

# L'ARTE un affare molto privato

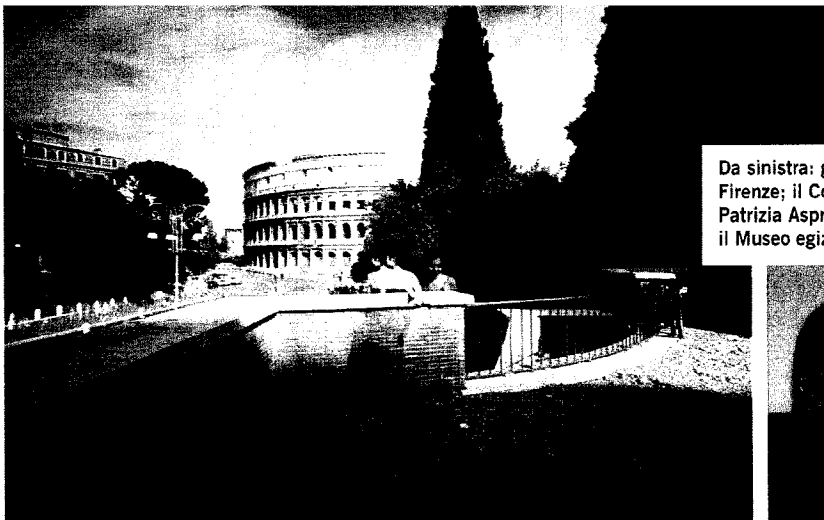
**Appalti senza gara. E aggiudicati sempre allo stesso gruppo di imprese. E polemica sui servizi affidati dai musei pubblici alle società**

DI SABINA MINARDI

**A**lla Pinacoteca di Brera di Milano la concessione per i servizi di biglietteria è scaduta l'anno scorso. A Roma, alla Galleria Borghese sono scaduti i servizi di caffetteria; al Pantheon, dal 2006, i servizi di vendita di cataloghi. A Castel del Monte, in Puglia, la concessione per

gli stessi servizi è scaduta nel 2004. Al Palazzo della Pilotta di Parma il contratto è fermo addirittura al 2002. E così per una cinquantina di siti tra i più famosi d'Italia, dal Castello di Miramare di Trieste al Museo di Antichità egizie di Torino. Una situazione di caos, che tra rinnovi di fatto, servizi sospesi e contenziosi ha por-

tato molti operatori privati a brancolare nel vuoto. L'incertezza è sui cosiddetti servizi aggiuntivi, i servizi di musei e aree archeologiche di proprietà dello Stato la cui gestione può essere affidata a privati: da quelli editoriali al merchandising, dall'accoglienza all'organizzazione di mostre. A tamponare all'ultimo momento il rischio paralisi è arrivato un decreto dei Beni culturali che ha riscritto i criteri di concessione. Mancano ancora il modello di bando e il disciplinare, ma la tendenza è chiara: i servizi dovranno essere integrati, meno frazionati in concessionari diversi. La concessione durerà quattro anni (non più nove), rinnovabili per altrettanti. Ed è privilegiata la gara d'appalto. Se il black out è temporaneamente scon-



Da sinistra: gli Uffici a Firenze; il Colosseo a Roma; Patrizia Asproni. In basso: il Museo egizio a Torino



giurato, i privati sono poco soddisfatti: chiedevano concessioni più lunghe. E speravano in modelli più innovativi di affidamento, come le concessioni di valorizzazione, sul modello di quelle demaniali, e il project financing. E ora è l'intero sistema delle concessioni al centro dell'attenzione. «Questo settore non ha mai veramente accolto le logiche dell'impresa», dice Patrizia Asproni, presidente di Confcultura, l'associazione che riunisce la maggior parte dei concessionari di servizi museali: «La legge Ronchey ha aperto la strada ai privati nei musei. Ma ha finito per dare spazio al massimo per la gestione dei bookshop e dei guardaroba. Le regole si sono stratificate, nel tentativo di inseguire il mercato: perché i privati si sono fatti largo nei musei, attraverso sponsorizzazioni, restauri, o con intere gestioni, come Pineault a Palazzo

Grassi a Venezia. Oggi chiediamo che sia promossa la partecipazione dei privati al patrimonio culturale». I beni culturali, vale a dire i 402 musei e aree archeologiche dello Stato, interessati dalle concessioni, valgono 10 miliardi di euro.

