

ORIZZONTI

Louvre d'Arabia: l'arte globale fa affari

TENDENZE Il più celebre museo del mondo aprirà una sua «succursale» ad Abu Dhabi. Le trattative, pur tra polemiche e opposizioni, sono già a buon punto. Si vende il «logo» e si prestano le collezioni. Il tutto «vestito» dall'architetto Jean Nouvel

di Stefano Miliani

Non è detto che i ricchi turisti sul Golfo persico vedranno proprio le splendide curve della Venere di Milo o il sorriso più enigmatico del globo, quello della *Gioconda*, ma sculture, dipinti, mobili e gioielli antichi, porcellane sotto il marchio di un Louvre d'Arabia, questi sì che potranno goderseli. Ad Abu Dhabi, capitale degli Emirati arabi uniti fra il mare e le sabbie, dove fra quattro-cinque anni aprirà un museo Gug-

enheim a firma dell'architetto Frank Gehry (lo stesso di Bilbao), gli sceicchi vogliono fortissimamente vogliono una succursale del museo parigino con - requisito vincolante - il marchio a far bella vista di sé: aprirà perciò il Louvre Abu Dhabi fintanto che il neo-museo della città araba non avrà rastrellato opere d'arte nel mondo per formarsi una sua collezione. Dopo 20 anni il marchio Louvre decadrebbe e secondo *Le Monde* gli Emirati sgancerebbero in tutto circa 700 milioni. L'edificio potrebbe progettarlo l'architetto francese Jean Nouvel in un nuovo enorme complesso turistico fra un paio di campi di golf un porto turistico e hotel a chissà quante stelle.

I negoziati, alle battute finali, scivolano via riser-

vatamente con il governo perché Chirac ne è un caloroso promotore e perché c'è anche altro che passa sopra sotto e intorno al tavolo delle trattative: negli Stati del golfo i francesi esportano merci di lusso, armi, i caccia Mirage, li manderanno quattro superjumbo A380, e da quelle parti c'è tanto oro nero... E poi qui non si tratta di semplici prestiti di opere: noi paghiamo profumatamente - dicono gli sceicchi - in cambio ci date pezzi di collezioni a lungo termine e il marchio. Va da sé che il progetto in Francia ha scatenato un diluvio di proteste confluite in una petizione con 2.000 firmatari tra cui pezzi grossi dell'establishment storico artistico francese e internazionale come Jean Clair, direttore del Museo Picasso fino al 2005, già responsabile di una

Biennale di Venezia, l'ex direttrice dei musei statali francesi Françoise Cachin. L'accusa è: così si svende un capitolo dell'identità storica e culturale di Francia per un'operazione che è tutta mercantile e fuori contesto, il nome Louvre sotto il sole abbagliante del Golfo è come un miraggio di un'astronave posato, le collezioni vanno mantenute integre, non smembrate. Ha replicato il presidente del Louvre, Henri Loyrette: «L'operazione si iscrive nell'internazionalizzazione dei musei condotta dall'Hermitage di San Pietroburgo o dal British Museum di Londra. Il Louvre non può essere da meno. Inoltre non diamo opere in affitto: con un'esposizione chiavi in mano ci può essere sia un ritorno finanziario sia una percentuale sugli ingressi della mostra».

EX LIBRIS

La cosa migliore del futuro è che arriva solo un giorno alla volta

Abraham Lincoln

Nel mondo

Ma il più scatenato è l'Hermitage di San Pietroburgo

Grandi musei in espansione in paesi esteri in concorrenza: per guadagnarci ma anche come trampolini diplomatici per la politica e gli affari. Il taglio del nastro per il Louvre in un'isola davanti ad Abu Dhabi è previsto per il 2012, la petizione dei contrari appare sul sito www.latribunedelart.com, ma già da ottobre il museo parigino ha un'appendice - anche questa contestata - in un'ala dell'High Museum di Atlanta.

Sempre nel 2012 aprirà ad Abu Dhabi un nuovo museo Guggenheim, la multinazionale dell'arte moderna e contemporanea che, dopo Bilbao, è diventata emblema di espansionismo politico-culturale. Il più scatenato è l'Hermitage di San Pietroburgo: ha succursali nella storica Somerset House di Londra, nel gigantesco hotel di Las Vegas The Venetian in accordo con la Guggenheim, ad Amsterdam in un centro espositivo accanto al seicentesco palazzo Amstelhof in ristrutturazione che, dal 2008, il museo russo occuperà integralmente per un creare Hermitage sul fiume Amstel. All'estremo Oriente guardano il Centro Pompidou, che aprirà una sede a Shanghai, e il British Museum, con scambi con il Museo di Pechino.

ste. mi.



