

L'AFFARE DEI BIGLIETTI

Colosseo, niente
bandi in 26 anni:
si muove l'Anac

BISON A PAG. 18

ROMA KAPUTT Da 26 anni, i servizi agli stessi privati

IL COLOSSEO TRA SBANDO E BANDO

Interviene l'anticorruzione

» Leonardo Bison

L'Autorità nazionale anticorruzione vigilerà sulla gara Consip per l'affidamento del servizio di biglietteria per l'accesso alle aree e ai monumenti gestiti dal Parco archeologico del Colosseo attraverso un "protocollo di vigilanza collaborativa chiesto dallo stesso ministero a fronte delle criticità nella gestione del servizio". Inizia così il comunicato stampa con-



Peso: 1-1%, 18-44%

giunto diffuso da Anac, Consip e Mic – il 1° febbraio scorso – che segue menzionando

le “diverse proroghe susseguites nel tempo, la connotazione di un mercato di riferimento particolarmente litigioso e il susseguirsi di annullamenti giurisdizionali”. Non c’è in effetti un monumento in Italia in cui la storia della gestione dei servizi di biglietteria e altro (dalla caffetteria alle audioguide) sia più travagliata di quella del Colosseo, il monumento più visitato del Paese.

CI SI ASPETTEREBBE che un sito simile, oggi Parco Archeologico con autonomia finanziaria, fosse una perfetta macchina statale, una cassaforte con cui finanziare il patrimonio culturale meno noto. Ma non è così, come avrà notato chiunque, tentando di prenotare una visita all’Anfiteatro, sia stato reindirizzato dal sito del Colosseo a quello di un’azienda esterna, o meglio una società cooperativa, che gestisce la biglietteria da 26 anni.

La vicenda, ben nota agli addetti ai lavori, ha pochi paragoni nell’Europa occidentale. In breve: nel 1996 – tre anni dopo che una legge aveva permesso di esternalizzare biglietteria e altri servizi dei musei italiani – viene pubblicato il bando per i servizi del Colosseo. Nel ’97 viene stipulata una convenzione con le due società vincenti (le odierne CoopCulture per biglietteria, audioguide e visite guidate; Mondadori Electa per bookshop e mostre), che prevedeva una già sostanziosa concessione di 4+4 anni e poi... e poi basta, fino a oggi.

In attesa di un nuovo bando, si procede in proroga. Una prima procedura di gara

viene pubblicata solo nel febbraio 2017, una seconda nell’ottobre 2019: entrambe affossate dai ricorsi. Oggi, nella primavera 2022, siamo ancora in attesa di un bando che arrivi a conclusione: dal 1996. Per un sito capace nel 2019 di raggiungere 7,5 milioni di visitatori e un incasso lordo totale di oltre 75 milioni di euro. Non stupisce, in questo quadro, che altre società si siano profuse in ricorsi, vinti perché l’amministrazione aveva deciso di subordinare i servizi di valorizzazione museale a quelli di biglietteria.

Il problema è politico-amministrativo, naturalmente: imbarazzante che piccoli Comuni bandiscano gare con più facilità del ministero. Non solo: gestire per quasi 26 anni un monumento così centrale e noto offre al concessionario un ruolo preminente che portale due società beneficiarie (divenute nel frattempo vere e proprie potenze nazionali) a costruire una rete di relazioni e *soft-power*: una prassi che sarebbe stata impossibile nei termini originari del bando del 1996. Nella convenzione del febbraio 2022 tra Roma Capitale e Parco del Colosseo, ad esempio, che impegna il Parco a istituire un nuovo biglietto unico per l’area del Foro, il concessionario è autorizzato ad agire “come agente contabile del Parco” e a “stipulare accordi con l’ente strumentale capitolino Zetema... per gestire il sistema di vendita del biglietto e definire le modalità e i tempi di versamento degli introiti”. Un’agibilità notevole per un concessionario in proroga. Ma il problema è anche, forse soprattutto, economico, con un vero salasso per le casse dello Stato. Nel 1997, quando si stipulò la convenzione poi arrivata fino a oggi, stabilendo il canone spettante alla



Peso: 1-1%, 18-44%

Soprintendenza al 30,2 per cento degli introiti di biglietteria e 300 milioni di lire (circa 150 mila euro) annui, i visitatori dell'Anfiteatro Flavio erano poco più di due milioni, la prenotazione online era agli albori così come lo sviluppo dei servizi "aggiuntivi". Ma i visitatori sono più

che triplicati, il biglietto è più che raddoppiato, il mondo è andato avanti e anche l'esperienza di visita. Conseguenza? Nel 2019, dei 19 milioni di euro ottenuti da audioguide, bookshop, caffetteria, prevendita e visite guidate, solo poco più di 1 milione – il 6 per cento del totale – è entrato nelle casse statali, mentre gli introiti di

biglietteria (di cui il 30 per cento va allo Stato) sono passati dai 3 milioni circa del 1997 ai 56 milioni del 2019.

Non si tratta di una situazione unica in Italia: sia la ripartizione degli introiti estremamente favorevole al concessionario sia il ritardo nei nuovi bandi è norma nei maggiori siti turistici, da Pompei agli Uffizi. La situazione del Colosseo è soltanto più emblematica perché maggiori sono il numero di visitatori, il ritardo nella pubblicazione del nuovo bando e la centralità del monumento. Una torta che fa, legittimamente, gola a moltissimi, anche alla luce del nuovo progetto di ricostruzione dell'arena che dovrebbe vedere la luce entro il

2023, permettendo quindi di staccare ulteriori biglietti per eventi e concerti. C'è da augurarsi che il prossimo bando vada a buon fine in fretta, ma con una ripartizione dei proventi più dignitosa per la proprietà pubblica del monumento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ghiotti affari (non per lo Stato) Dal '97 CoopCulture e Mondadori Electa gestiscono biglietteria e altro in deroga: il Mic vuole rimettere a gara la convezione e chiede all'Anac



I NUMERI

75

MILIONI DI EURO
incassati dal Parco
del Colosseo nel 2019:
i turisti erano 7,5 mln

I ricorsi affossano il ministero

Il Colosseo è il
sito più visitato
FOTO ANSA/
LAPRESSE

30%

GLI INTROITI dallo
sbillettamento che
vanno allo Stato; la
percentuale scende
al 6% per altri servizi:
briciole al pubblico,
grandi ricavi ai privati



Peso:1-1%,18-44%



Peso:1-1%,18-44%