«La misurazione delle attività economiche legate alla cultura di per sé non è semplice ed è ostacolata dalla difficoltà di reperire dati aggiornati», nota Giuseppe Mele, vicedirettore dell'Area impresa di Confindustria e tra gli estensori del Libro bianco Confindustria-Confcultura appena presentato: «Il numero di servizi aggiuntivi, dal 1998 al 2006, è passato da 104 a 395, concen-

trati in attività di tipo tradizionale, come bookshop e prevendite. I clienti sono cresciuti da 2,7 a 9,4 milioni. Gli introiti lordi sono saliti da 14 a 44,5 milioni di euro. Dati positivi, ma confrontabili a stento con un solo grande museo europeo». Le cifre sui visitatori parlano chiaro: secondo una ricerca della Fondazione Ibm, tutti insieme i nostri cinque più importanti musei - Galleria Borghese di Roma (450 mila visitatori), Uffici di Firenze (un milione e mezzo), Museo archeologico di Napoli (357 mila), Museo egizio di Torino (321) e Pinacoteca di Brera (200) - riescono appena a confrontarsi col Museo del Prado (2 milioni e 300 mila visitatori l'anno), ma vantano solo il 60 per cento dei visitatori del British Museum (4 milioni 600 mila), il 66 per cento del Metropolitan Museum (4 milioni) e il 48,6 del Louvre (5 milioni e 700 mila).

C'è un dato, poi, che più di tutti colpisce nel panorama dei servizi aggiuntivi: l'oli-

gopolio di imprese coinvolte. Come denuncia un'indagine della Corte dei conti: «Otto società concessionarie gestiscono in Italia il 90 per cento dei servizi, una è addirittura presente in 24 musei con ricavi che si avvicinano al 24 per cento del totale». Le imprese ricorrenti? Mondadori, innanzi tutto, attraverso Electa e la incorporata Elemond, titolari rispettivamente di 16 e 24 concessioni in tutta Italia. Pierreci, società cooperativa afferente all'area Legacoop (insieme,

Electa e Pierreci hanno costituito Campania Arte). Civita Servizi, che opera anche attraverso Ingegneria per la cultura. Non solo. «Su 130 concessioni, ben 108 sono andate ad associazioni temporanee di imprese (Ati). Nel 30 per cento dei casi riferibili a unico gruppo imprenditoriale», riporta il Libro bianco. Qualche esempio? Sia nei musei civici di Roma (dal Macro ai Musei capitolini) che in quelli statali (dal Colosseo ai Fori romani) l'associazione concessionaria è composta da Electa Mondadori e da Pierreci. Electa Mondadori e Ingegneria per la cultura sono concessionari dei servizi dei musei veneziani. Electa Mondadori, con Civita Servizi, si occupa dei servizi aggiuntivi nei musei statali della Lombardia. In Campania, è Electa Napoli la capofila delle Ati, insieme con Civita Servizi e Pierreci per diverse aree ar- ▶

## I numeri della cultura

**10.184.3 milioni** di euro è il valore dei beni e delle attività culturali

**259 mila** sono gli addetti ai musei e siti archeologici

**34.5 milioni** sono stati i visitatori degli istituti museali nel 2006 (più 37,8 per cento rispetto al 1996)

**104 milioni** di euro l'introito complessivo

**4 milioni** i soli visitatori

del più gettonato dei siti archeologici italiani: il circuito Colosseo e Palatino

