

365 GIORNI DI ABBONAMENTO MUSEI TORINO PIEMONTE: AUMENTANO GLI ABBONATI, CRESCE L'OFFERTA CULTURALE E LA FLESSIBILITÀ DI UTILIZZO DELLA TESSERA

Oltre 145.000 tessere circolanti e da gennaio a dicembre 2015, 118.500 abbonamenti venduti, con un incremento sul 2014 del 16,6% e un tasso di rinnovo del 58%

Torino, 5 febbraio 2016 - Non solo boom di turisti per Torino e il Piemonte nel 2015. Aumentano considerevolmente anche i cittadini e i piemontesi che, nell'anno appena trascorso, hanno scelto **“Abbonamento Musei Torino Piemonte”**, l'unica tessera che consente l'accesso libero e illimitato in moltissimi musei, Residenze Reali, castelli, giardini e fortezze, collezioni permanenti e mostre temporanee di Torino e del Piemonte.

La grande novità del 2015 è stata la **modifica del periodo di validità** della tessera: non più scadenza fissa al 31 dicembre dell'anno, ma spazio a un utilizzo più flessibile e su misura del singolo utente che può scegliere di far partire l'abbonamento in ogni momento con una **validità di 365 giorni dal momento dell'acquisto**. Un'opzione **premiata anche dal pubblico come confermano i numeri degli abbonati**: sono state infatti 118.500 le tessere vendute da gennaio a dicembre 2015 (+ 16,6%) e, se prendiamo in considerazione le tessere circolanti al 31 dicembre 2015, questo numero sale a 145.000 unità.

Nel 2015 le **visite con Abbonamento Musei registrate** sono state **753.000**, con un numero medio di visite annue di 6,3 per abbonato. Il 50% degli abbonati sono tornati più volte a visitare lo stesso museo o la stessa mostra: queste visite rappresentano il 19% degli ingressi totali.

I **10 musei più visitati con l'Abbonamento musei** sono: la Reggia di Venaria Reale e la GAM con più i 102 mila visite ciascuna, seguono il Forte di Bard, la mostra a Palazzo Chiabrese su Tamara De Lempicka, il Museo Egizio, il MAO, il Polo Reale, il Museo Accorsi Ometto e il Museo Nazionale del Cinema.

Si sono registrate **visite ripetute in 112 musei del circuito** e quelli dove gli abbonati sono tornati più volentieri sono stati la GAM, la Reggia di Venaria Reale, il Museo Civico d'Arte Antica Palazzo Madama, il Mao, il Forte di Bard, Palazzo Reale, Museo Accorsi Ometto e Museo Egizio. L'abitudine a tornare è uno dei risultati più importanti dell'Abbonamento Musei: senza la tessera, infatti, difficilmente si tornerebbe più volte a visitare lo stesso museo o la stessa mostra e dove l'abbonato diventa un “ambasciatore”

della Cultura del proprio territorio.

Da gennaio a dicembre 2015 i più assidui utilizzatori della tessera appartengono alla fascia di età adulta (27-65 anni) con 7 visite medie, seguono gli anziani (>65 anni) con 6,7 visite e i giovani (15-26 anni) con 5; i bambini dai 6 ai 14 anni hanno utilizzato l'abbonamento 4,4 volte nel 2015.

È importante inoltre segnalare che **moltissimi insegnanti hanno utilizzato il bonus per la formazione anche per acquistare l'Abbonamento Musei**, un segno concreto del valore che viene dato ai musei come strumenti di formazione permanente.

Antonella Parigi - Assessore alla Cultura e al Turismo della Regione Piemonte

afferma che *“Il modello costruito con l'Abbonamento Musei Torino Piemonte è ormai un esempio di successo a livello nazionale, come conferma anche l'esportazione del modello in Lombardia dove l'Abbonamento Musei Lombardia Milano in pochi mesi ha raggiunto ottimi risultati. L'Abbonamento è uno strumento di sostegno della domanda di cultura, e di fidelizzazione del rapporto tra cittadini e patrimonio culturale. La crescita che si riscontra non solo su Torino, ma su tutto il Piemonte, si sviluppa con modalità che valorizzano il cosiddetto “turismo di prossimità”, con itinerari sul territorio pensati per costruire e rafforzare un sistema di fruizione di area estesa, che favorisce un dialogo con pubblici più vasti, come conferma la volontà nel corso di quest'anno di progettare un'offerta integrata tra le tessere Piemontese e Lombarda in un'ottica di reciprocità tra i due territori”.*

