

Beni culturali In «Resort Italia» (Marsilio) Lorenzo Salvia indaga su vizi e sprechi e sui modelli virtuosi scelti all'estero

Bell'Italia delle occasioni mancate

Tesori trascurati, investimenti respinti, presunzione. Ma potremmo rinascere grazie al nostro patrimonio

di **Gian Antonio Stella**

C'era una volta una grande società di consulenza che lavora soprattutto per lo Stato e che voleva brindare con i dipendenti al 2015 in un museo italiano nel cuore di Roma. Un lunedì di chiusura. Una mezz'oretta di visita alle sale, un'altra per il brindisi in piedi. Un paio di tavoli coperti, qualche stuzzichino, un po' di bottiglie. Un'ora e tutto finito. Pedaggio: 15 mila euro.

Caruccio. Ma la società accettò: i quattrini sarebbero stati spesi bene. Dio sa quanto sono poveri i musei. Purché, spiegò il direttore, il brindisi non fosse fatto nel salone («queste cose non si fanno!») ma nell'androne. Al gelo. Il 15 dicembre. Con sciarpe e cappotti. Non

bastasse, andavano pagati uno a uno separatamente i custodi disposti allo straordinario. Conclusione, tanti saluti e cincin in un museo privato: 15 mila euro buttati ma verginità salva. Vade retro, sterco di Satana!

Dite voi: possiamo permetterci questi rifiuti dettati più dallo snobismo che da reali necessità di tutela? È quanto si chiede in *Resort Italia* (Marsilio, pp.162, € 17) il nostro Lorenzo Salvia. Spiegando perché piuttosto che accanirsi nei tentativi insensati di salvare industrie o miniere da decenni in stato comatoso bisognerebbe puntare sull'accoppiata cultura e turismo. Il che «non vuol dire trasformare l'Italia in una grande EuroDisney dove tutti girano in infradito, canottiera e bastoncino per il selfie. Anzi, è l'esatto contrario». Fare turismo «non è solo tenere aperto il Colosseo con orari diversi rispetto a uno sportello della Motorizzazione. È anche riconoscere che la mano pubblica

non potrà mai prendersi cura di tutto il nostro patrimonio».

Un esempio? Sapendo che un giorno o l'altro il petrolio finirà, «Abu Dhabi ha deciso di aprire il più grande museo del mondo». Un'isola intera, Saadiyat, che avrà la più alta concentrazione planetaria di beni culturali. Ci saranno il Guggenheim Abu Dhabi, lo Sheikh Zayed National Museum, un museo marittimo, un campus della New York University ma soprattutto una dependance del Louvre. Per averla, gli sceicchi hanno pagato 720 milioni di euro per l'affitto delle opere che saranno via via temporaneamente esposte. Più 525 milioni per il solo uso del marchio Louvre. Quattro volte l'incasso di tutti i musei e le gallerie e i siti archeologici italiani messi insieme nel 2013.

Immaginiamo certi sospiri: han venduto l'anima questi francesi, signora mia! Fatto sta che tutti quei soldi saranno spesi per rendere il museo parigino ancora più bello,

per comprare nuovi quadri e nuove sculture, per i restauri e gli allestimenti. Ricorda Salvia che nel 2009 l'allora governatore toscano Claudio Martini buttò lì l'idea di una operazione simile con gli Uffizi. Non l'avesse mai fatto! «Il nostro patrimonio non è una merce da sfruttare». E tutti i soldi necessari per curare il più esteso patrimonio artistico, monumentale, paesaggistico del pianeta chi li dovrebbe mettere? Lo Stato. Sempre che non pretenda di recuperare qualche spicciolo con il *merchandising* o altre «americanate»...

È un elenco di occasioni perdute ed errori, il reportage del cronista del «Corriere». Come quello di tirarla così in lungo con la Disney, che a metà degli anni Ottanta pareva intenzionata a costruire il suo parco di divertimenti europeo nell'area di Bagnoli, da spingere la

Da oggi



È da oggi in libreria il libro inchiasta *Resort Italia*. Come diventare il villaggio turistico del mondo e uscire dalla crisi di Lorenzo Salvia, giornalista del «Corriere della Sera» (Marsilio pagine 162, € 17)

Differenze

Ercolano è risorta grazie a uno sponsor americano mentre Pompei versa nelle note condizioni

Strategie

Fare turismo è tenere aperto il Colosseo in orari diversi e riconoscere che lo Stato da solo non basta



multinazionale californiana ad andarsene a Parigi: non c'è 'o sole di Napoli? Pazienza.

Se è finita così, sostiene Salvia, «è perché abbiamo sempre pensato che il turista che vede il Louvre e quello che va nel castello di Biancaneve siano due persone diverse. E invece no, si tratta della stessa persona che nella sua vacanza mischia i generi senza problemi. Facciamo tutti così, quando programmiamo i nostri viaggi. Ma in quel disordinato progetto che è l'Italia degli ultimi anni abbiamo separato alto e basso. Un errore da piccoli snob, che nasce da un vecchio malinteso».

Mette di malumore confrontare la rinascita di Ercolano dopo l'ingresso anni fa d'un mecenate privato quale David Packard, figlio di uno dei fondatori della multinazionale dell'informatica Hp, e il parallelo degrado di Pompei «che si sbriciola a ogni pioggerellina autunnale e perde 10 centimetri quadrati di intonaci e affreschi al giorno». E così l'elenco delle eccellenze gastronomiche che ci siamo lascia-

ti copiare: «Tra il Grana Parrano prodotto in Olanda, il Real Asiago Cheese che arriva dal Wisconsin, il Salam Napoli rumeno, la Daniele Soppresata statunitense, l'*Italian sounding* copre più del doppio delle nostre esportazioni agroalimentari». Con un danno di 50 miliardi l'anno.

Avremmo, a volerlo, enormi praterie da sfruttare. Lo dimostra il successo di iniziative come quella dello chef David Sgueglia della Marra, che tutte le mattine si aggira tra i banchi di Campo de' Fiori con un gruppo di turisti americani e inglesi: «Compra zucchine, carciofi, pomodori, basilico e tutto quello che serve per preparare un *typical Italian pranzo*. Poi va con il suo gruppo di turisti in un appartamento vicino a largo Argentina e cucina, mangia, chiacchiera insie-

me a loro. E alla fine viene anche pagato».

E «se nel Regno Unito vanno di moda i tour per assaggiare le birre prodotte nelle diverse zone del Paese, cosa potremmo fare noi con i nostri vini, con la pasta, la moda o il design?» E perché mai devono finire a siti stranieri 3 euro ogni 10 delle prenotazioni online nei nostri hotel? Perché manca la consapevolezza di quanto occorra prepararsi ad accogliere «trecento milioni di nuovi ricchi che sognano l'Italia»?

Eppure, *Resort Italia* non è affatto pessimista. Anzi. Nessuno al mondo ha i siti Unesco, le chiese, i musei, i vini, la varietà gastronomica, i panorami, le occasioni di shopping che abbiamo noi. Purché, finalmente, passi l'idea che il turismo e i beni culturali possono essere l'uno al servizio dell'altro. Senza «svendere» nulla. Con rispetto. Con cura.



Turisti e ispettori dell'Unesco in visita al sito archeologico di Pompei, uno dei più problematici del Paese