



Il capoluogo della Brianza deve guardare al futuro con coraggio e la cultura può aiutare: occorre realizzare qualcosa di spesso e durevole, che abbia un grande impatto in termini di autoconsapevolezza e di visibilità esterna.

Recentemente ho assistito a due iniziative e realizzato delle interviste che mi hanno indotto a immaginare uno scenario per Monza nel quale la cultura potrebbe giocare un ruolo determinante.

Il 9 febbraio scorso il Sindaco Mariani e l'Assessore "tecnico" Mario Baldoni hanno presentato il volume *"Assessorato all'Università. Ricerca scientifica e Salute. 2007-2012. Linee programmatiche e attività"*. Il rapporto, di faticosa lettura, elenca con dovizia di immagini e documenti amministrativi le varie attività, iniziative, convegni svoltisi nel periodo indicato, insieme a diversi progetti da realizzare.

Per far sì che le attività universitarie già avviate (sezioni della Facoltà di Medicina e Chirurgia e della Facoltà di Sociologia dell'Università Milano-Bicocca) e quelle progettate (come una università del design), siano integrate in un disegno d'insieme, sono stati compiuti atti per costituire una *"Fondazione del Polo Universitario di Eccellenza di Monza e Brianza"*, che per ora sembra ancora sulla carta.

Con questo obiettivo, nel rapporto si dichiara (p. 15) che *"tra il 2008 e il 2009 si è proceduto a valutare le offerte e le proposte formative di varie università del territorio nelle aree Economica, del Design, Medica, Ambientale, Musicale, Filosofica, Agraria, Culturale, Organizzativa"*, e che *"è stata effettuata una valutazione multifattoriale, che tenesse in considerazione il sistema di trasporti e viabilità (...), i Poli attrattori di Monza e Vimercate e le ultime ricerche della Camera di Commercio inerenti giovani, università e lavoro"*. Purtroppo il rapporto non rende conto dei risultati di queste indagini, che consentirebbero di valutare il contesto, il senso e le prospettive di un polo universitario monzese-brianzolo.

Gli studenti che frequentano le sedi di Monza sono ormai circa 3000

Non sono in grado di giudicare in che misura le attività universitarie già avviate possano essere annoverate tra quelle "di eccellenza". Non vi è dubbio che esse hanno registrato un buon successo quantitativo: tra il 2007 e il 2011 la Facoltà di Medicina e Chirurgia ha registrato un aumento degli iscritti del 30%, e il corso di laurea in Scienze dell'Organizzazione della Facoltà di Sociologia del 21%. E gli studenti che frequentano le sedi di Monza sono ormai circa 3000.

Il fatto che l'Università di Milano-Bicocca, sita a nord di Milano, abbia trovato conveniente sviluppare parte delle sue attività a Monza, saltando Sesto San Giovanni, può significare che Monza presenta ancora una attrattività ambientale che potrebbe farne una vera città universitaria, con le ovvie ricadute anche in termini economici e occupazionali.

Esponendo questa considerazione, ho chiesto al Sindaco come il Comune pensa di operare per consolidare questa attrattività, ma la risposta non è stata pertinente: il Sindaco ha semplicemente detto che occorre fare un passo per volta, in relazione alle risorse (e ai soliti privati) che di volta in volta si renderanno disponibili.

Renato Mattioni ha illustrato la recente apertura di uno sportello per le sponsorizzazioni di beni culturali e ambientali

Il 10 febbraio, presso la Villa Medici Giulini (perfettamente conservata e arredata, gestita in modo manageriale dalla proprietaria come *hotel de charme* e sede di convegni, con una collezione di antichi fortepiani e pianoforti forse unica al mondo, tuttora in uso da parte di noti musicisti) si è svolto il convegno "**Cultura chiama impresa... per dare valore al territorio**", promosso dalla Confindustria e dalla Camera di Commercio di Monza e Brianza. Molte le indicazioni emerse: dal peso crescente delle imprese culturali sulla economia e sulla occupazione, all'importanza che per qualsiasi impresa riveste il fatto di destinare risorse a interventi ed eventi culturali, sia per l'immagine esterna che per le motivazioni dei collaboratori. Interessante mi è sembrata l'indicazione (relazione di Maurizio Carmignani, esperto di strategie e marketing culturale e territoriale) che tra il mecenatismo disinteressato e la ricerca di un utile speculativo sui beni culturali e ambientali, vi è la più vasta area di potenziali investimenti delle imprese in cultura, come opzione possibile all'interno delle politiche di marketing ("Mi conviene restaurare un giardino storico e farlo sapere, o comprare tante pagine di giornali o apparizioni in TV?). L'operazione di Della Valle sul Colosseo rientra in questa logica. Altra notizia interessante: contrariamente a quanto si sente dire spesso, **esistono agevolazioni fiscali per chi investe in cultura, contenute sia nel recente Codice sui beni culturali e ambientali (art.122 sulle sponsorizzazioni), sia nel Testo unico sulle imposte sul reddito (art.108 sulla deducibilità delle spese di pubblicità e propaganda)**. Il [Direttore della Camera di Commercio di Monza e Brianza](#), Renato Mattioni, ha illustrato la recente apertura di uno sportello per le sponsorizzazioni di beni culturali e ambientali, che potrebbe costituire un importante strumento per il finanziamento di restauri, valorizzazioni non distruttive delle risorse culturali, mostre e altri eventi.

Nella mia recente [intervista apparsa su questa rivista](#), il Presidente di Italia Nostra di Monza, Maurizio Oliva, ha affermato che **“Monza è ricca, straricca di risorse anche nascoste e inconsapevoli, presenti nel territorio, nelle persone, nella cittadinanza”**. Questa osservazione, se da una parte ci obbliga ad aguzzare la vista per individuare i talenti che ci circondano (di cui spesso ci accorgiamo quando sono volati altrove), dall'altra ci fa riflettere su quanto poco queste risorse contribuiscano ad una visibilità di Monza come centro culturale di primaria importanza, riconoscibile tra gli altri grazie a una sua identità distintiva, e capace non solo di produrre, ma di attrarre talenti, iniziative culturali e imprenditoriali avanzate, visitatori da ogni parte del mondo. Probabilmente non basta essere un vivaio, ma occorre realizzare qualcosa di spesso e durevole, che abbia un grande impatto in termini di autoconsapevolezza e di visibilità esterna. Individuare e puntare sul capitale sociale e ambientale (creatività, solidarietà, imprenditorialità, monumenti, paesaggio), da difendere da colonizzatori esterni e ras locali, e per fare della città una realtà bella e buona (*kalòs kai agathòs*, come dicevano i greci).

Se io fossi un candidato Sindaco, assumerei l'impegno di fare della “Imperial Regia” Villa e Parco di Monza, monumento di dimensione europea, e della Corona Ferrea, simbolo universale del regno d'Italia come “Giardin dello Imperio”, i cardini di un “Festival Cultura-Natura”, da dedicare agli studi sulle città del futuro.