

NETWORK

europ assistance  ASSICURAZIONE **Viaggi Nostop Vacanza**  **Acquista ora**

SPESE MEDICHE FINO A 1 MILIONE DI EURO • ASSISTENZA SANITARIA 24h • GRATIS I RIMBORSI FINO A 2 ANNI

Prima della sottoscrizione leggere il fascicolo informativo

L'EspressoCerca [HOME](#) [INCHIESTE](#) [PALAZZO](#) [ATTUALITÀ](#) [AFFARI](#) [INTERNAZIONALE](#) [VISIONI](#) [OPINIONI](#) [BLOG](#) [FOTO](#) [VIDEO](#) 

Vodafone Super ADSL Family. Parli e navighi senza limiti a soli 32 euro al mese

Scopri >

Sei in: [HOME](#) > [ATTUALITÀ](#) > Se l'arte è come l'happy hour: quelle...**BUSINESS & CULTURA**

Se l'arte è come l'happy hour: quelle mostre sono un affare

Le mostre si moltiplicano, ma gli incassi si concentrano sui mega eventi artistici. Pagati milioni dai Comuni. Mentre i fondi per i musei calano. Oggi la tendenza è questa. È giusto o no?

DI FRANCESCA SIRONI

12 agosto 2014

Cachet stellare (le stime dicono quattro milioni, ma il contratto è segreto); gran battage pubblicitario; code di ammiratori. Il suo arrivo è stato da vera rockstar. Per 107 giorni, la diva si è fatta adorare da 362 mila spettatori. È lei, la “**Ragazza con l'orecchino di perla**”, di Johannes Vermeer, la vincitrice (per ora) del Golden Globe delle mostre temporanee più visitate in Italia nel



2014. Un **successo strepitoso**, per il dipinto. Ma portarlo a Bologna è costato alla Fondazione bancaria locale **un rosso da 550 mila euro**: i guadagni sono andati infatti all'organizzatore dell'evento. Oltre al conto salato, si è abbattuta sulla città una valanga di critiche: la vip olandese avrebbe infatti monopolizzato i fondi per la cultura. Lasciando a chiedersi: è sostenibile spendere milioni per una gloria effimera quando mancano i soldi per tenere aperti i musei?

Non solo. L'allestimento dell'icona avrebbe oscurato il palazzo stesso che la ospitava, immergendo nel buio il meraviglioso soffitto affrescato dai fratelli Carracci nel '500. Rinfocolando il mai sopito dibattito sulle mostre-monstre: servono? «In un Paese come il nostro, in cui la gente frequenta poco i musei, ogni coda davanti a un quadro è benvenuta», sostiene **Gabriella Belli**, l'inventrice del modello-Mart, ora ai Musei civici di Venezia: «Con alcuni distinguo però. Io penso che le mostre dovrebbero avere l'obiettivo di portare alla luce ciò che è in ombra. Di aggiungere conoscenza. Mentre molte si limitano ad assemblare capolavori: la folla è assicurata, gli introiti pure. Ma mancano la formazione, la scoperta, l'analisi». Introiti garantiti, già: nonostante la crisi, gli art-eventi riescono ad attrarre decine di migliaia di persone. La spesa delle famiglie per la cultura, seppur in diminuzione, è di 66 miliardi di euro. E le mostre riescono ancora, in alcuni casi, a ricevere investimenti sfarzosi. Da sponsor privati ma anche da enti pubblici. A beneficio di pochi.

L'agente delle dive

Il campione italiano dell'arte in versione blockbuster, ideatore anche del viaggio in Emilia della "Ragazza" di Vermeer, è Marco Goldin, imprenditore trevigiano che con la sua società "Linea d'Ombra" porta a spasso da oltre dieci anni masterpiece di tutto il mondo. Il suo è un campionario da record: "Gli impressionisti e la neve", scelta come mostra-lancio per le Olimpiadi invernali di Torino, aveva attirato **300 mila persone**. Ed era costata al Comune guidato allora (2004) da Sergio Chiamparino più di tre milioni di euro. "Da Botticelli a Matisse" e "Verso Monet", invece, due esposizioni temporanee che fra il 2012 e il 2013 sono transitate a Verona e a Vicenza, hanno fatto strappare oltre 700 mila biglietti. Un doppio successo per Goldin, che ha chiuso il **bilancio con otto milioni e mezzo di ricavi** e un utile da due milioni di euro. Lui «di queste cose però non parla, preferisce non indugiare sul risvolto economico», spiegano dai suoi uffici, (e per questo non rilascia interviste se non sulle sue idee), ma i numeri non mancano, come gli 818.412 euro spesi in "pubblicità e propaganda" nel 2012, passati a 437mila da gennaio a luglio dell'anno scorso.