**20 miliardi** di euro la spesa stimata per il turismo culturale

**12.7** è la percentuale di spesa destinata alla cultura sul totale delle spese familiari

**395** è il numero dei servizi aggiuntivi nei siti statali (erano 104 nel 1998)

**44.5 milioni** di euro sono gli introiti lordi dei servizi aggiuntivi.

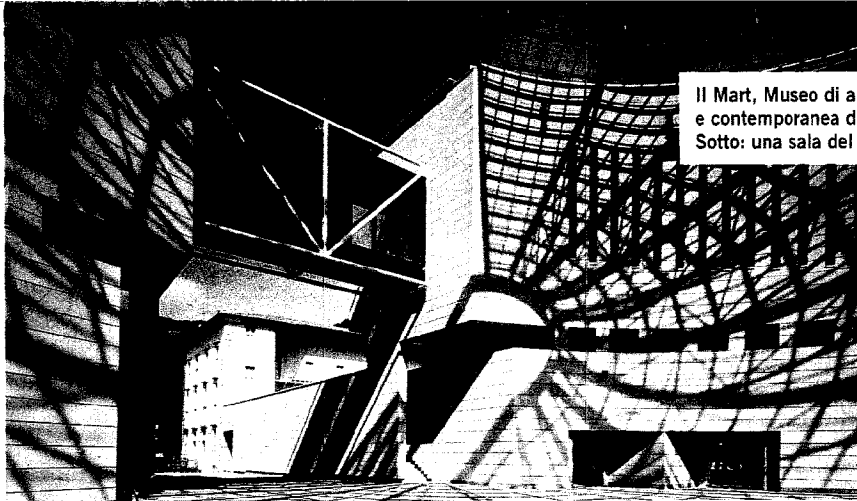
Fino al 15 per cento degli introiti è il corrispettivo a favore dei concessionari per il servizio di vendita dei biglietti (il tetto è portato al 30 per cento. Nel 2004 la media effettiva era del 13,6)

Fonte: Libro Bianco (elaborazioni su dati MiBAC-Istituto G. Tagliacarne)

**Un business che spazia dalle biglietterie ai negozi. Dai cataloghi alla organizzazione delle mostre**

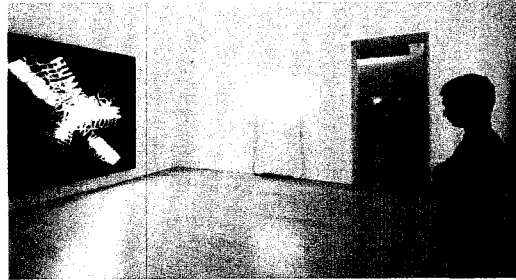


ATTUALITÀ



Il Mart, Museo di arte moderna e contemporanea di Rovereto. Sotto: una sala del Madre a Napoli

cheologiche. Ed è proprio la composizione delle Ati a preoccupare: spesso gli operatori raggruppati potrebbero concorrere da soli. Per non parlare dell'incrocio tra membri dei consigli di amministrazione e manager delle varie imprese. Ecco perché le modalità di aggiudicazione dei servizi sono sotto la lente dell'Antitrust: «L'Autorità vigila sul fatto che non esistano barriere che ostacolano la concorrenza», precisa Giuseppe Galasso, che presiede la direzione Industria e servizi: «Ma ha due limiti. Uno di natura normativa: non esiste una legge che obblighi l'ente pubblico a procedere all'affidamento dei servizi con gara. In più, il soggetto non è un'azienda privata verso cui l'Autorità ha poteri sanzionatori». In un caso l'Autorità è intervenuta: «Con una lettera al Comune di Roma per un problema di affidamento diretto di lavori a Zètema», prosegue Galasso, «e il Consiglio di Stato, chiamato a pronunciarsi per l'annullamento, ha ribadito i nostri rilievi». L'affidamento diretto è un altro degli snodi critici: non solo molte gare sono andate in questi anni deserte, talvolta non sono state neppure organizzate. E gli affidamenti fatti in casa. In molte realtà locali è la via privilegiata. Una situazione anomala, ma non illegittima. E non c'è solo Zètema: Arcus, controllata dai ministeri dell'Economia, Infrastrutture e Beni culturali, si avvale del 5 per cento degli stanziamenti per le infrastrutture, senza avere, come rilevato dalla Corte dei conti, un regolamento. Ales, costituita dai Beni culturali e da Italia Lavoro ha finito per essere leader di mercato grazie ad affidamenti diretti. Scabec, società a capitale misto pubblico-privato, al 51 per cento della Regione Campania e al 49 di



