

Direttori dei musei

«Il turismo è cresciuto Adesso tocca ai servizi»

NAPOLI Dopo l'ubriacatura di turisti dei Ponti di primavera, che ha reso Napoli euforica, c'è chi si interroga sui destini di una città che può fare dell'accoglienza un punto di forza. A patto di saper rendere industria il consenso.

Ieri il direttore del Mann Paolo Giulierini ha preso parte a due dibattiti. Il primo è stato organizzato dall'ordine dei dottori commercialisti di Napoli sul tema «Opzione cultura per lo sviluppo economico e sociale».

«Il turismo è una scienza esatta — spiega il direttore —, ma questo in Italia, e non solo a Napoli, non è chiaro a tutti. Manca una metodologia, il concetto di squadra, obiettivi condivisi. Premesso questo, il Museo Archeologico sta ottenendo grandi risultati: è cresciuto del

50 per cento rispetto a due anni fa, i nostri 500 mila visitatori soggiornano a Napoli, sono consumatori di prodotti tipici, vivono il Museo e anche la città. Ma per governare la crescita occorre darsi regole. E noi lo abbiamo fatto e abbiamo fatto rete. A giorni avremo un biglietto unico con Capodimonte e coinvolgeremo anche i musei privati. Ma occorre fare attenzione a non trasformare la città in un luogo dove ad ogni angolo si mangia la pizza. E a fare in modo che il centro di Napoli resti ancora abitato dai suoi abitanti. Bisogna anche lavorare alla qualità della ricettività facendo dialogare porto, aeroporto e navi da crociera. Solo una catena di questo tipo, che vede al tavolo Comune e Regione, può vincere questa sfida, altrimenti i visitatori si perderanno».

«Il sistema museale nei processi di trasformazione della città» è il tema del confronto promosso da VivoaNapoli al quale hanno preso parte, oltre a Paolo Giulierini, il direttore del museo di San Genaro Paolo Jorio; Fabrizio Masucci, presidente del museo Cappella San Severo; Fabio Pascapè, che è dirigente dell'assessorato alla Cultura con una delega alle strutture museali, e Nicola Pascale, dirigente dell'assessorato alla Mobilità. Masucci ricorda il record messo a segno dalla Cappella Sansevero che il Financial Times ha inserito fra le mille aziende europee a maggior tasso di crescita nel triennio 2012/2015. La crescita del fatturato è stata dell'85 per cento, con un risultato di 460mila ingressi all'anno. «Certo noi sia-

mo una vera impresa e sarebbe bello giocare ad armi pari con altri che sono invece fondazioni, associazioni e non hanno una forma giuridica giusta» spiega. «Il problema resta la sicurezza — aggiunge — ed occorre un coordinamento per evitare la cannibalizzazione del centro».

Paolo Jorio sottolinea che «il concetto di museo come contenitore è superato da tempo. Occorre rendere l'offerta molto più densa. La nostra esperienza, su via Duomo, è vincente. La strada dopo l'apertura del museo è stata al centro di un rilancio con l'apertura di nuovi esercizi commerciali e abbiamo anche promosso una rete fra i musei».

Anna Paola Merone



Peso: 15%