



Il logo, i primi passi, i buoni propositi: Biella ha presentato la candidatura Unesco

«Dobbiamo avere il coraggio di essere più arroganti. Conosciamo il nostro valore e la nostra storia: a volte nel mondo contemporaneo è necessario alzare la voce per farsi sentire»: Nino Cerruti, 88 anni compiuti a settembre, ha regalato uno slogan di rara efficacia alla candidatura di Biella tra le città creative Unesco, che ha mosso i suoi primi veri passi giovedì 31 gennaio a palazzo Gromo Losa. Lo stilista biellese è tra i testimonial più convinti della campagna e non ha voluto mancare all'incontro pubblico, promosso da città di Biella e Fondazione Cassa di Risparmio di Biella, promotori dell'iniziativa insieme a Cittadellarte-Fondazione Pistoletto. E proprio Michelangelo Pistoletto ha presentato il logo che ha donato al progetto, che richiama il suo simbolo artistico, il Terzo Paradiso: «Vedo questa sala piena» ha detto il maestro «e penso che quando sono tornato a Biella ho fatto la scelta giusta».

La carica di entusiasmo dei due portavoce, bandiere della biellesità in due ambiti differenti ma con la creatività come denominatore comune, è stata una delle chiavi della mattinata di lavoro, guidata dalla giornalista de Il Sole 24 Ore, a sua volta biellese, Maria Cristina Origlia. Il sindaco Marco Cavicchioli e il presidente della Fondazione Cassa di Risparmio Franco Ferraris hanno fatto gli onori di casa. «Questa candidatura, nata da un'intuizione di Ferraris, è un punto di arrivo e un punto di partenza» ha sottolineato il primo cittadino. «È il riconoscimento di almeno due secoli di cultura tessile, della capacità straordinaria degli imprenditori e di quella altrettanto straordinaria di migliaia di uomini e donne che hanno lavorato nelle fabbriche con un impegno e una dedizione fuori dal comune. Ma è anche un punto di partenza perché da qui potrà nascere una serie di iniziative che ci aiuterà a far conoscere questo territorio e la sua eccellenza nel mondo».

«Questa è la candidatura di un territorio fantastico in tutte le sue componenti, dal lago alle Alpi» ha aggiunto Franco Ferraris, «ed è un territorio che ha dimostrato nel corso della storia il suo valore. Non è in discussione il nostro saper fare: immaginate quante persone nel mondo oggi indossano un capo fatto a Biella. È notizia dei giorni scorsi che il sistema moda ha raggiunto i 100 miliardi di fatturato. Tanto di questo valore è prodotto nella nostra città».

Una città che ha l'obiettivo di presentarsi unita all'appuntamento con l'Unesco: la pubblicazione della "call", ovvero della chiamata alle città che intendono candidarsi, è prevista per febbraio, la scadenza dei termini per inviare la documentazione sarà a giugno e una decisione sarà presa in autunno. L'unità d'intenti è stata notata anche dagli esperti non biellesi presenti all'appuntamento di palazzo Gromo Losa: «Sono qui per il valore dell'amicizia» ha detto Marco Magnifico, vicepresidente del Fai, tra i primi ad aver firmato una lettera a sostegno della candidatura, «spinto dall'esempio della famiglia

Zegna, tra le prime ad aver saputo coniugare impresa e paesaggio, e di Michelangelo Pistoletto, la cui prospettiva è sempre stata di spingere lo sguardo altrui ad abbracciare quello che il suo sguardo di artista aveva visto in anticipo».

La giornata è proseguita con un fitto susseguirsi di interventi, dallo storico locale Danilo Craveia ad Angelo Boscarino, presidente di Bia, la società di consulenza che seguirà la pratica biellese, fino ai rappresentanti delle altre città italiane che già fanno parte della rete Unesco, da Fabriano, una delle nove già nel circuito delle città creative in cui Biella aspira ad entrare, a Milano (letteratura), da Torino (design) ad Alba (gastronomia). Lo sviluppo del progetto sarà raccontato anche da un sito web, in costruzione all'indirizzo www.biellacittacreativa.it, e dalla pagina Facebook "Biella Città Creativa".