## La questione è anche finita sul tavolo dell'Authority della concorrenza

Campania Arte (a sua volta composta da Pierreci e Mondadori) si è vista bloccare, anche dopo interrogazioni parlamentari, la gestione in affidamento diretto di alcuni siti archeologici. In posizioni più vantaggiose di altri operatori sarebbero anche Beni Culturali spa (Regione Siciliana e Itainvest) e la Fondazione Musica per Roma. «Anche l'Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici sta verificando lo svolgimento di alcune gare», dice il direttore generale Annalisa Rocchietti March: «È pendente una denuncia per alcuni poli museali». Tra nicchie di monopolio pubblico e privati sul piede di guerra la partita è agli inizi. ■

## Conflitto in galleria

colloquio con Gabriella Belli di Sabina Minardi

Il Mart, il Museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto, ha compiuto cinque anni. Con una collezione permanente sempre più autorevole (più di 14 mila opere) e con mostre di qualità, vanta ormai una media di 250 mila visitatori all'anno. Anche grazie al ruolo dei privati. Come spiega la direttrice del museo, Gabriella Belli. **I costi di gestione annua del Mart ammonterebbero a circa 7 milioni e mezzo di euro. Quanto influiscono gli introiti dei visitatori?** «Le entrate del Museo coprono il 23,5 per cento delle spese. Il nostro obiettivo è arrivare al 30 per cento. Ma è già un ottimo risultato: il Centre Pompidou trae dai ricavi una copertura del 26 per cento». **I privati chiedono di contare di più nella gestione. Che ne pensa?**

«Che sono partner importanti, e che l'interesse a joint-ventures tra pubblico e privato è reciproco. Ma la cultura non è business. Ci sono ricadute economiche incontestabili. In certi campi la presenza del privato è decisiva. Ma sono contraria a una presenza del privato così forte da togliere al pubblico l'opportunità di orientare la sua missione culturale».

**Il Mart è un'istituzione pubblica. Con quali regole sono assegnati i servizi aggiuntivi?**

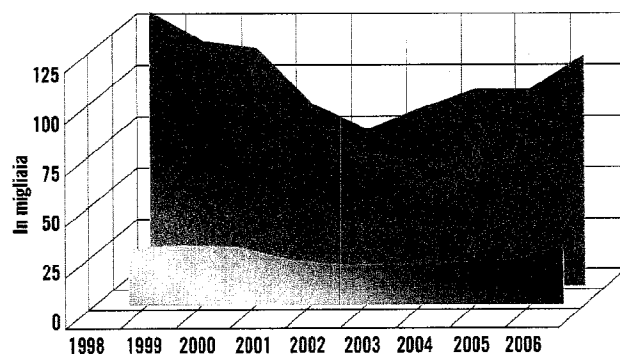
«Dobbiamo sottostare a gare di evidenza pubblica. C'è stata una gara per la scelta dell'editore, che è Skira; una per la concessione del bookshop, vinta da Electa. Un accordo con una cooperativa, che esternalizza con gara d'appalto, garantisce i servizi di pulizia e parte della guardiana». **Come mai ad aggiudicarsi le gare nei musei sono sempre i soliti nomi?**

«Evidentemente questi soggetti hanno una capacità organizzativa ed economica che li rende più interessanti di altri. Per i bookshop e l'editoria, per esempio, sono sempre le maggiori case editrici a offrire le condizioni più convenienti». **Non ha l'impressione che questo sostanziale oligopolio non faccia bene al nostro patrimonio museale?**

«Effettivamente una maggiore concorrenza porterebbe più qualità e nuove proposte. Il problema è anche di avere efficaci strumenti di controllo sul rispetto e l'attuazione dei contratti. Talvolta è molto difficile per le nostre strutture potersi ritirare da un rapporto che non soddisfa pienamente. Ma c'è un altro punto: bisognerebbe chiedersi perché i colossi internazionali dell'editoria e dei servizi non hanno interesse a entrare in Italia. Forse il nostro mercato non è appetibile. Lo straordinario patrimonio italiano è penalizzato dai suoi problemi organizzativi».

## Bilancio fra luci e ombre

Clienti e incassi medi nei musei



■ Numero di clienti per servizio ■ Incassi per servizio in euro Fonte: Dati MIBAC