Il quadro di James Ensor 'Cacciatori nella neve' del 1882 per la mostra delle Olimpiadi

Per coprire parte dei costi, le due miscellanee curate da Goldin hanno ricevuto dalla fondazione bancaria **Cariverona** una donazione di quattro milioni di euro: più di metà delle risorse destinate annualmente alla cultura dall'ente. E pur di avere un Renoir per alcune settimane anche il **comune di Vicenza** ha messo del suo: 370 mila euro per la sicurezza e le pulizie, 680 mila per l'allestimento. E le cifre si riferiscono solo a uno dei due grandi eventi. «Questa città dobbiamo muoverla», ha risposto il sindaco Achille Variati a un'interrogazione della minoranza: «E poi va considerato l'indotto». Il successo della mostra avrebbe trainato infatti i guadagni di bar, ristoranti, ed hotel, aumentando pure gli ingressi negli altri monumenti cittadini.

Nel frattempo però anche Bologna ha capito cosa significa ospitare una star dell'art-business: per la "Ragazza con l'orecchino di perla", Fondazione Carisbo ha investito un milione e mezzo di euro, spendendone 523 mila solo per la teca che ha ospitato il dipinto per tre mesi. Abbastanza per raffreddare l'entusiasmo del presidente **Leone Sibani**: «Non possiamo fare indigestione», ha detto: «Sarebbe bene che le fondazioni bancarie e i Comuni investissero per rendere competitivi i musei del territorio, per restaurare i monumenti locali», attacca Belli: «Piuttosto che spendere per ballon d'essai la cui eredità non resta che per pochi mesi».



Code per l'ingresso a "Raffaello verso Picasso"

Tiziano, oh caro!

Questo modello "all inclusive" non è il solo ad avere successo. A primeggiare nella classifica delle esposizioni più frequentate del 2013, ad esempio, è una rigorosa mostra su **Tiziano** ospitata alle Scuderie del Quirinale di Roma. Con 50 opere del pittore, convegni, incontri e un catalogo curato dai maggiori studiosi di Vecellio al mondo, ha conquistato oltre al pubblico anche i più austeri accademici. Certo, portare 270 mila visitatori nella capitale non è poi impossibile, «ma il nostro impegno è quello di far conoscere meglio gli autori, oltre che investire in qualcosa che resti al di là dei cento giorni di apertura», spiega **Mario De Simoni**, direttore generale di PalaExpo, la società pubblica che gestisce oltre alle Scuderie anche il Palazzo delle Esposizioni. Che resti? E come? «Offriamo restauri ai musei che prestano le opere, oppure contributi per gli allestimenti in loco», spiega: «E cerchiamo di far sì che le temporanee siano occasioni di nuove analisi scientifiche, dibattiti».



La mostra dedicata a Frida Kahlo a Roma

Alla fine, la rassegna su Tiziano è andata in pari, con tre milioni di ricavi per due e mezzo di spese. Ora a richiamare le folle al Quirinale è Frida Kahlo, per la quale sono stati necessari 42 trasporti da oltreoceano. «Lei è già un successo. Ma il record lo facemmo nel 2010, con **Caravaggio**: 600 mila visitatori, oltre sei milioni di introiti fra biglietti e sponsor», racconta De Simoni: «L'utile l'abbiamo reinvestito l'anno successivo per portare a Roma Lorenzo Lotto: una mostra che ci è costata la stessa cifra, ha incassato un terzo, ma ha permesso secondo noi di aumentare l'interesse su un artista meno noto». Così, nonostante gli ultracosti delle due strutture che gestisce («quattromila euro al giorno solo di bollette») la municipalizzata PalaExpo ha retto l'urto della crisi e non ha mai chiuso un bilancio in rosso.

Rivincita in provincia

Su Roma, però, i record vengono più facili, con 30 milioni di turisti a zozzo per la città. Ben più arduo attrarre altrettanti curiosi in provincia. Eppure è possibile, come insegna l'inaspettato successo della mostra su "**Pietro Bembo e l'invenzione del rinascimento**". La seria collezione del filosofo ha portato a Padova 100 mila persone, il tutto senza strilli, con "soli" 175 mila euro di investimenti pubblicitari e un costo totale di due milioni. «I ricavi si sono fermati a 500 mila euro», spiegano dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo, che ha organizzato e finanziato in toto l'operazione: «Ma non ci aspettavamo di più. Ciò che ci interessava è il risultato ottenuto: far conoscere questo grande personaggio e il suo legame col nostro territorio». La preparazione è iniziata nel 2011, con un convegno internazionale, e ha richiesto anche un tour nelle altre regioni per far conoscere il programma. «Adesso aspetteremo a reinvestire in qualcosa di simile. Anche se i negozianti ce lo chiedono», continuano: «Il nostro budget annuale per la cultura è sempre più ridotto, e dobbiamo alternare agli eventi restauri e contributi per le imprese creative».



Ritratto di giovane di Giorgione, alla mostra su Pietro Bembo

A giugno di quest'anno ha festeggiato il traguardo degli oltre mille biglietti venduti al giorno un'altra cittadina di provincia: Ferrara, che grazie alla lunga retrospettiva su **Matisse** al Palazzo dei Diamanti ha visto passare tra le mura 125 mila persone. I brindisi d'ordinanza s'aggiungono ai complimenti del "New York Times" e ai conti in regola: costata un milione e 810mila euro, l'esposizione dei colori fauves ne ha fatti incassare altrettanti.

