

ECONOMIA

NUOVE STRATEGIE

di FRANCESCA PINI

MICHELANGELO HA UN GEMELLO DIGITALE



Sacra Famiglia *Tondo Doni* (1504/1506 ca) di Michelangelo.
A sinistra Franco Losi, fondatore e CEO di Cinello, società
inventrice e produttrice dei DAW (Digital Art Work), e a destra
Eike Schmidt, Direttore delle Gallerie degli Uffizi di Firenze

Bacco di Caravaggio e La Velata di Raffaello Sanzio: le opere degli Uffizi che saranno duplicate con un sistema di crittografia digitale brevettato

Una **chiavetta** microprocessore, un brevetto mondiale, una protezione informatica (su Blockchain con gli immancabili NFT a corredo) e giuridica, **un'autentica del museo che dà valore assoluto a questi perfetti gemelli digitali crittografati (in edizione limitata) dei grandi capolavori italiani, tra cui la Venere del Botticelli.** Non la solita copia fatta benissimo nei laboratori cinesi, ma un DAW (Digital Art Work), avatar dell'originale ben custodito nelle collezioni.

Signori il catalogo è questo: Mantegna, Raffaello, Caravaggio, Tiziano, Botticelli, Bronzino, Leonardo, Michelangelo, Lippi, Signorelli, Canaletto e molti altri maestri che il mondo ci invidia e che ora si pos-



COURTESY GALERIE DEGLI UFFIZI (3)

sviluppato questo progetto (benvenuto anche dal Mibact) giunto a maturazione proprio nell'era Covid-19. Prima opera DAW ad essere venduta (a 140 mila euro, di cui 70 andranno al museo) l'iconico *Tondo Doni* di Michelangelo degli Uffizi. Questa Sacra Famiglia (tanto ammirata dal Vasari e poi anche da Roberto Longhi ma criticata nei secoli da altri storici dell'arte per l'esecuzione compositiva), con le figure plastiche e imponenti di Maria, del Bambino e di Giuseppe con sullo sfondo figure nude, fu dipinta dall'artista a Firenze tra il 1506 e il 1508 per il banchiere Agnolo Doni. L'opera crittografata è stata comprata da una signora trentenne romana, per farne dono al marito

NIENTE VISITATORI O MOSTRE, I CONTI DEI MUSEI PIÙ IMPORTANTI SONO IN ROSSO. GLI UFFIZI DI FIRENZE HANNO AVUTO UN'IDEA: CREARE AVATAR DELLE OPERE E METTERLE IN VENDITA. A CARO PREZZO

sono avere (a caro prezzo) in duplicato. **Un centinaio (a catalogo) le opere fedelmente riproposte in versione digitale su schermo, in collaborazione con Uffizi, Gallerie dell'Accademia di Venezia, Pinacoteca di Brera e Pinacoteca Ambrosiana di Milano, Galleria Nazionale delle Marche a Urbino, i Musei Reali di Torino, il Museo e Real Bosco di Capodimonte a Napoli, il Complesso monumentale della Pilotta a Parma, il Museo di Palazzo Pretorio a Prato, la Fondazione Cavallini Sgarbi di Ferrara, la Fondazione MPS di Siena.** Lo sviluppo tecnologico è frutto dell'ingegno di Franco Losi (una passione per l'arte ereditata dal padre pittore) e del suo socio John Blem. Dal 2017, con la loro società Cinello, hanno



(collezionista) per il suo sessantesimo compleanno. «Ogni volta che visitavamo un museo gli chiedevo: "che cosa ti porteresti via"? E a Firenze lui sostava sempre davanti a quel dipinto. Così quando ho saputo di questa iniziativa geniale non ci ho pensato due volte. Sono nata con il cellulare in mano, e riesco ad emozionarmi anche davanti a uno schermo, come in questo caso. Quel che conta è ciò che vedo nell'opera, indipendentemente dal mezzo. Poi così il dipinto è trasportabile ovunque, senza costi proibitivi, senza permessi delle Soprintendenze, senza timori di danni per il dipinto. E poi la maestosità di quella splendida cornice, parte integrante del dipinto! Avere questo capolavoro in casa propria è impareggiabile».

