

Libro bianco su cultura e mercato

I turisti bocciano i musei italiani: servizi scadenti

■ ■ ■ **FULVIO AVIGNONESI**
DELLA LUCILLA

■ ■ ■ I musei italiani tornano ad affondare. I frequentatori abituali, da qualche tempo, riscontrano la sofferenza delle nostre strutture museali, dopo che la controversa Legge Ronchey del 1993, permise l'ingresso dei privati nella gestione dei cosiddetti servizi "aggiuntivi", cioè i bookshop, le biglietterie, i guardaroba, le guide didattiche, la ristorazione ecc.

I turisti troveranno forse più di una conferma (e molti spunti di riflessione) nel "Libro Bianco sulla valorizzazione della cultura fra Stato e mercato" presentato ieri da Confindustria e Confcultura, la principale associazione degli operatori ai servizi museali, alla Università Luiss di Roma. Le cifre prodotte nel Libro Bianco sembrano chiare: in termini di affluenze, incassi e gradimento - parametri che la qualità dell'intero apparato dei servizi aggiuntivi può sensibilmente mutare - anche le superstar fra i musei italiani restano troppo distanti dai grandi musei internazionali.

Se ne deduce che servono interventi che ne ripensino l'approccio al pubblico. Lasciando perdere i dati delle affluenze e degli introiti, quelli relativi al gradimento da parte del pubblico sono gli unici che possano rendere conto del "valore aggiunto"

apportato dall'avvento dei privati.

In una scala da 0 a 10, siti come la Borghese di Roma, gli Uffizi o l'Archeologico di Napoli gravitano intorno a un'insufficienza del 5. Impietosamente, British Museum o Louvre viaggiano su medie complessive di oltre 7 punti. Alle imprese concessionarie dei servizi, si legge nel Libro Bianco, serve dunque «un "nuovo paradigma" per lo sviluppo economico delle attività culturali».

Con la presentazione del suo Libro Bianco Confcultura e tutto il comparto insistono sui "servizi integrati": evitando la parcellizzazione degli appalti, tutti i servizi di cui una struttura museale o un sito culturale necessitano dovrebbero essere affidati a un unico concessionario, ivi comprese la pulizia, la guardiana, le iniziative promozionali eccetera, nell'ottica di una "messa a sistema" che permetta ai gestori di far trainare realtà museali minori e delocalizzate dai siti di maggiore e principale richiamo.

Si tratta, del resto, di un comparto che vale un giro d'affari di ben 350 milioni. Ma si tratta anche, su tutt'altro piano, dell'eterno conflitto fra gestione e valorizzazione da un lato, e tutela e conservazione dall'altro: l'economia e la cultura, appunto.