Maurizio Braccialarghe – Assessore alla Cultura, al Turismo e alla Promozione della Città di Torino

ha inoltre commentato: *“La crescita continua dei numeri dell'Abbonamento Musei procede di pari passo con l'aumento dell'offerta culturale della città. Torino dimostra così la sua vocazione, ormai riconosciuta anche a livello internazionale, di città culturale con un patrimonio artistico e museale di grandissima importanza e qualità. In questi anni Abbonamento Musei si è dimostrato, e lo farà certamente anche in futuro, un formidabile strumento per non perdere, a un prezzo competitivo, tutti gli importanti appuntamenti previsti nel calendario culturale cittadino. L'aumento costante di abbonati e la sua diffusione capillare dimostra come la tessera sia un prodotto apprezzato dai cittadini come strumento capace di rispondere alle loro esigenze, rendendo una giornata al museo un'attività che rientra nelle attività quotidiane sempre più competitiva rispetto ad altri tipi di utilizzo del tempo libero.”.*

Numeri e successo di pubblico che interessano non solo i musei cittadini, ma **tutti i siti culturali della Regione**, che con l'Abbonamento Musei rappresentano un ottimo pretesto per una gita fuoriporta o per la scoperta dell'immenso patrimonio culturale del Piemonte.

Uno strumento che ha cambiato anche le modalità di fruizione di musei e di siti culturali presenti nell'offerta:

*“Con l’Abbonamento Musei è cambiato il rapporto tra cittadini e museo: la libertà di accesso sostiene la curiosità e l’ampliamento della conoscenza. L’abbonato è onnivoro e l’assenza della barriera del biglietto riapre il campo di esplorazione e permette di superare il vincolo delle preferenze, attivando comportamenti più inclini alla sperimentazione. E il motivo dell’acquisto non è un semplice calcolo di convenienza economica: acquistare l’abbonamento musei rappresenta un investimento emotivo in una economia “immaginaria” dove l’impegno con se stessi motiva e compensa anche se nell’impossibilità del quotidiano non si riesce a fruire di tutta l’offerta – dichiara **Francesca Leon, Responsabile Associazione Torino Città Capitale Europea** – la nuova validità dà ancora più fiato a questa modalità di fruizione del patrimonio culturale”.*

Una convenienza in primo luogo culturale, quindi, ma anche nel prezzo, che rimane lo stesso dello scorso anno, con la medesima suddivisione in fasce, per offrire a ogni pubblico la tariffa più conveniente e in linea con le proprie necessità. Bambini, anziani e giovani accedono a tariffe specifiche secondo il seguente piano tariffario:

Tariffa Intera a 52 €;

Tariffa Senior (>65 anni) a 37 €;

Tariffa Young (15-26 anni, fino a 29 per chi possiede la Pyou Card) a 32 €;

Tariffa Junior (6-14 anni) a 20 €.

I VANTAGGI DELL'ABBONAMENTO MUSEI

Abbonamento Musei Torino Piemonte costituisce inoltre una risposta concreta delle istituzioni alla necessità dei cittadini di vivere la cultura come luogo del quotidiano e della socialità. Un servizio che presenta vantaggi per diversi soggetti: **abbonati, musei ed enti pubblici territoriali.**

1. L'Abbonato

Oltre a una convenienza economica, l'abbonato ne trae una convenienza “emotiva”, un'affinità culturale con l'intero patrimonio museale, la possibilità di accedervi liberamente a più riprese, la prospettiva di uscire dal proprio centro urbano per visitare i siti della Regione e quindi per allargare i propri orizzonti dal punto di vista del proprio consumo culturale, che diventa più “onnivoro”. A queste osservazioni si collega l'elevato fattore di fidelizzazione che caratterizza gli abbonati: con il passare degli anni i titolari della tessera la usano in modo **sempre più consapevole e conveniente.**

2. I Musei

L'Abbonamento mette a disposizione dei musei un pubblico a cui parlare e a cui offrire attività e servizi. La **fidelizzazione del pubblico garantita dall'Abbonamento Musei rappresenta uno dei principali vantaggi per le istituzioni museali**: da una parte, infatti, Abbonamento Musei contribuisce ad allargare il panorama dei musei da visitare per la persona, ma dall'altra consente ad esso di ritornare più volte nello stesso Museo in occasioni diverse: il **63% degli abbonati torna a visitare gli stessi musei e le stesse mostre** e questo rappresenta uno dei risultati più importanti dell'Abbonamento, poiché è ragionevole pensare che senza la garanzia di libero accesso, queste visite non ci sarebbero state. Questo è uno dei comportamenti peculiari che maggiormente distingue il possessore da un altro visitatore dei musei. Inoltre il possessore della tessera, tramite gli strumenti di comunicazione dell'Abbonamento, è sempre informato sui musei e le loro attività con la possibilità di partecipare ad attività riservate che valorizzano percorsi di visita, nuovi allestimenti e interventi di restauro e contenuti su misura.

