lega Coop. – Coop.va Sociale ZEROCENTO, DIVA - Immagine Faentina, Concessionaria Peugeot Montevicchi, Aurora Immobiliare – Impresa Rava, ...) e quindi la rete man mano si è estesa, offrendo generosamente benefici a chi ne veniva coinvolto.

Quindi i comici di Zelig che si esibiranno nelle diverse piazze, quali Ivano Marescotti, Ficarra e Picone, Marco Della Noce, Anna Maria Barbera "Sconsolata" e Sergio Grilli, saranno pagati grazie a queste sponsorizzazioni.

### **Ampliamento della rete**

Inoltre, insieme al Jamming Festival di Imola, in collaborazione con Matilda Discobenessere - Ravennamarina, Effegi Spettacoli, Le Scimmie e la Scuola di Musica G. Sarti hanno organizzato Musica nella Molinella, una rassegna musicale con grandi nomi della musica italiana e straniera.

Accademia Perduta ha provveduto ad allestire la piazza ed a mettere le idee, e anche in questo caso gli sponsor/collaboratori si sono assunti il rischio di impresa delle spese artistiche.

Un ulteriore "nodo" della rete si è aggiunto quando Artisti del calibro di Paolo Conte e Goran Bregovich hanno aderito personalmente al progetto, dichiarandosi disposti a rischiare insieme a loro, ovvero percepire il cachet in proporzione all'incasso della serata.

Per non svilire il significato originario di questi incontri dato che per partecipare alla prima della tournée di Paolo Conte il biglietto era "elitariamente" di 45 €, Ruggero Sintoni si è rivolto a Radio Bruno, una radio di Carpi, per proporle una sorta di Festivalbar ad ingresso completamente gratuito, restituendo così la piazza alla popolazione.

### **Incidenti di percorso.**

Ovviamente durante il percorso si sono presentati dei "piccoli" cambiamenti di rotta.

Inizialmente infatti gli accordi con i promoter di Zelig erano stati perfettamente definiti e soppesati in base alla capienza del Teatro, la richiesta di 70.000€ era risultata sostenibile a fronte di una proposta esclusiva (le piazze toccate in tutta Italia sono 15). Tuttavia in corso d'opera, questi "biscazzieri" hanno cambiato gli accordi, imponendo il prezzo del biglietto (25€ al primo settore, 20€ al secondo settore e così via), lasciando poco margine d'azione ad Accademia che di conseguenza si è ritrovata a lavorare per loro gratis, e cambiando, dopo la conferenza stampa, la conduttrice dello spettacolo (a quest'ultima fase abbiamo assistito noi personalmente in aula!).

La scelta era obbligata, o accettare o perdere di credibilità, soprattutto perché erano già stati venduti quasi tutti i biglietti per lo spettacolo e perché il rischio ulteriore era quello di ritrovarsi come concorrenti delle piazze vicine a quella di Faenza, generando problemi di concorrenza, di artisti e di pubblico...

Le uniche entrate di Accademia Perduta relative a questo evento sono pari a 5.000€, il rimborso delle spese sostenute.



## **I biglietti al museo**

Un'altra sinergia è stata quella che si è creata col museo della ceramica di Faenza.

Faenza *“ha un museo delle ceramiche che è il più importante del mondo, ma ha meno visitatori del museo della civiltà contadina di Brisighella. (Sono una lobby di sfigati).”*

In concomitanza con la prima serata della rassegna musicale, con il concerto di Paolo Conte, al museo si inaugurava la mostra delle collezioni di ceramiche italiane del Museo Ermitage di San Pietroburgo.

Avendo a disposizione degli spazi pubblicitari su Repubblica, si è deciso di coinvolgere il museo per dividere il costo di questi spazi e per creare una sorta di alleanza basata sulla condivisione del pubblico.

Il Jamming Festival ha, infatti, venduto parte dei suoi spazi (15 pagine), a prezzi agevolatissimi (1000 euro, anziché 5500) ad Accademia Perduta, che a sua volta ha venduto 15 mezze pagine al museo al prezzo di 1000 euro anziché 1600.

Inoltre è stato stipulato un ulteriore accordo che prevedeva la possibilità di entrare gratis al museo con l'acquisto dello spettacolo del teatro. Tendenzialmente infatti il pubblico di Conte e Bregovich potrebbe essere lo stesso pubblico interessato a visitare il museo.

Inizialmente il CdA del museo non si era dimostrato convinto dall'iniziativa, nonostante il museo non goda di buona salute e quindi abbia la necessità di richiamare visitatori, però, analizzando approfonditamente la proposta si è dimostrato soddisfatto della scelta fatta, disponendo anche della possibilità che una troupe televisiva di Mediaset, venuta a Faenza per il concerto di Paolo Conte, girasse anche nelle proprie sale.

