

BENI CULTURALI**Servizi ai privati:
i criteri per il rinnovo**

Antonello Cherchi ▶ pagine 6 e 7

L'Azienda cultura chiede meno Stato e più concorrenza

Gestione e offerta aperte al mercato

Valorizzare. Confindustria e Confcultura indicano la via per superare la legge Ronchey**Il confronto.** Per i grandi musei esteri i visitatori esprimono giudizi più positivi**SCARSA INCIDENZA**

Francia e Germania riescono a sfruttare il loro patrimonio molto meglio dell'Italia, che supera solo la Spagna

PRESENZE IN AUMENTO

I luoghi d'arte statali nel 2006 hanno ospitato più di 34 milioni di persone e gli introiti da biglietterie hanno superato i 104 milioni

PAGINA A CURA DI
Antonello Cherchi

Aprire alla trasparenza, alla concorrenza, superare il pregiudizio ideologico che vuole lo Stato "padrone" assoluto dei luoghi di cultura; capire che musei, siti archeologici, monumenti, biblioteche, archivi rappresentano per davvero un importante settore economico con grandi potenzialità. Andare, insomma, oltre la legge Ronchey - che pure ha avuto il merito di svecchiare la gestione dei beni culturali - per prevedere alleanze pubblico-privata

to allargate, non limitate soltanto alle concessioni dei servizi aggiuntivi, ma estese all'organizzazione vera e propria dei siti, con possibilità di intervento nei restauri, nella manutenzione, nel reclutamento del personale, nei parametri di offerta al pubblico.

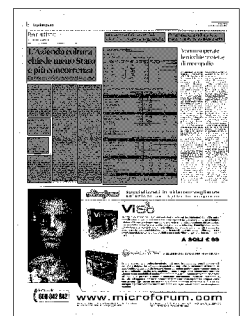
Lo Stato deve, dunque, fare un passo indietro dalla gestione diretta del patrimonio e occuparsi dell'indirizzo e controllo della qualità dei servizi privati. Si tratta di aprirsi al mercato, con tutte le cautele indotte dal particolare tipo di ambito in cui si va a operare. Il passo indietro deve essere compiuto in nome della valorizzazione dei luoghi di cultura, che, messi in rete, producono ricchezze per interi territori. Finora dal legislatore sono, invece, arrivate soprattutto dichiarazioni di intenti, rintuzzate dalla rigidità con cui spesso (non sempre) si muovono ministero e soprintendenze.

È l'atto d'accusa contenuto nel libro bianco "La valorizzazione della cultura fra Stato e mercato" predisposto da Confindustria e

Confcultura (l'associazione che raggruppa buona parte dei gestori privati dei servizi aggiuntivi dei luoghi di cultura) e che verrà presentato mercoledì 27 alle 14,30 presso la Sala delle colonne della Luiss di Roma.

A quindici anni dalla "Ronchey", ci si trova in una fase di stallo. Il pubblico continua a ritagliarsi un ruolo preponderante e spesso l'apertura al mercato è più fittizia che reale, perché diversi raggruppamenti di privati finiscono con l'aver le spalle coperte dalle amministrazioni pubbliche (si veda l'articolo a fianco). Gli stessi operatori privati non sono, tuttavia, indenni da colpe, perché talvolta contribuiscono a creare situazioni di oligopolio «mediate - si legge nel libro bianco - l'utilizzo immotivato di associazioni e raggruppamenti temporanei partecipanti alle gare o l'incrocio di partecipazioni societarie e di amministrazioni».

Un quadro di inefficienze, di scarsa trasparenza, di mancanza di concorrenzialità alimentato dall'assenza di regole per manda-



in proroga. Il ministero ne ha predisposte di nuove, ma i privati non sono soddisfatti (si veda la pagina a fianco).