Una veduta della piramide del Museo del Louvre e, sotto, un disegno tratto da «Les Sous-sols du Révolu» di Marc-Antoine Mathieu

Che effetto fa immaginare un Louvre d'Arabia agli addetti ai lavori? Gli fa accapponare la pelle? Orbene, no, almeno non chi abbiamo interpellato, a patto di rispettare alcuni requisiti. Come il non snaturare collezioni né svuotare sale di musei, di attingere soprattutto ai depositi, e di avere tutte le garanzie del mondo. La linea sembra: meglio pensare però a grandi città per raggiungere un vasto pubblico e non ricchi privilegiati. Salvo una considerazione: solo musei mondialmente conosciuti possono esportare il loro nome, il «logo», e in Italia nessuna collezione tranne gli Uffizi avrebbe i titoli per candidarsi.

«Il Louvre viene terzo dopo il Guggenheim e l'Hermitage - ricorda **Cristina Acidini**, soprintendente del Polo museale fiorentino e quindi anche degli Uffizi - Finora non abbiamo avuto sollecitazioni, ma in condizioni di sicurezza e di supporto finanziario, perché no? Già mandiamo in sei musei americani minori mostre che portano il nome del Polo museale. Un'altra strada potrebbe essere aprire una piccola succursale con esposizioni a lungo termine ma in città come Parigi e Londra. I depositi degli Uffizi o di musei come Pitti lo renderebbero sostenibile. Piuttosto mi domando l'efficacia. Vero è che una nuova copia in bronzo del David inviata in Cina là ha avuto un'eco mediatica notevole». «Immagino che nel Golfo persico non potranno mandare i nudi di Ingres - riflette l'economista **Paolo Leon** - Al di là di questo, il Louvre è l'emblema della centralizzazione francese che ha strappato le opere al posto d'origine per cui l'iniziativa non fa a pugni con la loro storia accentratrice. Ma per noi sarebbe completamente diverso, perché abbiamo una rete diffusissima di musei legati ai territori. E allora se dobbiamo esportare arte per guadagnare dovremmo puntare su quella moderna e contemporanea: è l'unica indifferente al luogo». Ed esportare il logo? «È legittimo per aumentare le entrate dei musei o dei siti aree archeologiche, purché non li stravolga: ad

I PARERI Parlano Acidini, Leon, Guzzo, Bottini, Proietti e Gorla

Anche gli italiani lo fanno. Ma con giudizio

esempio Pompei avrà un centinaio fontanelle con il putto e, se le mandasse in giro per 10 anni in una mostra itinerante con il logo, immagino non farebbe danni». Proprio da Pompei interviene il soprintendente, l'archeologo **Pier Giovanni Guzzo**: «Il Louvre ha un suo appeal indiscutibile e storicizzato, il logo ne è il prodotto e ad Abu Dhabi vende il logo come fa Benetton nel franchising. A parte gli scherzi, noi abbiamo depositato legalmente un nostro logo come soprintendenza, lo usiamo nei nostri prodotti e lo abbiamo in concessione con una cantina che produce il vino Villa dei misteri. Piuttosto sarà interessante capire, ma succederà credo tra una ventina d'anni, cosa avranno fruttato iniziative del genere dal punto di vista culturale nei paesi ospitanti. E mi piacerebbe sapere cosa potrà esporre il Louvre in un paese arabo».

