

Primo piano

Come ripartire
dopo la crisi

L'intervista L'economista pubblicherà con Svimez una ricerca sul sistema culturale: «Il Sud non sa mettere a valore il suo patrimonio artistico»

«Con piccole aziende e giovani: così il Sud può fare più cultura»

Monti: «Investendo in questo settore e sul territorio si crea ricchezza, ma anche una più alta qualità della vita»

DI ROSANNA LAMPUGNANI

Stefano Monti, affrontando il tema del sistema economico legato alla cultura, sa di cosa parla. Docente padovano, 39 anni, master alla London school of economics, specializzato in gestione dei beni culturali, l'economista della cultura ha fondato società che si occupano di innovazione applicata alla cultura e assiste alcune amministrazioni pubbliche sempre su questo fronte. Prossimamente pubblicherà con Svimez una ricerca sul sistema culturale e, quindi, quando afferma che la crescita del Sud passa attraverso la promozione delle imprese giovanili che si cimentano in questo settore, c'è da crederci.

Professor Monti, ha senso oggi investire in cultura?

«È una questione dirimente, soprattutto per il Sud, e dovrebbe essere al centro delle politiche territoriali, senza dimenticare che cultura è anche produzione culturale. Quindi non c'è solo il barocco di Noto, non ci sono solo i grandi attrattori, spesso abbandonati, di cui occuparsi».

Per il settore culturale cosa differenzia l'Italia dagli altri Paesi?

«Non è solo questione di Pil, ma anche di qualità degli investimenti, di scelte delle priorità, degli obiettivi da raggiungere. In Italia, a differenza di altri Paesi, le istituzioni locali hanno la forza per condizionare lo Stato, con la conseguente dispersione di interventi, incomunicabilità tra i diversi soggetti: troppe voci parlano lingue diverse, a cui si aggiungono negativamente vari livelli di intermediazione».

Guardando a quanto sta accadendo con l'intervento di Della Valle sul Colosseo si può dire che i possibili futuri sgravi fiscali possono favorire gli investimenti privati nel settore?

«Cultura e fiscalità devono procedere insieme soprattutto nel Mezzogiorno, dove ci sono realtà produttive interessanti, dove si dovrebbe intervenire per facilitare le imprese di giovani sotto i 35 anni.

Ha detto



I Bronzi di Riace sono chiusi nel museo di Reggio, ma lì non arrivano le navi da turismo



Alla Reggia di Caserta e a Pompei gli enti locali non fanno nulla contro gli ambulanti

Quanto all'intervento di Della Valle va precisato che è soprattutto una formidabile operazione di marketing: un quarto della popolazione mondiale assocerà la qualità delle scarpe marchigiane al Colosseo e così i 25 milioni che verranno investiti rappresentano un costo minimo per un ritorno di immagine enorme».

Nella situazione italiana e meridionale in particolare non si dovrebbe comunque favorire l'imprenditore che investe in cultura?

«Ben venga questo imprenditore, ma è sbagliato procedere con in-

terventi sporadici, senza una norma precisa. Per lo sviluppo del Sud e del Paese si deve costruire un rapporto forte e sistemico tra cultura ed economia».

Perché, nonostante casi di cattiva amministrazione, come è il caso della galleria di Brera, c'è differenza sul modo di gestire il patrimonio artistico al Nord e al Sud?

«La questione è legata alla più complessiva gestione del territorio: al Nord il sistema agevola gli attrattori culturali. Il museo di Taranto o la reggia di Caserta vivono maggiori difficoltà, ma l'energia



Economista culturale Stefano Monti di Monti&Taft, società di management museale

Chi è

Manager museale
e progettista culturale

Stefano Monti, nato a Padova nel 1972, è laureato in Scienze Politiche all'Università La Sapienza di Roma. Master in BSc Management (London School of Economics and Political Science, 1995). Dal 2003 è legale rappresentante di Monti&Taft, società di management museale e progettazione culturale. È ideatore e promotore, con Diptu, di Focus - Centro di ricerca della Sapienza, Università di Roma, che si pone l'obiettivo di lavorare sui percorsi di valorizzazione e gestione dei centri storici.

dei giovani meridionali non è paragonabile a quella dei coetanei settentrionali. Nelle aziende che si occupano di servizi aggiuntivi, di appalti nel settore dei beni culturali, di produzione teatrale e quant'altro arrivano dal Sud, in particolare dalla Puglia, curricula straordinari. Per questo insisto: questa area esprime opportunità immense».

