

## L'INTERVISTA GIULIANA CAVALIERI MANASSE



**Cavaliere Manasse**  
Credo che lo stato del monumento non sia così tragico da giustificare una copertura, nemmeno calcolando l'avanzare del degrado a lungo termine



**Archeologa**

Giuliana Cavaliere Manasse, per 35 anni responsabile del nucleo operativo veronese della Soprintendenza ai Beni Archeologici del Veneto. A sinistra, il progetto vincitore del concorso di idee per la copertura dell'Arena

# «Dire che l'Arena si salva coprendola offende l'intelligenza dei veronesi»

L'ex soprintendente: «Resiste a pioggia e gelo da 2000 anni. Forse serve per fare cassa...»

**VERONA** «Coprire l'Arena? Ma perché non s'inizia a toglierla dal degrado, a ripulirla dall'immondizia stratificata al suo interno?». A entrare nel dibattito sul progetto di copertura per l'anfiteatro romano di Verona, è Giuliana Cavaliere Manasse che l'Arena la conosce bene visto che è stata per 35 anni responsabile del nucleo operativo veronese della Soprintendenza ai Beni Archeologici del Veneto (per inciso abolita dalle recenti riforme del governo Renzi). E l'archeologa rivolge un invito accorato all'imprenditore Sandro Veronesi che ha finanziato il concorso di idee: «Perché non va a farci un giro dentro adesso che è libera dalle strutture per lo spettacolo? Troverà strati di rifiuti, lattine, cartacce, bottiglie, cavi elettrici penzolanti dismessi, abbandonati da tempo, pietre sporche di morchia. Evidentemente la pulizia dopo la stagione estiva non viene fatta, o solo in piccola parte. A me si è stretto il cuore a vederla così. Visto che Veronesi è disposto a un'erogazione tanto generosa, non stralcerebbe 50mila euro o anche meno per tenere pulito l'anfiteatro, a gloria della sua amata città?».

**Dottorssa Manasse, ma la copertura è un'idea percorribile o no?**

«Non si può rispondere senza partire da una domanda: a cosa serve una struttura simile? L'Arena è in tali condizioni di degrado strutturale da necessitare un intervento cui si ricorre in extremis a fronte della perdita del bene? Se sì l'intervento è comunque giustificato, anche se snatura le caratteristiche del bene stesso, la sua immagine consolidata nei secoli e il contesto che lo circonda. In questo caso la copertura dovrebbe essere permanente. Se no l'intervento è non solo inutile, ma gravemente dannoso, poiché incide pesantemente sulle sue strutture e ne stravolge l'aspetto».

**L'Arena allora ha bisogno o no di un simile intervento di tutela?**

«Io credo che lo stato del monumento non sia così tragico da giustificare una copertura, nemmeno calcolando l'avanzare del degrado in una prospettiva di lungo termine. Tutti gli edifici antichi sino a

oggi conservati sono soggetti a pioggia, gelo, sole e vento, e la maggior parte di essi è assai più fragile, penso al Partenone, a Pompei o Paestum, ma non s'è mai parlato di coprirli».

**Dal punto di vista estetico e funzionale come le sembrano i progetti selezionati dal concorso?**

«Quello vincitore non è nemmeno male, ma non è questo il punto: senza la pubblicazione del progetto esecutivo non si può valutare. Può darsi siano stati risolti proble-

mi come il modo di ancorarsi, come si nascondono le strutture sotto l'anello, come sarebbe l'impatto visivo da sotto, dal punto di vista delle gradonate, quale il costo annuale per la sua manutenzione, e la resistenza a eventi meteorologici forti come trombe d'aria. Oppure che debbano essere risolti in fase esecutiva».

**Ma servirebbe effettivamente a proteggere l'Arena?**

«Se quello fosse lo scopo, il monumento andrebbe collocato sotto un pallone e non sotto

una copertura aperta alla bisogna in tempo di spettacoli. La manutenzione con una struttura come quella presentata andrebbe comunque fatta ancora, sia all'interno, dove avrebbe per effetto solo di riparare le teste degli spettatori, che all'esterno dove il paramento sarà sempre soggetto alle intemperie».

**Quanto costa la manutenzione dell'Arena?**

«La sua manutenzione non costa nemmeno il milione l'anno di cui si è parlato. I 14 milioni sono quelli stanziati

per l'Art Bonus da Fondazione Cariverona e Unicredit, destinati in parte alla manutenzione e in parte alla funzionalità dello spettacolo che prevede ad esempio il rifacimento degli impianti elettrici».