Nonostante questo, il settore dei beni culturali mostra segni di vitalità: negli ultimi anni sono cresciuti i visitatori dei numerosi luoghi d'arte (solo quelli statali nel 2006 erano 400, visitati da 34,5 milioni di persone, con un introito dalle biglietterie di 104 milioni), con una crescita degli occupati (dato riferito al periodo 1990-2000) del 18,3%, mentre l'avanzamento medio è stato del 2,3 per cento.

Eppure, se si guarda al confronto tra valore aggiunto della cultura (differenza tra costi e ricavi) e fatturato ci si rende conto che il rapporto italiano (36,4%) è quasi metà del francese (68,3%), sopravanzato da quello tedesco (42,9%) e superiore, invece, a quello della Spagna (29,3 per cento). Francia e Germania, insomma, "sfruttano" meglio il loro patrimonio.

Situazione che trova riscontro nel paragone internazionale dei servizi informativi dei musei. La media di gradimento italiana non arriva a sei punti, mentre per altri grandi strutture come il British museum di Londra, il Metropolitan di New York e il Louvre di Parigi, si superano i sette punti.

Risultati coerenti con l'assetto strutturale e organizzativo dei nostri musei, «che tende a sottolineare la ricerca - a parcellizzare e diversificare le responsabilità gestionali non solo tra pubblico e privato, ma anche tra gli stessi privati». È, dunque, necessario «un "nuovo paradigma" per lo sviluppo economico delle attività culturali».

Affluenze, incassi e gradimento

L'ANDAMENTO

Numero, affluenza e incassi dei servizi aggiuntivi nei luoghi di cultura

Anni	Servizi attivi	Num. clienti (milioni)	Incassi lordi (milioni)	Incassi medi per servizio (migliaia)	Incassi medi per cliente (euro)	Quota soprintendenza (milioni)
2001	337	7,1	29,5	41,6	2,0	4,6
2002	395	7,3	30,1	35,5	1,9	4,5
2003	387	7,3	33,7	36,2	1,9	5,1
2004	386	7,8	36,9	36,3	1,8	5,4
2005	409	8,2	39,0	34,3	1,7	5,7
2006	395	9,4	44,4	35,5	1,5	6,3

SUPERSTAR

I principali musei italiani a confronto con i maggiori luoghi della cultura stranieri

Musei	Visitatori paganti (migliaia)	Introiti lordi (migliaia)	Introito medio per visitatore (euro)	Quota di mercato (%)
IN ITALIA				
Galleria Borghese (Roma)	457,7	1.864,5	4,1	6,6
Galleria degli Uffizi (Firenze)	1.429,5	7.350	5,1	20,0
Archeologico (Napoli)	357,7	1.090,4	3,0	5,1
Egizio (Torino)	321,7	779,5	2,4	4,6
Pinacoteca di Brera (Milano)	207,9	619,9	3,0	3,0
ALL'ESTERO				
British museum (Londra)	4.623,5	91.972,4	19,9	18
Metropolitan mus. of art (New York)	4.200	195.531,6	46,6	20
Louvre (Parigi)	5.707,5	90.380	15,8	50
Prado (Madrid)	2.318,5	20.378,6	8,8	N.d.

IL GRADIMENTO

La valutazione da parte dei visitatori dei servizi di informazione e assistenza dei principali musei italiani e stranieri

Musei	Location	Web	Call Center	Audioguida	E-mail	Media ponderata
IN ITALIA						
Galleria Borghese (Roma)	6,9	3,6	4,4	6,9	N.d.	5,7
Galleria degli Uffizi (Firenze)	5,3	4,3	3,6	4,8	N.d.	4,7
Archeologico (Napoli)	4,3	3,4	4,9	5,8	N.d.	4,2
Egizio (Torino)	5,4	3,6	4,7	N.d.	7,5	4,6
Pinacoteca di Brera (Milano)	5,7	4,2	5,0	7,3	5,0	5,4
ALL'ESTERO						
British museum (Londra)	8,1	7,0	4,9	6,9	6,1	7,3
Metropolitan mus. of art (New York)	8,1	7,8	5,6	9,0	3,3	7,6
Louvre (Parigi)	9,0	6,2	5,4	8,7	4,7	7,8
Prado (Madrid)	7,5	2,5	4,1	6,1	6,9	5,9
Cycladic art (Atene)	7,2	4,3	4,6	N.d.	N.d.	5,5
MEDIA GENERALE	6,8	4,7	4,7	6,9	5,6	5,9