Il Direttore degli Uffizi, Eike Schmidt, parla di quest'opera DAW non come di un clone, ma nei termini di una "traduzione" dell'originale in una tecnologia. In un primo tempo saranno 17 le opere DAW (su una più ampia selezione) che gli Uffizi concedono a questo mercato, ottenendo da Cinello il 50% sul prezzo di vendita. Certo questi profitti non risolvono il bilancio stravolto del museo (34 milioni d'incassi globali nel 2019, 8,8 nel 2020) ma se i collezionisti si fanno avanti, aiutano le casse magre. **«Nel medio termine potranno contribuire alle finanze di un museo, paragonabile ai proventi della ristorazione. Non è un cambiamento di rotta quanto a fonte di introiti, è un ricavo aggiuntivo. Ma la creazione di un mercato di questo tipo non è una cosa veloce»**, dice Schmidt. «Queste opere DAW (dalla doppia appartenenza sia al mondo fisico che a quello degli algoritmi) sono così un "pezzo" degli Uffizi. Per ciascun dipinto del progetto abbiamo voluto far realizzare nove esemplari digitali identici (nove è un numero ben testato per i multipli della scultura), per distinguerle dall'originale».

In picchiata libera

Anche ai musei è mancato l'ospite. Quello dei visitatori, della bigliettazione, dei compensi per i prestiti, dei vari proventi anche collaterali (ristorante, bookshop...). Tutti però mantenendo alta l'attività di conservazione. Siamo passati dai 22 mila musei nel mondo nel 1975

ai 95 mila di oggi, complice anche una certa architettura che ne ha fatto delle icone, attrazioni turistiche. Il Covid si è abbattuto su questi con la sua scure, ma dal panico iniziale del marzo 2020 c'è stato un graduale assestamento. Anche grazie a soluzioni digitali creative messe in campo da un po' tutte queste istituzioni che hanno un importante ruolo per lo sviluppo locale, per la democrazia e l'inclusione sociale. Per ben due volte, nel 2020, l'ICOM (International Council of Museum) ha effettuato un sondaggio (su 900 musei nei cinque continenti, nessuno esente dal coronavirus) in maggio e poi in ottobre per monitorare questo sfacelo in un settore in grave crisi che, sebbene benefici di fondi statali o privati, non ha però ricevuto ristori (il 30,9% dei musei ridurrà il personale fisso). In Nord America il 53,7% dei musei ha avuto accesso a fondi emergenziali, mentre i musei europei sono al 27,5%. L'attività digitale nei musei è cresciuta in media dal 15 al 50% anche con un proprio canale dedicato: livestreaming, podcast, programmi educativi, visite curatoriali online anche a pagamento. La National Gallery di Londra (con perdite secche di 14 milioni di sterline) ha prodotto video anche on demand, **specie per la mostra su Artemisia Gentileschi, i cui post sui social hanno raggiunto 7,2 milioni di persone e i video le 886 mila visualizzazioni**. Il Metropolitan Museum di New York ha incrementato del 95% il suo Instagram nelle 2 prime settimane

NEL 1975 I MUSEI ERANO 22 MILA, ORA SONO 95 MILA ANCHE GRAZIE AL FATTO CHE SONO DIVENTATI LUOGHI ICONICI. LA PANDEMIA HA COSTRETTO TUTTI A UN CAMBIO DI PASSO