Anche **Angelo Bottini**, soprintendente all'archeologia dello Stato a Roma (ovvero di monumenti come il Colosseo, i Fori imperiali...) è pragmatico: «In ogni epoca la politica ha usato l'arte perciò non mi sorprende. Né mi scandalizzano, con le dovute garanzie, i prestiti a lungo termine, soprattutto di reperti archeologici perché abbondano, e anzi già lo facciamo con la Cina e con gli Stati Uniti; posso immaginare una succursale se viene preservata la destinazione pubblica, magari in una grande città come Stoccolma sarebbe un capo-

saldo culturale a vantaggio nostro e della comunità locale, perciò capisco le critiche francesi su Abu Dhabi, dove si rischia un godimento pubblico limitato; ma comprendo anche le ragioni del Louvre, il bisogno di fare cassa, perché oggi tutte le strutture culturali richiedono finanziamenti». Per l'Italia Bottini vede l'ostacolo, piuttosto, nel nome: «Tranne forse gli Uffizi, l'Italia non ha un marchio dall'individualità forte e internazionale come il Louvre o l'Hermitage». Neppure **Giuseppe Proietti**, archeologo e segretario generale del ministero dei beni culturali, inorridisce: «Facciamo prestiti anche di lunga durata, in anni recentissimi soprattutto con grandi musei americani come il Metropolitan, come scambio per recuperare pezzi importanti usciti dall'Italia in maniera non del tutto lecita». Ma un'appendice estera di una raccolta pubblica è altra storia. Come la vede? «Non vedo perché no. Purché non si chiudano sezioni o sale di un museo». «I francesi sono bravi a valorizzare quel che hanno, due formaggi in mano loro sembrano diecimila, invece noi non sapremmo vendere l'arte nemmeno se fosse petrolio, non siamo mai stati gran che nel marketing, è un problema di mentalità italiana - conclude **Roberto Gorla**, pubblicitario che ha collaborato con l'Unità e quindi non scambiatore per un berlusconiano -. E questa del Louvre ad Abu Dhabi a me pare una buona idea».



FUMETTI Due originali, bellissime storie disegnate, commissionate dal Louvre

E la «Gioconda»? Non finirà nel deserto ma sotto i ghiacci

di Renato Pallavicini

C'è poco da fare: la vera patria del fumetto è la Francia. Almeno nel senso che ci crede e crede ai suoi «profeti». Ci crede a tal punto che un'istituzione nazionale e mondiale come il Louvre s'è messo a produrli, i fumetti. In collaborazione con Futuropolis (uno degli editori francesi più dinamici, specializzato in fumetto d'autore) les Editions du Musée du Louvre hanno lanciato una collana di libri, affidandola ad autori francesi. Per carità,

niente sillabari didattici, niente guide illustrate per bambini e visitatori pigri ma vere e proprie creazioni originali.

Il progetto, curato da Fabrice Douar, un dirigente culturale del grande museo, prevede una prima serie di quattro albi, di cui i primi due già usciti. Nessun vincolo per gli autori se non quello di una storia unica e autoconclusiva che abbia al suo centro un legame qualsiasi (l'edificio, una sala, un'opera) con il Louvre. Ottima idea e ottimi risultati. *Période glaciaire* di Nicolas de Crécy (2005) e *Les Sous-sols du Révolu* di Marc-Antoine Mathieu (2006) sono due straordinari albi a fumetti, dagli stili grafici diversissimi (il primo uno sperimentale bianco e nero, il secondo un caldo acquarelato su carta a grana grossa) ma accomunati dall'intelligenza. Tutte e due le storie si svolgono in un futuro non meglio determinato in cui i nostri «eredi» vanno alla ricerca delle origini e del significato di un «monumento» come il Louvre. La vicenda della discesa negli infiniti sotterranei da parte dell'esperto «le Volumeur», e quella della spedizione tra i ghiacci che ricoprono la Parigi post-catastrofe ecologica, capitanata da Hulk, un cane-maiale geneticamente modificato, diventano i pretesti per delle raffinate riflessioni sul senso dell'arte, dell'«originale» e della «copia» (nell'albo di Marc-Antoine Mathieu) e danno vita ad una intrigante metafora (in quello di Nicolas de Crécy) sull'interpretazione dell'intera storia dell'arte e sulla nascita del linguaggio visivo. Ai primi due albi seguiranno quelli firmati da Jean-Claude Carrière - Bernard Yslière e da Emmanuel Guibert. Per ogni uscita è stata organizzata una mostra degli originali, ovviamente al Louvre. E dopo la prima serie, Douar ne annuncia un'altra di 4 o 6 albi.

Piccola idea gratuita: Uffizi, Gallerie dell'Accademia, Brera & Co. fatevi avanti. Perché non pensate a qualcosa di simile anche da noi? Eventuali editori partner non mancherebbero. E per gli autori, italiani, c'è l'imbarazzo della scelta: Giardino, Mattotti, Toppi, Igot, Gipi...