## **L'interpellanza di AN**

*“La cosa divertente è stata l'interpellanza di AN, che vi volevo leggere.*

*Dice: <<finalmente una roba bellissima, acustica buonissima, ne parla tutta la città...>>, insomma, due pagine di complimenti..., e poi:<<... si può chiedere alla direzione del teatro di pensare anche alla lirica in piazza o si deve sempre vivere nel ricordo dei tempi passati??>>.*

*In realtà è una di quelle interpellanze che è un complimento”.*

L'opportunità di creare questi eventi è quella di aver la possibilità, come afferma Ruggero, di <<mettere insieme varie forze politiche, e creare anche un senso di appartenenza.

*Se io l'anno prossimo voglio fare un progetto sul teatro del disagio, ad esempio, faranno un po' più fatica a dirmi di no che se glielo chiedevo 6 anni fa gli posso dire che se non mi fai fare il teatro del disagio, io non ti faccio più fare l'estate in piazza, e quindi siccome è certo che l'anno prossimo girerà Gianni Morandi, è certo che Gianni Morandi io in piazza non te lo porto.*

*Per cui si crea una serie di relazioni che sono dei vantaggi forse etici rispetto ad un certo modo di investire le risorse pubbliche. Cioè non investire mai le risorse pubbliche in robe che hanno una forte valenza commerciale, ma scegliere cose con forte valenza artistica>>.*

## **Considerazioni finali**

Questo progetto è stato possibile attuarlo adesso grazie all'esperienza accumulata, alla rete di rapporti che si è riuscita ad instaurare in virtù dell'operato di Accademia Perduta.

Non bisogna però dimenticare che pur essendo un evento con forte valenza commerciale nasce da un'idea “romantica”, cioè a dimostrazione del fatto che i progetti “vincenti” sono quelli che nascono dal cuore, da un sogno, e non perché a tavolino si decide di tirar su soldi da un evento piuttosto che da un altro.

Inoltre, probabilmente, non basta più avere una grande idea, è necessario avere altre doti comunicative, organizzative e di conoscenza delle leggi del mercato per poter realizzare il proprio

progetto. Sempre più risultano necessarie le relazioni con gli altri stakeholders per attuare determinate azioni con elevati livelli di ritorno.

Va specificato che non necessariamente il profitto-guadagno ottenuto sono indice di successo di un'operazione, spesso, ed a maggior ragione nel settore culturale (caratterizzato dall'offerta di beni meritori), altri parametri per valutare la riuscita di un'organizzazione possono essere la visibilità ottenuta, la crescita del proprio potere contrattuale, l'aumento del numero di contatti, la diffusione su grandi numeri di pubblico di un progetto/esperimento.

L'aumento di credibilità è stato tale per cui molti sponsor locali, che avevano concordato la sponsorizzazione col Comune, ad esempio, hanno pagato Accademia Perduta, che poi ha dovuto girare queste fatture al Comune stesso, proprio perché questi conoscevano solo Accademia Perduta. Sicuramente fa pensare il fatto che questo genere di offerta e di servizio sia erogato da strutture private, piuttosto che da Enti Pubblici, ma questo è indice di un totale decadimento dell'offerta statale.

*“Se tu vai ad Imola, dove c'è un teatro pubblico che fa una programmazione esclusivamente commerciale, a Forlì che ha diversi teatri, il teatro pubblico propone Luca Barbareschi e il suo spettacolo, piantando i chiodi con la testa sul pavimento, si dice sia una roba orribile, e lo stesso fa il Sistina”.* Si è invertita la vocazione delle imprese teatrali.

Un altro spunto da considerare è il fatto che nulla esclude che il pool di imprese che si è costituito intorno all'evento non possa, anche in un secondo momento, ritrovarsi per nuovi accordi al fine di unire le proprie risorse e capacità, dando ulteriore impulso alla zona, e magari contribuendo alla crescita culturale ed economica del Paese.

La presenza di una rete teatrale in una città può generare una molteplicità di esternalità, interessi diversi si trovano ad essere coinvolti.

Migliora la qualità della vita della città, il pubblico inizia ad avvicinarsi al teatro, ad essere via via più esigente.

Le imprese teatrali hanno maggiore forza, usufruiscono di maggiori contributi, sia pubblici che privati, possono offrire opere non più solo commerciali, ma lavorare anche sulla ricerca e l'innovazione, vero motore della crescita teatrale.

Gli sponsor vedono crescere la propria visibilità, grazie alla pubblicità che deriva dall'appoggiare questi eventi, *“i baristi della piazza hanno incassato una barca di quattrini, i negozianti tengono aperte le vetrine di notte, (per la festa di radiobruno c'erano 20000 persone, 20000 persone)...I negozianti si sono rifatti le budella d'oro. L'amministrazione comunale non era più nelle condizioni di lamentarsi perché non si fa mai niente...!”*

**Bibliografia:**

La rete dei musei di Silvia Bagdadli, EGEA 1999

Accademia Perduta Romagna Teatri caso studio elaborato dalla SDA Bocconi Silvia Bagdadli

Conservazione e innovazione nei musei italiani, Luca Zan, Etas. 1999

Organizzare teatro di Mimma Gallina, Franco Angeli 2002

**Siti consultati:**

<http://www.accademiaperduta.it>

<http://www.racine.ra.it>

<http://www.racine.ra.it/micfaenza/index.htm>

<http://www.cartellone.emr.it/pietroburgo.htm>