Nota: per i musei italiani si fa riferimento a dati del 2004, mentre per quelli stranieri a dati compresi tra il 2001 e il 2003. Le quote di mercato sono calcolate rispetto ai primi venti siti museali del rispettivo Paese di appartenenza. Fonte: Libro bianco Confindustria-Confcultura

Vanno superate le nicchie protette di monopolio

Un mercato «opaco», dietro il quale «si sono create nicchie protette di monopolio pubblico e pubblico-privato attraverso società cui si incrociano gli interessi di pochi attori». È quello che il libro bianco di Confindustria e Confcultura sulla valorizzazione della cultura definisce "neo-statalismo" o "neo-capitalismo municipale", che ha generato «situazioni anche paradossali» - soprattutto a livello locale, dove è più facile il ricorso al modello dell'affidamento dei servizi in house, cioè "in casa" della pubblica amministrazione - con «acquisizioni di imprese private da parte di amministrazioni pubbliche o fondazioni, mortificando un mercato (per certi versi) ancora immaturo, ma strategico per il sistema Paese, in cui lo sviluppo della capacità imprenditoriale andrebbe semmai rafforzato».

Si prenda il caso di Arcus, società per azioni partecipata al 50% dal ministero delle Infrastrutture e per il resto da quello dei Beni culturali. Arcus può contare per gli interventi imprenditoriali in campo culturale sul 5% degli stanziamenti per infrastrutture. A distanza di anni manca ancora il regolamento attuativo e così il ruolo della Spa pubblica continua a essere svolto senza un'adeguata programmazione e in assenza di «regole procedurali che assicurino quantomeno imparzialità e trasparenza».

Altrettanto si dica di Ales (Arte lavoro e servizi Spa), società mista costituita nel '98 per iniziativa dei Beni culturali insieme a Italia lavoro Spa, società partecipata dal ministero del Lavoro. Nelle intenzioni dovrebbe essere una struttura multi-service che opera nel campo delle politiche occupazionali nel settore della cultura, ricollocando,

per esempio, i lavoratori socialmente utili. Nel tempo ha finito, invece, per diventare una società leader di mercato nella progettazione e realizzazione di servizi per i beni culturali. Si tratta, però, di un competitor certamente avvantaggiato, perché può contare sugli affidamenti diretti di gestioni di servizi garantiti dal fatto di essere emanazione della pubblica amministrazione.

Anche Scabec Spa - società partecipata per il 51% dalla Regione Campania e per il 49% da imprese sul mercato - presenta profili problematici, di cui si è occupato nel 2007 il Parlamento. Scabec, infatti, partendo da una posizione privilegiata che è garantita dalla presenza della Regione, gestisce alcuni siti campani di competenza statale, andando al di là dell'organizzazione dei servizi aggiuntivi.

Lo stesso dicasi per Beni culturali Spa - società in possesso per il 100% dell'assessorato per l'industria della Regione Sicilia -, che opera in settori che non figurano nella denominazione sociale, come lo spettacolo e l'industria - e la Srl Zètema, partecipata al 100% dal Comune di Roma. Nel 2006 l'amministrazione capitolina ha sottoscritto con Zètema un contratto di servizio che - come ha stabilito il Tar Lazio - ha aggirato le regole dell'evidenza pubblica. Zètema, tra l'altro, partecipa, in concorrenza con gli altri operatori, all'aggiudicazione di appalti banditi dal Comune e alla presentazione di progetti per il finanziamento di singole iniziative anche al di fuori dei confini del Campidoglio. Ecco perché, secondo la ricerca, «la legittimità degli affidamenti in favore di Zètema appare quanto meno controversa». Stesso giudizio per la Fondazione musica per Roma.

