

Qui Parigi. Il caso di Culturespaces

Dai privati francesi reddito con arte, musei e giardini

di Marco Moussanet

Lil miglior biglietto da visita di Culturespaces, società del gruppo Gdf Suez, è probabilmente rappresentato dai numeri del museo parigino Jacquemart-André. Il delizioso "hotel particulier" di Boulevard Haussmann, costruito a metà Ottocento dal banchiere Edouard André per ospitare la collezione realizzata insieme alla moglie Nélie Jacquemart, è di proprietà dell'Institut de France e fino al 1995, quando era a gestione pubblica, aveva circa 20mila visitatori all'anno e perdeva l'equivalente di 150mila euro. Ora i visitatori sono quasi 500mila, con un utile di mezzo milione di euro, equamente distribuito tra l'Institut e Culturespaces.

A guidare la società, principale operatore culturale privato francese, è Bruno Monnier, 57 anni. Snocciola con piacere queste e altre cifre. Per esempio quelle del bilancio 2011: 13 siti pubblici in concessione (12 in Francia e uno, il Campo di battaglia di Waterloo, in Belgio) aperti 365 giorni all'anno, oltre due milioni di visitatori, 250 dipendenti, 22 milioni di ricavi, 600mila euro di tasse, 900mila euro di profitti netti, un milione e mezzo di canone versato ai proprietari dei siti. Monnier ha stu-

diato arte, ma ha anche un master in economia e commercio e il suo obiettivo, da sempre, è fare business con la cultura: «Operazione in genere complicata nell'Europa continentale - spiega - ma soprattutto nei Paesi latini. In quelli anglosassoni è normale che i luoghi culturali vengano gestiti da privati, in grado di garantire una maggiore efficienza. Da noi, come in Italia, è tutto molto più difficile».

Lui se n'è reso conto lavorando per un paio d'anni al ministero della Cultura. Ha capito che c'era uno spazio. Forse non nei rapporti con lo Stato, troppo geloso dei suoi beni, ma certo con gli enti locali e in generale le istituzioni pubbliche. Ha quindi fondato Culturespaces (di cui possiede ancora il 15%) con una proposta molto semplice per gli interlocutori: voi affidateci la gestione totale del vostro sito per almeno vent'anni (in modo da poter avere

LA SOCIETÀ

Gestisce tredici siti pubblici visitati da due milioni di persone
Nel 2011 ha registrato ricavi per 22 milioni e profitti netti pari a 900mila euro

una visibilità sufficiente in termini di programmazione, anche finanziaria) e noi vi versiamo un canone fisso. E se va molto bene anche un variabile legato agli incassi.

Il primo a dire sì è stato proprio l'Institut de France, nel 1992, con la villa Ephrussi de Rothschild a Saint Jean Cap-Ferrat. E quattro anni più tardi con il Jacquemart-André. L'ultimo, all'inizio di quest'anno, il Comune di Baux-de-Provence, con le Carrières des lumières, le impressionanti cave di pietra bianca dove Monnier organizza degli spettacoli multimediali. Ma c'è soprattutto la città di Nîmes, che ha dato in gestione a Culturespaces l'Arena, la Maison Carrée, la Tour Magne. «L'importante - sottolinea Monnier - è avere la gestione di tutto. I siti culturali possono funzionare bene solo se c'è un operatore unico. Questo è uno dei grossi problemi che avete in Italia. Dove ci sono appalti diversi per le biglietterie, le librerie-boutique, i servizi di caffetteria e ristorazione. Un pasticcio. Con i privati comunque in posizione marginale». Ciononostante l'Italia è un mercato sul quale Culturespaces vuole assolutamente entrare, «perché le prospettive di crescita sono incredibili».

Intanto Monnier si sta occupando di un altro filone di sviluppo. Culturespaces ha acquisito, per 10 milioni, un "hotel particulier" nel centro di Aix-en-Provence, dove realizzare una "copia" del Jacquemart-André. Apertura prevista nel 2015. E sta cercando il sito giusto da comprare a Parigi per delle grandi - e possibilmente redditizie - esposizioni di arte contemporanea.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