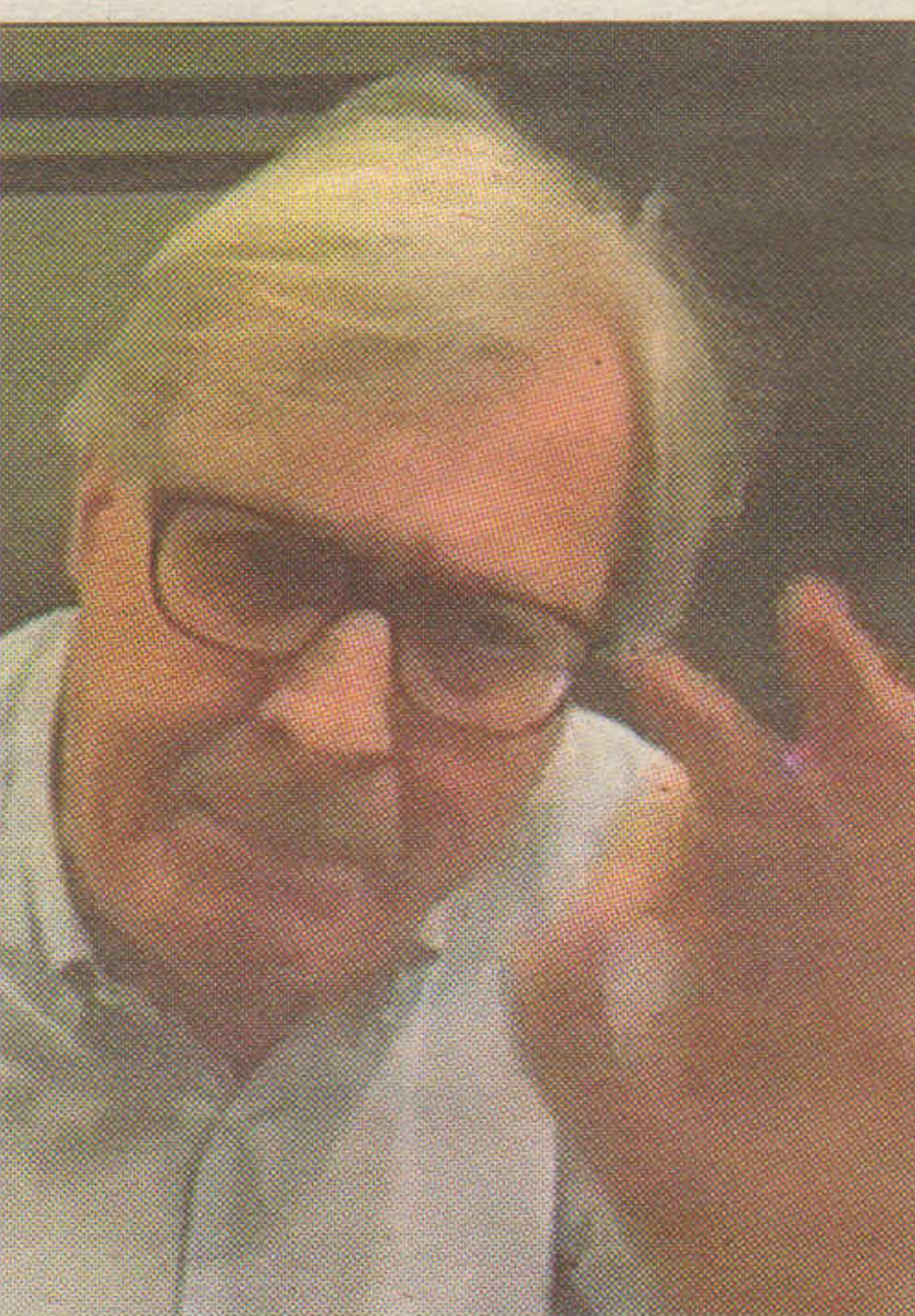
**Cosa si sente di dire al sindaco Flavio Tosi, entusiasta e sostenitore di questo progetto di copertura?**

