

Christo s'è fermato a Montisola. Ora tocca a noi



Adesso che Christo ha smontato il suo originalissimo ponte levatoio, è

tutta una corsa a far di conto. Dai panettieri che hanno dovuto aumentare le sfornate quotidiane agli albergatori che, malgrado un pesante ritocco dei prezzi all'insù, si sono visti costretti per la prima volta nella loro vita a rifiutare clienti causa il tutto esaurito, dai bar e gelaterie presi d'assalto come i forni di manzoniana memoria ai gestori dei battelli che han trasportato in un paio di settimane tanti passeggeri quanti se ne vedono di norma in un anno. Chi ha fatto i conti in tasca all'artista bulgaro ha calcolato guadagni per decine di milioni (chi dice trenta, chi quaranta), ma tutti, nessuno escluso, hanno portato a casa un piccolo-grande ritorno da un evento, "The floating piers", destinato a rimanere scolpito nella storia del lago d'Iseo.

Proprio per questo, l'errore più grande che si potrebbe commettere ora è quello di limitarsi alla conta della serva. Di incamerare quattrini e metterli sotto chiave. Di archiviare le straordinarie giornate a cavallo tra fine giugno e inizio luglio come una incredibile, entusiasmante, fantastica parentesi. Niente di più sbagliato. Quei giorni devono al contrario rappresentare un punto di partenza per una nuova vita del lago d'Iseo, delle sue località, della sua gente. A dispetto dei

professionisti del naso storto, degli improvvisati maitre a penser al sapor d'alborella che considerano il Sebino una sorta di presepe intoccabile, dei critici che usano l'arte solo per far parlare di sé, Christo ha offerto a tutti la possibilità di misurare come attorno ad un' idea azzeccata (o vincente o suggestiva, ognuno la declini come meglio crede) si possa costruire un fenomeno di massa, senza devastazioni né terremoti, pacifico e autenticamente popolare. Il suo esempio deve diventare un investimento per il futuro. Non a chiacchiere ma con i soldi. Quelli incassati nei giorni scorsi, anzitutto.

C'è un dato di partenza che nessuno può negare. Grazie alle passerelle Montisola e il lago sono rimbalzati su giornali, televisioni, siti internet di tutto il mondo (qualcuno ha calcolato che solo su Twitter e Instagram sono stati raggiunti 148 milioni di persone!!!). A costo zero per le casse pubbliche, il Sebino ha goduto di una promozione pazzesca, i cui effetti si trascineranno per molto tempo. Ecco, vediamo di capitalizzarli e di farli fruttare. Perché chi tornerà in riva al lago la prossima volta non troverà la suggestione artistica ma la "semplice" bellezza dei luoghi, l'accoglienza delle strutture, l'enogastronomia, i servizi. Bisogna creare un circolo virtuoso, investire per investire, assecondando un moto di crescita che permetta al lago d'Iseo tout court (lasciamo perdere le distinzioni tra sponda bresciana e bergamasca) di uscire da quello sterile piagnisteo autolesionista, così consolatorio per i provinciali, che finora gli ha impedito di giocare le sue eccellenti carte al tavolo del turismo. Insomma, per dirla con uno slogan: Christo si è fermato a Montisola, ora tocca a noi. Un'altra occasione del genere non capiterà più nei secoli dei secoli.