3. Gli Enti Pubblici territoriali e il sistema culturale

L'Abbonamento Musei conviene anche all'insieme degli enti che promuovono le politiche culturali del territorio, perché è **un'iniziativa a sostegno della domanda di cultura**, in particolare quella locale, perché interessa innanzitutto i residenti che ne usufruiscono. Il target dell'Abbonamento è rappresentato in gran parte da persone con un alto grado di interesse verso le iniziative culturali. Ma anche se acquistata da utenti non particolarmente attenti ai consumi culturali, o regalata a terzi, l'Abbonamento svolge un ottimo ruolo di avvicinamento all'offerta culturale e al patrimonio dell'intero territorio regionale.

Inoltre, il lavoro di coordinamento al quale i musei sono chiamati quotidianamente per far funzionare l'Abbonamento e per garantire l'informazione agli abbonati, è motivo di costruzione e coesione di una comunità professionale, in un confronto abituale e di integrazione in un sistema unico che permette di **crescere tutti insieme**. L'Abbonamento Musei fornisce informazioni e dati che vengono condivisi con i musei utili al costante monitoraggio del funzionamento del servizio e rappresentano un prezioso strumento di conoscenza statistica quantitativa e qualitativa del pubblico, indispensabili alla progettazione e alla gestione dei servizi culturali.

Vent'anni di Abbonamento Musei:

http://www.abbonamentomusei.it/pages/Storia_Abbonamento_Musei_it/449

ABBONAMENTO MUSEI LOMBARDIA MILANO E LO SVILUPPO MACROREGIONALE DEL PROGETTO

Il progetto Abbonamento Musei, visto il grande successo consolidato negli anni, si è ampliato e da maggio è stato replicato anche in Lombardia con il lancio della tessera “Abbonamento Musei Lombardia Milano”. Anche in territorio lombardo i numeri sono più che confortanti e oltre le aspettative: a fine gennaio 2016 sono state **oltre 10.000 le tessere vendute** e gli **ingressi** hanno superato la quota di **13.000** con una percentuale di visite ripetute del 12%. Continua, inoltre, ad arricchirsi il circuito con nuove adesioni di musei che oggi hanno raggiunto 95 siti distribuiti su tutta la Lombardia a cui se ne aggiungeranno altri nel corso dell’anno.

*“Con il lancio della tessera lombarda – dichiara **Francesca Leon, Responsabile Associazione Torino Città Capitale Europea** – abbiamo avuto conferma che il nostro modello è esportabile. La Regione Lombardia, credendo come noi fortemente nel progetto, hanno voluto realizzare lo stesso progetto in stretta collaborazione con la Città di Milano in un’ottica di reciprocità e hanno favorito l’adesione dei musei lombardi. Poi, con il crescere del successo, si è innescato il meccanismo inverso, dove i musei ora spontaneamente chiedono di far parte del circuito, ampliando così l’offerta culturale per l’abbonato. Questa esperienza dimostra che con lo strumento giusto si stimola la partecipazione e la fidelizzazione del pubblico dei cittadini facilitando il loro dialogo con i musei, in Lombardia come in Piemonte, dove l’Abbonamento sta costruendo un pubblico di riferimento che si fidelizza e un bacino di utenti sempre più ampio.”*

L’obiettivo del 2016 è quello di giungere ad una offerta congiunta tra i due circuiti. I dati e i risultati di Piemonte e Lombardia dimostrano che il sistema funziona e che l’Abbonamento risulta lo strumento vincente che induce nei cittadini un comportamento virtuoso nel consumo dell’offerta museale di un territorio.

“L’idea è quella di procedere verso l’integrazione e l’ottimizzazione degli strumenti in nostro possesso – aggiunge Francesca Leon – vale a dire capacità di comunicazione, di coinvolgimento del pubblico a costo zero per i musei, di valorizzazione del patrimonio artistico e informazione rivolta a un pubblico sensibile perché interessato a queste attività. Per tutti questi motivi la dimensione territoriale giusta per il progetto è quella regionale, come stanno dimostrando i casi di Piemonte e Lombardia.”