Le imprese quale ruolo potrebbero svolgere?

«La cultura non è per le grandi aziende: queste si sono interfacciate alla cultura a livello di comunicazione; tocca alle medio-piccole attivarsi, perché investendo in questo settore e sul territorio si crea ricchezza, ma anche una più alta qualità di vita».

Il turismo va coniugato con la cultura?

«Sono anni che spingiamo i diversi soggetti su questo binario, perché turismo e cultura viaggiano in parallelo».

Quali sono le realtà meridionali su cui puntare?

«Sull'audiovisivo in Puglia, per esempio, dove si registra un grandissimo fermento; ma si devono promuovere anche i grandi attrattori. Per esempio i Bronzi di Riace sono chiusi nel museo di Reggio Calabria, ma le navi da turismo lì non approdano. La Calabria, del resto, è l'unica regione che non ha previsto un sistema di servizi ag-

giuntivi, cioè biglietterie, guardie, ecc. Complessivamente il Mezzogiorno non è capace di mettere a valore il suo patrimonio artistico».

Cultura è anche produzione di beni immateriali. Come si può sostenerla?

«Si deve lavorare utilizzando nuove tecnologie in forte rapporto con i territori, guardando — nel caso del Sud — anche al Mediterraneo».

Recentemente è scoppiata una polemica sulla Venere di Morgantina, la scultura ritornata nel piccolo paese siciliano, dopo essere stata recuperata dal museo Paul Getty dallo Stato italiano, ma nessuno va a vederla. Si è detto, allora: la si restituisca agli Usa dove milioni di persone possono ammirarla. Per creare la maggiore fruibilità è corretto spostare un'opera d'arte dal suo sito in un contenitore più importante?

«Questa è un'interessante provocazione. Ricordo, però, che se il British museum è uno straordinario museo ciò dipende dall'essere stati gli inglesi conquistatori di beni artistici, noi invece siamo stati produttori diffusi di opere d'arte. Certo se il Colosseo fosse in Inghilterra renderebbe dieci volte di più, ma pensare di spostare le opere dai loro siti è sbagliato. Si dovrebbero invece creare percorsi turistici di qualità».

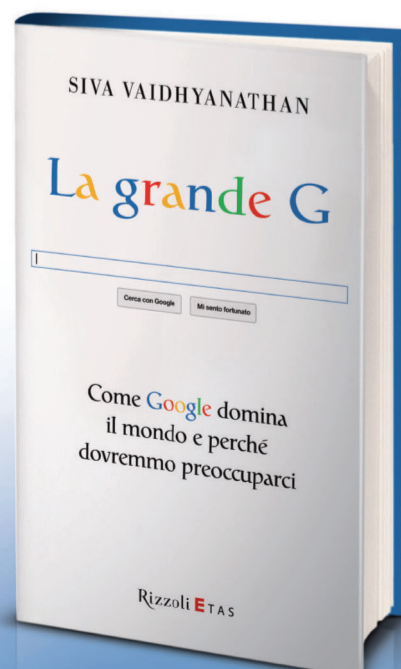
Perché, particolarmente nel Mezzogiorno, quando si coniuga cultura ed economia, è quasi inevitabile scendere nella volgarità?

«Due i motivi principali. Prendiamo la Reggia di Caserta: dentro la società Civita musea gestisce i servizi aggiuntivi, fuori operano gli ambulanti che vendono di tutto senza l'intervento degli enti locali che comunque non vogliono censurare quel modo di produrre reddito. Altrettanto accade al sito di Pompei, tenuto malissimo, al punto che i grandi circuiti turistici le preferiscono Ercolano. Il secondo motivo è legato alla cultura del bello. Negli ultimi trent'anni nessuno si è occupato dell'educazione al bello e per questo insisto che il futuro del Sud passa dai giovani, i quali però devono capire anche che cultura è gestione della stessa, ma senza affidarsi per forza al finanziamento pubblico».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

“Un'analisi profonda dell'influenza nascosta di Google sulla nostra società.”

— Publishers Weekly



SIVA VAIDHYANATHAN

La grande G

Come Google domina il mondo e perché dovremmo preoccuparci

DISPONIBILE ANCHE IN E-BOOK

un libro Rizzoli ETAS

www.etaslab.it