



Sponsor orientali pagheranno il restauro dell'anfiteatro

Colosseo, restyling giapponese

■ Sponsor giapponesi per restaurare il Colosseo, come accadde per la Cappella Sistina. È con questa missione che il vicesindaco Mauro Cutrufo è partito alla volta di Tokyo, dove si tiene la Fiera internazionale del turismo. Per il restyling servono 10 milioni. Intanto tiene banco il caso Pasetto: i giapponesi ancora non l'anno digerito.

→ **Novelli** alle pag. 40 e 41

Le imprese giapponesi finanzieranno il restyling

Colosseo sarà made in Japan

Il precedente

Obiettivo di Cutrufo: realizzare un accordo uguale a quello per la Cappella Sistina

dall'inviato

Susanna Novelli

■ **TOKYO** Sponsor giapponesi per il restauro del Colosseo. È questa una delle priorità dettate dalla missione del vicesindaco con delega al Turismo, Mauro Cutrufo, da ieri a Tokyo in occasione dell'apertura della Fiera internazionale del turismo che si aprirà oggi nella capitale nipponica con una settimana dedicata all'Impero romano. L'idea di trovare sponsor internazionali per la ristrutturazione del monumento simbolo di Roma (e tra i più amati al mondo) era stata già annunciata dal sindaco **Alemanno** tre giorni fa, ora al vicesindaco la «missione» di rendere concreta

una disponibilità già palesata nelle stanze diplomatiche giapponesi. Fondi di grandi imprese del Sol Levante per ridare lustro al monumento forse più famoso al mondo. Proprio come avvenne per il restauro della Cappella Sistina. L'opera di ristrutturazione pittorica più importante del Ventesimo secolo, è stata infatti realizzata a cavallo degli anni Novanta grazie a fondi giapponesi.

In quel caso l'emittente «Nippon Television Network Corporation» investì ben 18 miliardi delle vecchie lire per garantirsi l'esclusiva delle immagini del restauro. E non a caso l'imperatore giapponese si recò in visita ufficiale a Roma proprio per vedere in anteprima la Cappella Sistina restaurata. Un copione che potrebbe ora rivivere con il restauro del Colosseo, per il quale si stima una necessità di spesa di circa 10 milioni di euro.

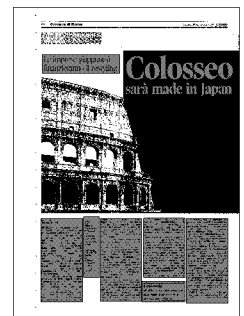
«I giapponesi sono da sempre molto affascinati e affezionati alla cultura romana - spiega Cutrufo a margine della

**10
Milioni**

È la somma necessaria per ristrutturare il Colosseo, monumento simbolo

**-7,3%
Turisti**

Il calo di visitatori giapponesi. A Parigi è del 29,6%, a Berlino del 26,3%





sessione dell'Italy-Japan Business Group inaugurata ieri mattina dal presidente della Repubblica Giorgio Napolitano - la conferma di ciò sta nel quadri-mestre dedicato proprio all'Italia all'interno della Fiera internazionale del Turismo e, non a caso, la prima settimana è dedicata proprio all'Impero romano. C'è sempre stata e ci sarà insomma un'attenzione e una sensibilità profonde dei giapponesi nei confronti dell'Italia certamente, ma soprattutto nei confronti di Roma».

La conferma arriva anche dagli ultimi dati sul turismo che vedono il mercato nipponico crollare ad esempio a Parigi (-29,6% di turisti giapponesi rispetto al 2008) e Berlino (-26,3%), mentre Roma ha registrato soltanto un timido calo del 7,3%. «Dovuto - precisa il vicesindaco - più alla crisi economica internazionale e interna al Giappone».

Il finanziamento verrebbe spalmato in tre anni e il protocollo d'intesa per il restauro del Colosseo firmato Tokyo potrebbe arrivare già tra qualche mese, in occasione della visita del sindaco Alemanno in Giappone prevista in primavera.