Occasioni o happy hour?

Proprio inseguendo questi (rari) successi i comuni di tutta la penisola puntano sull'arte per ritrovare turisti. Una ricerca presentata nel rapporto 2014 di "**Symbola**" racconta come la «**mostramania**» abbia «contagiato» nel 2012 1.126 città e 3.653 sedi espositive: «Migliaia di soggetti si arrabbatano per far conoscere proposte la cui qualità è difforme e difficilmente percepibile da parte di un pubblico frastornato da un'offerta eccessiva», scrivono gli autori dello studio. «La formula della mostra è ormai equiparata al rito dell'happy hour», rincara, nel rapporto, **Denis Curti**, vicepresidente della fondazione "Forma" per la fotografia di Milano: «L'arte al tempo della crisi ha lo stesso sapore di un mojito accompagnato da noccioline americane scadute». Di questa miriade di inaugurazioni - 21 al

giorno, secondo gli studiosi - solo il 32 per cento avviene nei musei. E sì che per **Philip Rylands**, direttore della Collezione Peggy Guggenheim di Venezia: «Le mostre aiutano il museo a compiere la propria missione: sono occasioni per interpretare le collezioni e farle conoscere alla stampa; portano sponsor; attraggono potenziali donatori; incentivano i visitatori paganti a tornare».



Klimt a Milano

Ne è convinto anche l'assessore alla Cultura del comune di Milano, **Filippo Del Corno**: «È vero, l'attività espositiva della nostra città è effervescente», sostiene: «Ma questo è un bene. Significa che siamo capaci di aumentare l'offerta pur senza budget a disposizione». Senza budget? «Dal 2010 gli investimenti diretti dei comuni per le esposizioni temporanee sono considerati "spese di rappresentanza"», spiega: «Così se nel 2009 a Milano potevamo spendere più di quattro milioni per le mostre, nel 2014 abbiamo avuto a disposizione solo 900 mila euro». Per questo, sostiene, «sono fondamentali le imprese che, è vero, tengono gli introiti, ma si assumono anche il rischio degli investimenti». E poi: «Noi siamo convinti di riuscire a lavorare bene insieme ai privati. Senza perdere il controllo sulla qualità dei contenuti». Trattando quindi su curatori, opere, eventi. E pure sulla pubblicità: «Per rendere più attrattiva una rassegna spesso si punta sull'artista di maggior richiamo, anche se magari di quell'autore ci sono solo 5 o 6 tele. Così però si deludono i visitatori. Per questo cerchiamo sempre di trovare una mediazione».

Da Tutankhamen a Van gogh

Nell'affollamento di vernissage, sta iniziando già il tam tam per le novità dell'autunno. Alle Scuderie del Quirinale di Roma arriverà «**Memling e l'Italia**», introduzione al pittore fiammingo

VEDI ANCHE:



Hans Memling e alla sua importanza nel quattrocento europeo. A Milano dovrebbe iniziare il grande viaggio artistico nel rapporto fra **cibo e pittura**

finanziato dalla società pubblica Expo spa con ben cinque milioni e trecentomila euro.

"Cultura? Direi piuttosto commercio"

A Palazzo Reale arriveranno Chagall, Segantini e da ultimo l'amatissimo Van Gogh, per il quale la regia è del gruppo **Arthemisia**: cinque milioni e mezzo di ricavi nel 2013 sui 2,6 dell'anno precedente. Alla Basilica palladiana di Vicenza invece dal 24 dicembre al 2 giugno 2015 Marco Goldin porterà: "**Van Gogh e Tutankhamen, la sera e i notturni dagli Egizi al Novecento**", circa 80 opere «sul tema della notte» raccolte grazie al contributo di Cariverona (un milione e 400 mila euro) e all'investimento di Linea d'Ombra, che coprirà i restanti due milioni e mezzo necessari. «È un percorso che vuole unire, in un altrimenti impossibile incontro, il sentimento che scaturisce dalla fierezza del viaggio notturno di Tutankhamen allo straziato cammino sotto la luna e le stelle di Vincent van Gogh», scrive Goldin nel progetto tecnico. Proprio così: da Tutankhamen a van Gogh. Il trionfo dello Zibaldone?

Tag **MOSTRE** **MARCO GOLDIN** **PALAEPO** **TIZIANO** **VICENZA** **CULTURA**

© Riproduzione riservata

12 agosto 2014

IL NUMERO IN EDICOLA »



- ESPRESSO+
- L'ESPRESSO SU IPAD
- ABBONAMENTO CARTACEO
- NEWSLETTER

Vedi anche »



"Cultura? Direi piuttosto commercio"

12 agosto 2014



Successi, sorprese e flop

09 giugno 2014



Affare Grande Guerra

19 maggio 2014



Mart, così si fa grande un museo

28 febbraio 2014



Il prof entra gratis

14 aprile 2014

PUBBLICA QUI LA TUA INSERZIONE PPN