

TEMPI MODERNI



Un'immagine del Colosseo

→ **Un contratto** di sponsorizzazione per 15 anni e il logo della Tod's sui biglietti d'ingresso...

→ **Milionario** ritorno pubblicitario per il re delle scarpe Diego Della Valle in cambio del restauro

Il Colosseo? Ora è un marchio Assalto dei privati alla cultura

Il caso Della Valle-Colosseo. Esempio emblematico di un modello: l'ingresso in forze dei privati nei beni culturali? Un po' di milioni versati a fronte di «esclusive» pluriennali per l'utilizzo fotografico, tv, commerciale.

VITTORIO EMILIANI
GIORNALISTA E SCRITTORE

Claudio Lotito ha parlato chiaro: il Colosseo sarà il nuovo marchio della sua Polisportiva Lazio. Temo che Lotito non legga molto i giornali. Un suo diretto concorrente, il patron della Fiorentina Diego Della Valle, re delle scarpe, lo ha larga-

mente preceduto stringendo col commissario straordinario (etero?) all'archeologia di Roma e di Ostia, Roberto Cecchi, un contratto di sponsorizzazione, che riserva per quindici anni il marchio del Colosseo a lui. Che, inoltre, potrà stampigliare il proprio logo aziendale sugli oltre 5 milioni di biglietti annuali. In quindici anni, coi prevedibili incrementi, 80-90 milioni. Souvenirs che andranno in tutto il mondo. Il marchio Tod's campeggerà pure sui tendoni di 2 metri e 40 che nasconderanno i restauri, non brevi. A fronte di 25 milioni di euro, il Ministero apparecchia una ricco set di ritorni pubblicitari.

Della Valle, alla conferenza-stampa, è stato molto corretto: «Noi non facciamo beneficenza». Cioè questa non è una donazione liberale. Poi – forse per l'assenza quasi totale di ri-

Ricompense
Così il Ministero ha apparecchiato un ricco set di ritorni d'immagine

lievi critici sulla convenzione genuflessa predisposta dal MiBAC – è montata l'euforia.

Al convegno organizzato in materia al Teatro Argentina la responsa-

bile di Confculture (Confindustria), Patrizia Asproni è partita bene: «Noi siamo imprenditori e vogliamo fare profitti. Della Valle prima investiva nello sport, ora nel Colosseo. Lo sport non ha più appeal a causa della corruzione e del doping». Poi ha calato l'asso di bastoni: «Sono stanca del Ministero per i Beni e le Attività culturali. Non ne abbiamo più bisogno. Il patrimonio culturale del Paese deve entrare nella competenza del Ministero dello sviluppo economico». Insomma, è la redditività dei beni culturali a dettare l'agenda. Non più la ricerca: scientifica, artistica, archeologica. Non più il valore «in sé e per sé» della cultura. I profes-