Ma non è tutto. Si pensa già a presentare gli sponsor nipponici per il restauro completo dell'Anfiteatro Flavio nell'ottobre prossimo «quando si svolgerà a Roma la settimana culturale dedicata al Giappone», annuncia ancora Cutrufo. Un «affetto» quello giapponese verso il Bel Paese che si avverte in ogni angolo di Tokyo. Non solo ristoranti e caffè made in Italy ma, all'interno dei uno dei parchi più belli e importanti della capitale, il parco Hibiya, si può trovare esposta una copia perfetta della Lupa capitolina, donata dal Comune di Roma a Tokyo nel lontano 1938. Un affetto che potrebbe presto tradursi in

un vero e proprio gemellaggio per fruttuosi scambi culturali e commerciali. Non a caso, infatti, in missione a Tokyo con il vicesindaco anche il presidente della Confcommercio Roma e Lazio, Cesare Pambianchi e Giuseppe Roscioli, presidente della Federalberghi Roma.

Un impegno importante allora per stimolare un mercato turistico strategico per la capitale. Nel 2008, secondo i dati Enbt forniti dalla presidente dell'Ati Lazio, Federica Alatri, i turisti giapponesi hanno «speso» in termini di soggiorno, visite, pernottamenti, shopping, 403 milioni di euro. Solo a Roma. Cifre che non possono non richiamare l'attenzione verso un mercato così importante. E così è stato. «A ottobre il servizio 060608 dedicato alle informazioni turistiche - annuncia Cutrufo - parlerà anche giapponese». C'è poi un book che il vicesindaco non manca mai di portare con sé, vale a dire i progetti per la realizzazione del secondo Polo turistico. Dal parco a tema al Gran Premio di Formula Uno all'Eur, dal rilancio del circuito golfistico al nuovo centro congressi. Progetti ambiziosi che valgono 10 miliardi di euro e per i quali si apre la corsa agli investimenti.

E chissà se dopo la Cappella Sistina e il Colosseo i mecenati del Sol Levante non decidano di puntare anche al futuro...

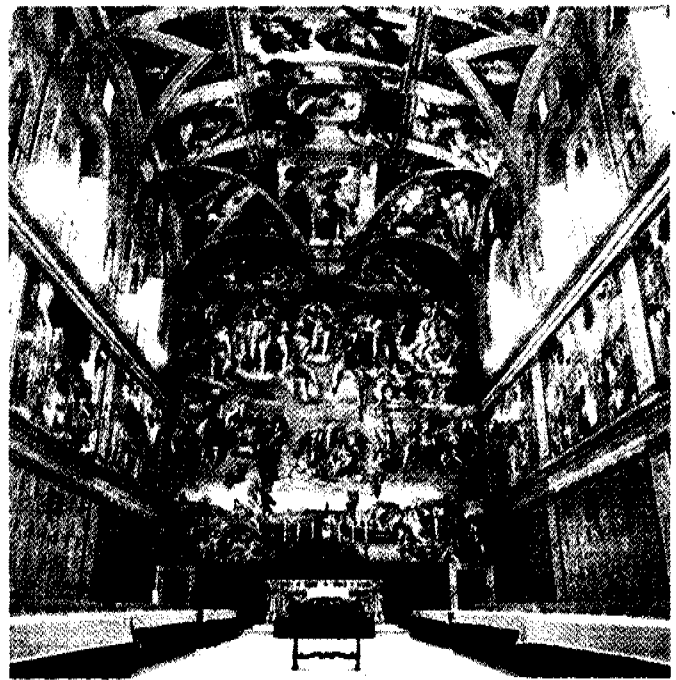
Turismo Alla Fiera la Città eterna dovrà attrarre i visitatori orientali



La Lupa capitolina

Esposta nei giardini della capitale giapponese

Il vicesindaco di Roma Mauro Cutrufo posa con la Lupa capitolina, esposta in un giardino di Tokyo. Cutrufo è in Giappone per la Fiera internazionale del turismo che vedrà la Capitale fare la parte del leone per quanto riguarda storia, archeologia e patrimonio culturale



Cappella Sistina

Restaurata con i soldi di una tv giapponese

A cavallo degli anni Novanta il capolavoro di Michelangelo fu restaurato grazie a 18 miliardi di lire versati da uno sponsor giapponese, la Nippon Television Network Corporation, un'emittente che in questo modo si garantì in esclusiva le immagini del restauro