



GLAUCO CAVACIUTI ARTE

Appunti d'arte

Cari amici,

Questa settimana si è aperta una vibrante polemica in merito alla visita di Chiara Ferragni agli Uffizi, e alla sua foto davanti alla Venere del Botticelli. Non voglio aggiungere il mio punto di vista ai tanti che avrete sicuramente già avuto modo di leggere. Mi sembra però una bella occasione per riflettere sullo stato di salute dei nostri musei, del nostro patrimonio, e sulle opportunità che dovremmo cogliere prima che sia troppo tardi.

Francamente non riesco a intravedere connotazioni negative nel fare marketing per quanto riguarda l'industria culturale. Il biglietto per visitare gli Uffizi costa 24 euro e non se ne stanno staccando molti dallo scorso febbraio (nel 2019 i visitatori totali erano stati ben 4 milioni e trecentomila). Il servizio fotografico di Vogue Hong Kong dedicato alla Ferragni era a pagamento (gli Uffizi hanno affittato la location) e il post di Chiara ha raggiunto i suoi 20 milioni di followers totalizzando 600mila like sul suo profilo e 36mila su quello del museo.



Nella foto: Mondo argento di Riccardo Gusmaroli, barche di carta su tela e foglia argento, 100 x 150 cm, Galleria Cavaciuti

Ora, quelli che parlano di mercificazione della cultura evidentemente sono convinti che queste strutture vadano avanti gratis. Invece sappiamo dal Decreto Legge Rilancio dello scorso Maggio 2020 che sono stati stanziati ben 100 milioni di euro per il sostegno ai musei dal MiBACT, colpiti dai mancati introiti da biglietteria in conseguenza della chiusura disposta per contenere la diffusione del contagio da coronavirus.

Fabrizio Moretti, Presidente della Biennale dell'Antiquariato di Firenze, ha giustamente sottolineato al Corriere: «Lancio un appello alla brava Ferragni: vada a fare la stessa cosa anche al museo di San Marco e in altri luoghi di cultura che ne hanno bisogno, grazie a lei si può veramente promuovere l'arte a tutti».

Seguendo (per citare qualche virtuoso esempio internazionale) le orme di un brand come Chanel che ha sfilato al Louvre varie volte nel giorno di chiusura del museo negli ultimi quarant'anni, e a nessuno è mai parso uno scempio.

Ricordo che noi siamo quelli che sono riusciti a fare polemica anche quando nel 2014 Diego Della Valle ha donato 25 milioni di euro per il restauro del Colosseo, quando Fendi ha sfilato alla Fontana di Trevi (dopo averla rinnovata) e quando Gucci ha fatto lo stesso agli Uffizi dopo aver restaurato il Giardino di Boboli.

La cultura deve diventare contemporanea, deve incuriosire le nuove generazioni, deve vivere. E per farlo deve poter usufruire anche della brava imprenditoria privata.

I musei devono poter tornare a essere frequentati da tutti, e se qualche iniziativa di marketing può aiutare a diffondere il nostro brand nel mondo, ben venga. Abbiamo un Paese intero da visitare, con un patrimonio incomparabile. Tra musei, gallerie, parchi e aree archeologiche richiamiamo oltre 100 milioni di visitatori all'anno.

Abbiamo davanti a noi un tempo incerto. Dobbiamo essere positivi e uniti. Assieme.

Vi auguro intanto delle splendide vacanze italiane. Vi aspetto come sempre in Galleria a Milano.

Con affetto

Glauco

info@glaucocavaciuti.com
galleriacavaciuti@gmail.com
www.glaucocavaciuti.com

Galleria Glauco Cavaciuti
Via Vincenzo Monti 27, 25 20123 Milano
+39 02 45491682 +39 02 94383672