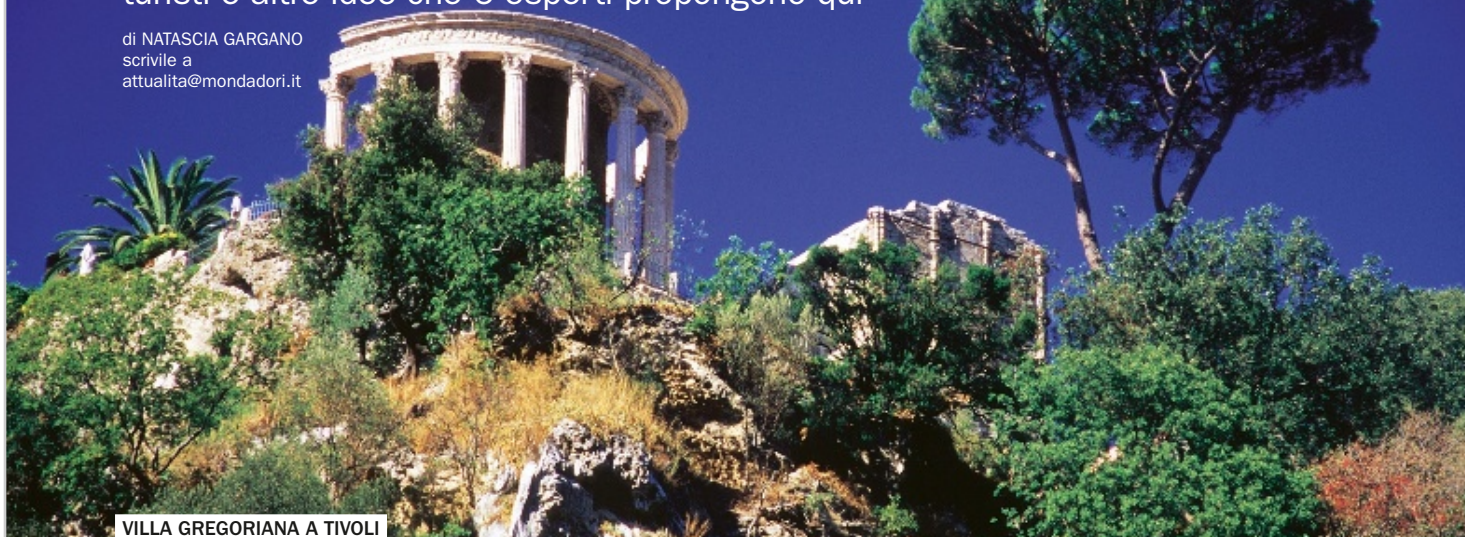


COME POSSIAMO GUADAGNARE DAI NOSTRI MONUMENTI?

L'Italia ha il patrimonio artistico più ricco del mondo. Ma ne ricava profitti molto bassi. Un paradosso da cui si dovrebbe uscire. Con raccolte fondi tra i cittadini, percorsi nuovi per i turisti e altre idee che 6 esperti propongono qui

di NATASCIA GARGANO
scrivile a
attualita@mondadori.it



VILLA GREGORIANA A TIVOLI

L'Italia è al primo posto per numero di siti "patrimonio dell'umanità" dell'Unesco. Ma tutta questa grande bellezza non genera una corrispondente ricchezza: 80 miliardi, pari a solo il 5,7% del Pil, nel 2013. Ricaviamo poco e investiamo ancora meno: lo 0,4% del Pil, circa la metà della Francia. Crescono, però, le sponsorizzazioni private: 159 i milioni di euro nel 2013. Perché le aziende hanno capito che scommettere sui nostri monumenti e musei è un buon affare. Ecco come, secondo 6 esperti, possiamo guadagnarci tutti davvero.

PUNTIAMO SUL CROWDFUNDING

Tomaso Montanari, storico dell'arte e autore di Privati del patrimonio (Einaudi)

«Da una visita agli Uffizi si esce devastati: la biglietteria è privata, vende più ingressi del dovuto e bisogna sgomitare per vedere le opere. Peggio ancora le mostre: in Italia ne aprono 9 mila ogni anno, più che in ogni altro Paese. Chi ci guadagna? Non lo Stato: il nostro patrimonio è pubblico, ma gli utili dei privati per oltre il 90%. Si è puntato sulle sponsorizzazioni, come per Tod's al Colosseo, concedendo a chi paga di rivestire i monumenti con il suo logo. Un'alternativa, però, c'è: per il restauro del Battistero di Firenze, che vietava i cartelloni, i soldi sono arrivati dalla raccolta fondi della Coop di Firenze tra i suoi soci. Risultato: nessun marchio sulla chiesa e 200 mila euro già incassati. È la prima forma di mecenatismo popolare».