«L'Arena ha circa 2020 anni, ha retto a terremoti, incendi, alluvioni, spogliazioni continue e crolli, con la cavea denudata per molti secoli e ripristinata tra il 1871 e il 1879. Eppure l'anfiteatro ha sopportato tranquillamente sole e maltempo, bombardamenti, ha sostenuto e sostiene gli attacchi vandalici degli operai dell'Ente Lirico oggi Fondazione Arena. E ciò certo non è stato grazie ai restauri di cui è stata fatta oggetto da poco più di una ventina di anni, sostanzialmente opere di lifting. Il sindaco lasci stare la pioggia e il gelo e dica la verità, sarebbe meno ridicolo e meno offensivo per l'intelligenza dei suoi concittadini. Deve far cassa e la fa come può, con la vendita dei palazzi storici, dell'Arsenale, con il raddoppio delle serate in Arena, con la copertura della medesima. Non nascondiamoci dietro un dito».

**Camilla Bertoni**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## L'opposizione del critico d'arte



**Arrabbiatissimo** Vittorio Sgarbi durante la video-invektiva postata sulla sua pagina Facebook

## Sgarbi scatenato in video su Fb «Il progetto? Buttatelo nel cesso»

**VERONA** Già si era espresso sulla copertura dell'Arena con toni decisi (*Corriere di Verona*, 2 febbraio: «È un'idiozia»). Ma erano carezze in confronto. Vittorio Sgarbi, si sa, ama fare show a base di accessi d'ira e turpiloquio, se c'è una telecamera davanti. Cosa che è puntualmente avvenuta con un video postato sulla sua pagina Facebook. Il critico d'arte ha condito la sua ferma opposizione al progetto con frasi come queste: «L'Arena non ha bisogno di una copertura come un cappello, è un monumento perfetto, che basta a se stesso. Toglietevi dalla testa il cappello, e infilatelvelo nel c...». Oppure: «Sappia il soprintendente Magani, sappia il ministro, sappiano tutti coloro che devono valutare...che il progetto va buttato nel cesso!» Perché è un progetto «contro Verona, contro l'Italia, contro i monumenti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Il vino in America è storia di successo

Evento a New York con Veronafiere. «I nostri prodotti scelti dal 34% degli under 40»

L'Italia si conferma il primo fornitore di vino degli Usa. Con una quota di mercato complessiva del 32,4%, vendite che nel periodo gennaio-novembre 2016 hanno raggiunto 1,65 miliardi di dollari e sono cresciute del 5,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, il vino rappresenta la prima voce dell'export agroalimentare italiano e il 4% del totale del Made in Italy venduto nel mercato a stelle e Strisce. Questo lo scenario che emerge da «Italian Wines and the American Palate: Trends and Opportunities in the Us Market», la tavola rotonda tenutasi ieri a New



**Dg Giovanni Mantovani** (a sinistra)

York, in occasione dell'inaugurazione di *Vino 2017*, alla presenza, tra gli altri, del presidente dell'Ice, Michele Scannavini, del dg di Veronafiere e Vinitaly, Giovanni Mantovani, del console a New York, Francesco Genuardi. *Vino 2017*, giunto alla sua sesta edizione, è considerato il più grande evento di tasting di vini italiani in America e vede quest'anno la partecipazione di 110 espositori nelle due tappe di New York (5-6 febbraio) e Miami (7-8 febbraio).

L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Vinitaly International e con la Iem - Inter-

national Exhibition Management (impegnata nella tappa di Miami) ed ha l'obiettivo principale di promuovere la qualità del vino italiano anche grazie a degustazioni e seminari tecnici. Sebbene i numeri del vino italiano negli Usa siano positivi esistono ampi margini di miglioramento: basti pensare che attualmente quasi la metà delle importazioni di vino negli Usa è realizzato da soli 5 Stati (New York, California, Florida, Illinois e Texas).

*Vino 2017* è anche l'occasione per anticipare alcuni dati della ricerca di Wine Opinions, realizzata da Vinitaly Interna-

tional in collaborazione con l'Ice, sulla percezione del vino italiano da parte del consumatore Usa dalla quale emerge, fra l'altro, che il 34% dei consumatori più giovani (meno di 40 anni) acquista frequentemente vino italiano orientandosi però verso prodotti di fascia media. «Vinitaly è presente da quindici anni negli Usa - sottolinea Giovanni Mantovani - con proprie iniziative rivolte a importatori, buyer ed opinion leader e registra nell'edizione a Verona ogni anno la presenza di oltre settemila operatori provenienti dagli Usa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA