

COME SFRUTTARE AL MEGLIO I NOSTRI TESORI D'ARTE

di Marco Biffani

Abbiamo oltre 3500 musei in Italia e il loro ricavato è quasi uguale a quello di un solo museo francese! Il Louvre. Abbiamo ben oltre il 60% delle opere d'arte del mondo ed i musei e i luoghi d'arte sbadigliano. Cresce la richiesta di turisti in Italia, ma non riusciamo ad indirizzarla verso di loro.

Potremmo sfruttarli alla grande, ma non è esistito finora un ente o un ministero abbastanza efficiente. Ma non sono tanto "i carrozzoni" che funzionano bene, ma le idee.

Ne avrei una – forse non nuova – ma sono convinto che funzioni. Se impostata come segue, per ogni importante luogo d'arte: Musei o Pompei (che va a pezzi), Ercolano...sono centinaia!

Prendiamo ad esempio uno dei grandi Musei ricchi di opere d'arte.

Calcoliamo, come riferimento, il numero medio dei suoi visitatori degli ultimi 5 anni.

Creiamo un presidio adiacente, limitrofo (o interno se possibile), al Museo, che chiamerei PRO (Promozione). *Il PRO avrà la missione giuridica di attivarsi in ogni modo, in campo nazionale e internazionale, per richiamare visitatori al Museo.* Da affidare esclusivamente a privati.

Sarà dotato di ristoranti, bar, sale di proiezione, locali di riposo, toilette, biblioteca, vendita di cataloghi, libri, giornali ed ogni articolo e attività coerente con il compito (magari esente da IVA e imposte come i Duty-free Shop degli aeroporti).

In una parola dovrà promuovere con ogni mezzo il Museo dedicato (es. PRO-Pigorini, PRO-Museo Nazionale etc.), totalmente a sua cura e spese, senza alcuna limitazione burocratica, ma sotto la tutela (discreta e non soffocante) delle Soprintendenze. Inizialmente sarà il Museo che gli porterà ricavi, e il PRO gli riconoscerà una percentuale proporzionale del suo guadagno (da stabilire).

Dopo tre anni di attività promozionale sarà il numero crescente dei visitatori del museo a mostrarne praticamente la funzionalità. Farà fede la media suddetta - che consentirà di girare al PRO anche una piccola percentuale degli incassi del Museo, in base ad un contratto valido per tutti i PRO italiani.

Se dopo tre anni il numero dei visitatori non avrà superato una soglia soddisfacente (fissata in anticipo) il contratto decadrà ed il gestore perderà un deposito (fidejussionato e che andrà al Museo) e la licenza, lasciando integro e disponibile da altri, locali ed attrezzature realizzati.

Un appalto a livello internazionale, per acquisire una licenza PRO, darebbe sufficienti garanzie di validità (e inquinamenti), consentendo sponsorizzazioni di aziende anche multinazionali, avide di visibilità.

Un esempio. I fondi sovrani degli Emirati Arabi e del Qatar hanno sottoscritto il più grande acquisto di aerei mai avvenuto prima. Hanno raggiunto il 49% di proprietà della nostra Alitalia, stanno comprando alberghi e fabbricati nella zona di via Veneto. Puntano al turismo. Immaginiamo se non sarebbero interessati ad acquistare licenze per dei PRO in Italia o a sponsorizzarli!

Attiviamoci nel loro e nel nostro interesse.