



co. Nel marasma della polemica non si è fatta attendere la risposta di Roberto Cecchi, oggi sottosegretario ai Beni e Attività Culturali, ma al tempo tra i fautori dell'accordo come Commissario straordinario per l'area archeologica di Roma e Ostia: «Sono nel giusto. Con il Colosseo abbiamo aperto una nuova strada per creare una norma nella materia. E il nostro modello è stato ripreso per la legge su Pompei», ha replicato sicuro di sé. Per la cronaca, una legge che ha causato non poche perplessità e polemiche. «Tod's chiedeva una risposta immediata. E non c'era tempo da perdere. Da qui le 48 ore», ha concluso Cecchi.

Sono parole che mostrano bene come la normativa sulle sponsorizzazioni a favore del patrimonio artistico sia carente e come negli ultimi dieci anni, in un clima di feroci tagli ai

### **I rilievi dell'Antitrust** L'accordo prevede di sfruttare i diritti oltre i limiti di tempo

finanziamenti per la cultura, abbia dato luogo a soluzioni non sempre pienamente trasparenti e condivisibili. Nel caso specifico, come ha rammentato il coordinatore del settore Cultura del Pd, Matteo Orfini, «Francesco Giro allora sottosegretario e Gianni Alemanno sindaco di Roma hanno forzato l'amministrazione (cioè il ministero, ndr) a una procedura d'urgenza senza darle il tempo di misurare le modalità del bando». Il tutto per poter sbandierare un risultato a detta di molti risicato, infatti i 25 milioni di euro di Della Valle sarebbero pochi per il ritorno di immagine che ne scaturisce. Resta tuttavia che questa è l'unica grossa sponsorizzazione indirizzata verso i beni culturali, e mentre i piccoli crolli di questi giorni fanno grande scalpore sui giornali, il Colosseo soffre per un urgente bisogno di restauri. ❖

**IL COMMENTO** *Vittorio Emiliani*

## **ALTRO CHE AFFARE, L'AUTHORITY BOCCIA L'INTESA GENUFLESSA**

Questa telenovela della sponsorizzazione del restauro del Colosseo contiene parecchi passaggi indubbiamente opachi. Intanto non è mai stata pubblicata la convenzione fra Ministero e sponsor Della Valle. Quando la Uil-Bac denunciò, il 4 aprile, alcune ombre, l'allora sottosegretario Giro e l'allora segretario generale nonché commissario all'archeologia romana Roberto Cecchi, oggi sottosegretario, giurarono che avrebbero reso noto quel testo fondamentale entro quindici giorni. Chi l'ha visto? Conosciamo soltanto un testo reso pubblico dalla Uil-Bac e in esso si dice che lo sponsor, in cambio della messa a disposizione di 25 milioni di euro in 15 anni, potrà stampigliare il marchio Tod's sui biglietti d'ingresso, oggi 5 milioni l'anno, domani di più, per un totale finale di 80-90 milioni, comprati da cittadini di tutto il mondo. E sui tendoni di 2,40 metri che copriranno (per anni) le grandi arcate in restauro, ecc.

Sempre da fonti non ufficiali - dal Codacons che come Uil-Bac ha fatto ricorso - apprendiamo che l'Antitrust distingue in modo molto chiaro fra l'Avviso (cioè il Bando) e l'Accordo intervenuto (cioè la Convenzione, ignota ai più). In base al primo, lo sponsor, oltre che metterci gli euro, doveva caricarsi del completamento dell'attività di



**L'imprenditore** Diego Della Valle

progettazione e direzione dei lavori, del coordinamento della sicurezza, dell'appalto a terzi o dell'esecuzione diretta dei lavori. Con l'Accordo, invece, tutto «si risolve nella semplice messa a disposizione di una somma di denaro», ma, oh sorpresa!, esso «prevede una durata del periodo di sfruttamento dei diritti ben superiore ai limiti introdotti dall'Avviso, pari a due anni oltre il termine della conclusione dei lavori in favore di Tod's e a 15 anni in favore dell'Associazione Amici del Colosseo ai sensi dell'art. 4 dell'Accordo». Siamo all'abbuffata dei ritorni pubblicitari rispetto agli impegni, soltanto finanziari, nel restauro.

Inoltre - altro rilievo dell'Antitrust - il MiBAC, andata deserta la gara (molto impegnativa) indetta col Bando, «all'indomani della gara» è ricorso

alla trattativa diretta «interpellando un numero di soggetti estremamente limitato, senza aver dato adeguata pubblicità al fatto che gli oneri posti a carico dell'eventuale sponsor erano stati sostanzialmente ridimensionati» al solo finanziamento. Chiaro come il sole.

Non so cosa ne dirà il Tar, ma credo che la Corte dei Conti dovrebbe far luce su questo punto nevralgico. L'Unità fu uno dei pochissimi giornali a sollevare perplessità in merito l'11 luglio scorso parlando di «convenzione genuflessa». In generale fu tutto un'exultate, jubilate. E adesso si chiede in modo perentorio: ma, allora, volete bloccare i restauri dell'Anfiteatro Flavio che va in pezzi? Poiché il «marchio Colosseo» vale molto più di 25 milioni in 15 anni e il monumento non sta propriamente crollando, lo Stato deve darsi regole più chiare e comportamenti meno improvvisati. Anche perché, non agendo così, si creano (stiamo parlando di un vero «totem») precedenti rischiosi. Diego Della Valle fu onesto nella conferenza-stampa: «Non siamo qui per fare beneficenza». Subito dopo altri gridarono al mecenatismo. Non scherziamo: mecenate è chi dona denari per la cultura senza chiedere nulla in cambio, neppure di essere citato. Come mister Packard a Ercolano. In fondo in fondo, se l'attuale biglietto d'ingresso fosse stato aumentato di 30 cent con l'indicazione «pro-restauro», in 15 anni si sarebbero incassati i 25 milioni della sponsorizzazione e forse anche di più. Senza ambiguità, né opacità di sorta.

Sotto l'Alto Patronato della Presidenza della Repubblica Italiana



con il sostegno di



organizzazione

con la collaborazione di

sponsor ufficiale



**IL GESÙ BAMBINO DI PINTORICCHIO**  
DUE DIPINTI  
A CONFRONTO

22 dicembre 2011 05 febbraio 2012

MUSEI CAPITOLINI  
PIAZZA DEL CAMPIDOGLIO

mar-dom, 10-18 (ingresso libero) | info: 060608 - www.museicapitolini.org