

Cultura e impresa alleate: il business non è più un'eresia

L'arte e la storia come prodotto: innovazione nel turismo

Il dibattito

VERONA Fare business, soldi, schei con la cultura è un'eresia? No, o quanto meno non più: pare essersi ormai diffusa l'idea che la cultura deve avere una sua sostenibilità intrinseca. Un modello di successo a prova di bomba non c'è, e non potrebbe forse nemmeno esserci. Ma si può imparare molto dalle singole storie di successo, cercando di trarne insegnamenti generali. È quello che si è tentato di fare in un panel ieri alla Gran Guardia, coordinato dal direttore del *Corriere del Veneto* e di *Verona* Alessandro Russello, nell'ambito del ciclo di eventi «Il bello dell'Italia». «Tutto ciò che è cultura rappresenta un valore, e se una cosa a valore deve avere un prezzo», ha premesso Russello.

Cristina Collu, direttrice della Galleria Nazionale di Arte Moderna (Gnam) è l'artefice della rinascita, anche in termini di numero di visitatori e di incassi del museo romano. «Non avevo una strategia, mi sono messa in ascolto - dice - si è creata un'ospitalità intuitiva, solo a un certo punto viene richiesto un biglietto. Ma non ho mai avuto dubbi che poi la gente che entrava sarebbe venuta anche a vedere le mostre».

Lo scrittore Rocco Cotroneo sottolinea la differenza tra cultura e impresa culturale. «La cultura non è un business, non lo può mai essere, viene prima - dice - Non deve e non può in-

teressare milioni di persone. Uno dei drammi della cultura degli ultimi vent'anni è che viene definito tale solo quello che attira pubblico. Non è così e non può essere così». «Ma l'eresia non è fare business con la cultura, l'eresia è l'ignoranza», interviene Cristiano Chiarot, presidente dell'associazione nazionale delle Fondazioni liriche sinfoniche, già sovrintendente della Fenice di Venezia e artefice del suo rilancio, ora chiamato a ripetere l'impresa al Maggio Fiorentino. «In particolare chi, come noi, è finanziato dal pubblico, non può essere elitario, dobbiamo porci il problema dell'accessibilità - continua Chiarot - senza però sconfinare nella gratuità: il pagamento di un biglietto è anche una forma di rispetto nei confronti di quanto viene prodotto».

Per trovare un pubblico disposto a pagare occorre anche saper intercettare i «desideri inconsci» di un territorio: è quello che ha saputo fare Annarosa Buttarelli, ideatrice del Festival della Letteratura di Mantova, una storia di successo che ha compiuto vent'anni. «Bisogna uscire dall'ortodossia della cultura dei modelli - spiega - e cercare invece la conquista della propria originalità. Se la si trova il contesto trarrà enormi benefici». A Mantova il festival è un moltiplicatore anche economico per l'indotto. «E fin dall'inizio abbiamo scelto di farci sostenere non dalle istituzioni, ma da imprenditori e cittadini». Un'imprenditrice che finanzia la cultura è Marilisa Allegrini, dell'omonima cantina della Valpolicella, socia di **Guggenheim** Intraprese. «Philip Rylands, storico direttore della collezione diceva sempre: "l'arte aiuta l'impresa, l'impresa fa vivere l'arte". Gli imprenditori dovrebbero essere più sensibili ai musei del loro ter-

ritorio, anche senza un ritorno economico immediato». «Non so se la cultura sia business, ma il business deve attingere dalla cultura», dice Alessandro Maccolini, chief of Exterior Design di Alfa Romeo.

Degli intrecci tra cultura e business Verona ne sa qualcosa grazie al mito di Romeo e Giulietta. «Eppure Giulietta, da un punto di vista di marketing, è un brand debole per Verona perché manca gestione unitaria», sottolinea Marta Maria Ugolini, docente dell'Università di Verona. Una città che diventa il set di rappresentazioni teatrali dal vivo potrebbe essere la risposta, anche per affrancarci dal turismo «mordi e fuggi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il panel
Moderato dal direttore del *Corriere del Veneto* Russello, si è parlato della «Cultura come Business», con Cotroneo, Collu, Allegrini, Chiarot e altri

I relatori

- **Cristina Collu**, direttrice generale della Gnam di Roma,
- Rocco Cotroneo**, scrittore, Annarosa Buttarelli, ideatrice del Festival Letteratura di Mantova
- Marta Maria Ugolini**, docente Università di Verona,
- Cristiano Chiarot**, presidente Associazione Nazionale Fondazioni Liriche, Marilisa Allegrini, **Guggenheim** Intraprese