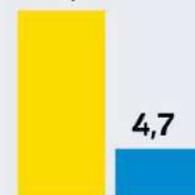
LA CADUTA

Il calo di reddito dei musei.
Confronto 2020 su 2019
Milioni di euro

■ 2019 ■ 2020

Kunsthistorisches Museum, Vienna

15,5



-69,7%



Saliera, Benvenuto Cellini

Galleria degli Uffizi, Italia

30,7



-75,9%



Scudo con testa di Medusa, Caravaggio

LA STRADA È STATA DA SUBITO CHIARA: METTERSI ONLINE. IL METROPOLITAN MUSEUM DI NEW YORK HA INCREMENTATO IL SUO INSTAGRAM DEL 95 PER CENTO E PUNTATO SUGLI EVENTI

Museo del Prado, Madrid

22,6

3,5

-84,5%



Las Meninas,
Diego Velázquez

Louvre, Parigi

99,41

15,91

-84,9%



La Gioconda,
Leonardo da Vinci

Tate Modern, Londra

7,12

0,52

-92,7%



Girl with
a White Dog,
Lucian Freud

P. INCLAPARDA

di chiusura dal 13 marzo 2020. Gli eventi online hanno avuto 3,3 milioni di visualizzazioni.

La svolta

Lo staff (anche part-time) dedicato alle attività digitali rappresenta oggi il 56,8% del personale impiegato. I musei statali sono però meno flessibili rispetto a quelli con entrate proprie e private, questi ultimi potendo allocare risorse in modo più agile in questi settori emergenti. Il Covid acceleratore digitale di una forma irreversibile di nuova fruizione dell'arte.

Il 10 gennaio 2020, in un'intervista su 7 a Frances Morris, direttrice della Tate Modern di Londra, rifletteva sull'ipertrofia del sistema dell'arte insistendo sulla necessità di renderlo più sostenibile evitando, tra l'altro, la massiccia movimentazione delle opere in mezzo mondo, causa mostre. Ma allora ci domandavamo come. Il dato condiviso è che in futuro queste subiranno un taglio drastico. «Ma con questa nostra tecnologia brevettata (il file è vincolato al numero seriale dello schermo o visibile solo all'interno di una geolocalizzazione) si possono trasferire con un clic capolavori nelle grandi mostre, lasciando gli originali nei musei», dice Franco Losi. «Il progetto creato da Cinello guarda al futuro e anche alla conservazione dei patrimoni, che possono andare persi causa terremoti, guerre, furti, distruzioni di ogni genere».

Un avvenire sempre più scher-

modipendente? I musei vivono un periodo difficile ma credono in sé stessi. Così come ci credono visitatori e benefattori (il Metropolitan ha ricevuto liberalità per 34,8 milioni di dollari da 891 donatori nel 2020). L'anno scorso il Centre Pompidou di Parigi è rimasto aperto solo 167 giorni (perdite per 20 milioni di euro) ma reagendo anch'esso subito online. E risparmiando 11 milioni sui progetti di mostre rimandate (più 9 milioni di aiuti statali). Louvre rossissimo: più di 90 milioni di perdite di cui 46 coperti dallo Stato. Con 2,7 milioni di visitatori -1,1 solo per la mostra di Leonardo - contro i 9,6 del 2019, segnando così -72%. Introiti dei biglietti calati da 99,41 milioni di euro a 15,91 (-84,9%).

Il Reina Sofia di Madrid (che vanta *Guernica* di Picasso) ha perso l'80,94% della sua bigliettazione, decrescono del 4% gli aiuti dal Ministero della cultura per il 2021 (da 39.546.190 a 38.026.670) ma riceve 12,5 milioni dal fondo europeo per il programma digitale, per il suo Museo della conoscenza e per quello della prossimità. In difficoltà il Prado di Madrid. Il 2019 anno d'oro con 22,6 milioni di euro di biglietti staccati di euro calati a 3,5 l'anno dopo. Anche qui notevole lo sforzo online. Ma nel 2021 lo Stato aumenterà il suo apporto da 15 a 28 milioni. Il Kunsthistorisches Museum di Vienna passa dai 15,5 milioni del ticketing 2019 ai 4,7 del 2020. Nessun museo si salva da solo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA