

La città e i suoi gioielli

Dopo il lockdown, successo dei nuovi tour con il battello e sulla street art organizzati dal gruppo sugli Scali delle cantine

Con “Uovo alla Pop” la livornesità arma per vincere la sfida sul turismo

L'INTERVISTA

LUCIA ATERINI

L'identità, la “Livornesità” per usare un termine meno generico, sarà un'arma da spendere per puntare sullo sviluppo del turismo.

Di fronte alle tante cugine blasonate che, tra “mangifici” e frenesie da affitto sulle piattaforme online, hanno perso la loro autenticità (con Firenze portabandiera) Livorno può giocare una partita importante valorizzando il suo essere “unica” (come recita un video promozionale lanciato di recente dal Comune).

Di questo ne sono convinte le galleriste-artiste di Uovo alla Pop. Due di loro, **Libera Capezzone** e **Viola Barbara**, infatti sono anche guide turistiche e ogni mese organizzano una ventina di tour guidati a cui abbinano inaugurazioni di mostre nel loro spazio sugli Scali delle cantine. E, al momento, non hanno i problemi delle loro colleghe fiorentine, rimaste sole nella assolata e desolata Firenze.

L'esperienza di Uovo alla Pop è nata tre anni fa, con Viola e Libera ci sono anche **Valeria Aretusi** e **Giulia Benini**. E tutte insieme hanno dato vita a una galleria d'ar-

te contemporanea incentrata sulla street-art, a uno spazio di esposizioni, di festival, di mostre e progetti sociali.

Da maggio i vostri tour hanno avuto un successo sia tra gli stessi livornesi che toscani. Come mai?

«La chiusura per l'emergenza è stata un'opportunità perché le persone rimaste senza respiro sono uscite dalle “gabbie” e hanno voluto immergersi in tour diversi e originali. Ecco perché dalla primavera abbiamo registrato un successo. Cerchiamo di raccontare la storia di Livorno in maniera diversa. La nostra città si presta bene a essere raccontata, non possiamo puntare su monumenti o quadri e allora si prediligono le storie delle persone e l'identità di questi luoghi. Cerchiamo di fare turismo in posti dove non te lo aspetteresti. E di creare sorpresa, fare terapia, diciamo noi».

Come riuscite a trasmettere le particolarità della città?

Tre volte alla settimana facciamo il giro in battello, che è quello più gettonato (lo fa **Libera Capezzone** ndr).

Dalla Venezia, al faro, ai fossi e raccontiamo per esempio il tentativo dei Medici, di Ferdinando Primo in particolare, di colonizzare l'America con un gruppo

di livornesi. Poi c'è quello dedicato alla street art (*e lo fa Viola Barbara* ndr) che è un'arte più fragile che può sparire in una città di vento, quale è Livorno, e quindi anche essa stessa fragile ma allo stesso tempo calderone di tanta energia. Durante la quarantena abbiamo dato il via a eventi su Facebook, dal titolo “Guide alla Ventana” (*alla finestra in spagnolo*). Questi video, in cui abbiamo raccontato sempre storie di livornesi, hanno avuto successo».

Ma la galleria Uovo alla Pop si è fatta promotrice e sostenitrice anche delle arti di strada

«Grazie a Uovo alla Pop la street art è arrivata a Livorno e ci sono diversi tipi di artisti che danno il loro contributo con diverse tecniche. La città è un porto franco per loro come lo era un tempo per i mercanti. Pensiamo a Ligama e al suo murale su Jane Modigliani, all'Omaggio a Leonardo con la Gioconda senza volto di Restivo, Diana di Joe Pistone, realizzato in una Residenza per anziani. E non ospitano solo chi fa grandi murali, ci sono anche chi fa stencil art, poster art (come l'iniziativa Io Manifesto) la scultura urbana (Cervelli e grandi orecchie Urban solid) e sticker art di Clet sui cartelli stradali».

Dunque Livorno può giocarsi un posto che non sia solo legato all'arrivo dei croceristi?

«È il momento in cui livornese è pronto ad aprirsi al turismo. Prima non si voleva svendere, ero geloso diciamo dei suoi “gioielli”. Ora i momenti sono cambiati, siamo passati da una crisi economica a un'altra. E il livornese ci prova con la condizione di mantenere la sua autenticità, la sua integrità senza banalizzazioni».

Cosa serve e cosa manca?

«Livorno si sta muovendo, ci sta provando, lo abbiamo visto anche con la mostra di Modigliani all'inizio di questo anno. Ci vogliono grandi eventi con la valorizzazione di talenti livornesi e questo non posso farlo altro che le istituzioni. Ma allo stesso tempo servono anche investimenti perché il turismo si deve autosostenere. Nel dettaglio, poi, l'ufficio turistico deve essere più visibile di adesso. Piazza Garibaldi potrebbe essere la piazza dell'arte, e questa è una grande scommessa che la politica deve saper vincere. Se si perde questa piazza, si perde la città, è la chiave di volta. E infine compito degli amministratori è anche quello di agevolare iniziative creative. Ora lo stanno fa-

cendo, amano la città e la vogliono veder crescere senza speculazione. Ci sono però tanti spazi in disuso e loro devono avere la lungimiranza di darle a realtà come la nostra. L'evento "Io manifesto" con i poster sulle baracchine abbandonate è un concetto finalizzato a dire che questi immobili non utilizzati possono essere offici-

ne dell'arte che creano lavoro e giro di turismo».

Nel vostro futuro cosa c'è?

«Noi gestiremo gli eventi per Effetto Venezia in piazza Garibaldi. Sarà una piazza pop con mostre a cielo aperto e laboratori creativi, spettacoli che parlano dei popoli e illuminazione speciali, installazioni a cielo

aperto. Poi dalla Sovrintendenza di Pisa abbiamo avuto l'autorizzazione a realizzare un grande murale in una piazza centrale. Il committente è il Lions club. E verrà realizzato da Ligama. Infine abbiamo vinto un bando regionale sul turismo legato all'arte. Riguarda Livorno, Capraia, Gabbro e Nibbiaia. Si compone

in sostanza di due percorsi: in ogni luogo si potrà scaricare una guida turistica con interviste fatte alle persone del luogo. In questo modo si crea un percorso che termina con un'installazione artistica. A Livorno poi verrà fatto un resoconto finale dell'attività. L'appuntamento si svolgerà al Cisternino. E la partenza del nostro lavoro è prevista a settembre». —



Da sinistra in alto il murale di Ligama, Clet con una sua opera, il murale Diana, le artiste di Uovo alla Pop (da sinistra Giulia Bernini, Valeria Aretusi, Libera Capezzone e Viola Barbara) E infine l'opera di Restivo

«Se si perde piazza Garibaldi si perde la città è il punto di svolta»

«I livornesi sono pronti ad aprirsi ai visitatori ma vogliono rimanere autentici»

«Abbiamo avuto l'autorizzazione a realizzare un altro murale»

