

Articolo del 30/07/2010 - Pagina n° 26

26 VENERDÌ 30 LUGLIO 2010
EXTRA
Corriere

NOI E L'ARTE



A sinistra: l'infopoint all'ex Embassy (Foto Diego Gasperoni)



A destra: Goldin davanti al manifesto che copre i ruderi del Galli

TRE GIORNI DI INAUGURAZIONE

● La mostra allestita nel 2009-2010 a Castel Sismondo - Da Rembrandt a Gauguin a Picasso - è stata visitata da 190.230 persone, provenienti da tutta Italia e dall'estero. Dal prossimo 23 ottobre al 27 marzo 2011 verrà presentata Parigi. Gli anni meravigliosi. Impressionismo contro Salon. E sarà «un allestimento molto diverso dal precedente» annuncia Goldin. Per l'inaugurazione, sono in programma tre giorni di iniziative (21, 22 e 23 ottobre). Al Castello, intanto, sono in corso alcuni lavori di check up.

Quarantamila euro di sponsorizzazione per la mostra di Marco Goldin Parigi. Gli anni meravigliosi che ha già raggiunto le 12mila prenotazioni

Eppur (anche Rimini) si muove

Un gruppo di otto imprenditori dà il "la" e a Castel Sismondo arriva un nuovo quadro

di Vera Bessone

RIMINI. Un merito non può certo essere negato a Marco Goldin: aver fatto capire a Rimini e ai riminesi le immense potenzialità legate al binomio arte-turismo.

Certo, non depona a favore dei solitamente avvedutissimi imprenditori locali, né degli amministratori, averci messo tanto tempo a capirlo. Ma l'esempio della mostra organizzata la scorsa stagione a Castel Sismondo ha fatto il miracolo: oltre 190mila persone in pieno inverno a spasso per una città del tutto impreparata ad accoglierle. Più di quante ne portino, probabilmente, molti club di prodotto. Chi l'avrebbe mai detto? Anche l'arte è un prodotto che può essere venduto. A cosa servono sennò i mecenati? Li ha avuti Leonardo da Vinci (alla fine è andato in Francia a cercarseli, vabbè, è un dettaglio), e la stessa Chiesa è stata per millenni e continua ad essere munifica con i suoi artisti. Dunque, non c'è di che scandalizzarsi, anzi, la notizia è di quelle da prendere con soddisfazione. Ed eccola, la notizia: un gruppo di 8 imprenditori del territorio riminese hanno costituito un'associazione (la formalizzazione avverrà oggi davanti al notaio) che si chiama Noi e l'Arte, hanno tirato fuori una somma abbastanza esigua, 5mila euro a testa (più o meno quanto costa appendere uno striscione col nome della propria ditta a una manifestazione di media entità), e sono riusciti a ottenere un paio di risultati. Il primo è quello di dare l'esempio: se lo hanno fatto



Manet, "Bagnanti sulla Senna", 1862, San Paolo, Brasile

E Confcommercio fa la sua "art card"

RIMINI. Non solo Confartigianato ma anche Confcommercio si è data da fare per la mostra a Castel Sismondo. È nata infatti Rimini Art Card, iniziativa che sta riscuotendo molte adesioni tra gli operatori. All'ingresso della mostra sarà consegnata ai visitatori una carta che permetterà di consumare o fare acquisti negli esercizi convenzionati beneficiando di uno sconto. Gli esercizi che aderiranno all'iniziativa saranno riconoscibili da una apposita vetrofanfa informativa e avranno anche la possibilità di personalizzare le proprie vetrine allentendo le riproduzioni sagomate delle opere esposte. Confcommercio comincerà la distribuzione di 150.000 depliant della mostra contenenti un richiamo all'iniziativa.

Le prenotazioni per l'evento d'autunno - giunte già a 12mila - sono in aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (+15%), a testimonianza della crescente fidelizzazione dei visitatori, che potrebbero così facilmente superare i 200mila. La prospettiva è di forte crescita negli anni e si immaginano quindi ricadute positive sulla città. Per rafforzare la promozione, sono in progetto anche ulteriori iniziative di sostegno, un adeguato sistema di segnaletica per orientare i visitatori all'interno del centro storico e, per finire, la realizzazione di una Notte bianca di inizio e di fine mostra con l'apertura serale degli esercizi commerciali e dei pubblici esercizi, a suggello di una collaborazione destinata a continuare negli anni.

Ma chi sono questi imprenditori-mecenati? Confartigianato, Civis Augustus, Reggini Auto, La Nuova Ricerca, Lear-dini Group, Editrice La Voce, Teddy e Gruppo Sgr, nessuno di loro nuovo a operazioni in ambito culturale. Civis Augustus, ad esempio, aveva partecipato insieme ad altri al meritorio progetto *Aere civitum* che permise, tra il 2001 e il 2006, di restaurare 30 tra tele e opere del Museo della Città.

Coniugare business e cultura, insomma, si rivela un modo semplice per ottenere un ritorno importante, soprattutto in termini di prestigio.

«Rimini dovrebbe essere valorizzata e promossa come città d'arte - dice Mauro Gardenghi, segretario Confcom-

mercio -, cosa che finora non è stata fatta. Abbiamo inventato mille turismi, ma in campo artistico-culturale abbiamo fatto poco o niente. Se non ci fosse stato il mercato al mercoledì e sabato, moltissimi turisti italiani e stranieri, in questi anni, non avrebbero nemmeno mai attraversato la ferrovia».

Come dargli torto?

IPPODROMO CESENA TROTTO
QUESTA SERA - ORE 20,50



Premio

BANCA POPOLARE DI RAVENNA

GRUPPO BANCARIO

Banca popolare dell'Emilia Romagna

Fuochi d'artificio offerti da  **BALESTRI & BALESTRI**



NOTTE MAGICA

MAGIA, DIVERTIMENTO E SPETTACOLO CON PATRICK CARRERA