CREIAMO PERCORSI CHE UNISCANO ARTE, CIBO, NATURA

Maurizio Di Robilant, esperto di branding e presidente della Fondazione Italia Patria della bellezza

«Per sfruttare il nostro patrimonio, innanzitutto dobbiamo rendere consapevoli gli italiani della ricchezza in mezzo a cui vivono. Una leva è proporre a turisti di fascia medio alta, che sono il target capace di apprezzare a fondo la ricchezza del nostro Paese, strumenti mirati. Per esempio attraverso siti ben strutturati e app con cui offrire vere esperienze: abbiniamo alla visita alle residenze sabaude di Stupinigi o Venaria laboratorî vinicoli, un corso di degustazione di olio pugliese alla passeggiata tra i monumenti normanni. Così si sviluppa un'economia della bellezza: unendo il paesaggio, l'arte, il made in Italy e l'enogastronomia possiamo far guadagnare il Paese».

PROPONIAMO LA CULTURA ANCHE COME SPETTACOLO

Francesco Delzio manager, scrittore e autore di Opzione Zero (Rubattino)

«In Italia c'è un'idea superata dell'istituzione culturale: viene in mente una collezione di oggetti con una targhetta, da ammirare in sacro silenzio, mentre le possibilità di fruizione oggi sono molte di più. Come Cinecittà World: inaugurato lo scorso anno alle porte di Roma, è il primo parco tematico in Italia dedicato al cinema. Disegnato da Dante Ferretti, scenografo da Oscar, trasforma in

DM IDEE



MATERA

MUSEO NAVALE A FIUMICINO



TEATRO ROMANO A VOLTERRA

BATTISTERO DI FIRENZE



CINECITTÀ

divertimento, animazione e innovazione tecnologica un luogo leggendario come Cinecittà. È la strada da seguire».

MIGLIORIAMO I COLLEGAMENTI PER LE CITTÀ D'ARTE

Ilaria Borletti Buitoni, sottosegretario al ministero dei Beni Culturali e autore di *Per un'Italia Possibile (Electa)*

«Puntare sui nostri tesori non vuol dire solo attirare turisti in luoghi come Roma e Venezia, ma dotare il Paese di strade e collegamenti accettabili verso mete meno note, però stupende, per esempio Urbino o Matera. Il nostro patrimonio va sfruttato: lo Stato faccia la regia, cooperando con i privati. Un esempio? Nel Lazio, il Parco di Villa Gregoriana, è stato restaurato e aperto al pubblico dal Fai, il Fondo Ambiente Italiano. E ora è consigliato nelle guide e visitato».

SFRUTTIAMO AL MASSIMO I TEMPI DELLE VISITE

Lorenzo Salvia, giornalista e autore di *Resort Italia. Come diventare il villaggio turistico del mondo (Marsilio)*

«Il turismo è un mercato che cresce del 5% annuo a livello globale. Per emergere però l'Italia deve trasformarsi nel "villaggio turistico" del mondo, per esempio unendo arte e servizi. Come? Ampliando la disponibilità di caffetterie, bar, spazi per bambini là dove ci sono musei e monumenti. Il principio è: più tempo i visitatori passano all'interno di una struttura, maggiori sono gli incassi. E

copiamo dall'estero: all'aeroporto di Amsterdam è nata una filiale del Rijksmuseum, che attrae i viaggiatori nei tempi di attesa tra un volo e l'altro. Noi, invece, a pochi chilometri dallo scalo aereo di Fiumicino, abbiamo un museo navale, chiuso "temporaneamente" da più di 10 anni. Va bene non svendere i gioielli di famiglia, ma almeno tiriamoli fuori dai cassetti prima che vadano in malora».

COINVOLGIAMO LA COMUNITÀ LOCALE

Luca Nannipieri saggista e autore di *Libertà di cultura (Rubattino)*

«Bisogna evitare che Stato spenda male i suoi soldi dandoli magari a musei con un solo visitatore al mese. Siccome il patrimonio artistico è dei cittadini, bisogna coinvolgerli a livello locale. Per esempio, a Volterra il teatro romano in rovina è "rinato" ospitando un festival. Il Lucca Museum si è rinnovato inventando mostre, corsi di cucina, percorsi artistici per le scuole: grazie a una efficiente gestione da parte di privati è diventato un luogo di richiamo per i turisti e di aggregazione per le persone del posto. La soluzione è che musei e monumenti si finanzino chiedendo soldi a sponsor presenti sul territorio e vendendo biglietti. Non è fantascienza, è il futuro: la Germania lo sta già facendo. La cittadella dei musei di Berlino, in mano a privati, in 30 anni ha triplicato il numero di visitatori».