

### **Abbonamento Musei Torino Piemonte.**

#### **Un sistema in equilibrio tra sostenibilità e partecipazione**

*di Francesca Leon<sup>1</sup>*

L'Abbonamento Musei (AMTP) è la tessera di libero accesso ai musei del Piemonte, consente l'accesso libero e illimitato a musei e mostre di Torino e del Piemonte per un anno ed è collegato agli altri circuiti culturali del Piemonte attraverso facilitazioni e sconti.

La tessera è oggi venduta al prezzo di 45€ per la tariffa intera e 28€ per quella ridotta

I destinatari di questo strumento sono tutti coloro che risiedono in Piemonte.

Chi acquista l'AMTP riceve una comunicazione periodica sulle attività dei musei e su quelle loro riservate attraverso una rivista quadrimestrale, una newsletter elettronica e il sito Internet. Il servizio di informazione avviene anche attraverso un numero verde dedicato.

Gli obiettivi che hanno guidato fin dalla nascita il progetto dell'AMTP sono:

- Favorire il processo di riappropriazione del patrimonio culturale da parte dei cittadini/residenti
- Aumentare il grado di soddisfazione di chi risiede a Torino e in Piemonte, rendendo più agevole l'accesso all'offerta culturale del territorio e favorendo lo sviluppo di nuovi circuiti di visita
- Creare uno strumento per organizzare meglio l'offerta e per favorire l'aumento degli utenti dell'offerta culturale della regione
- Costituire una figura di raccordo che sia interlocutore unico per alcuni degli ambiti di azione delle strutture museali e turistiche coinvolte e possa creare un'opportunità di coordinamento
- Migliorare il grado di conoscenza del mercato

Questi obiettivi hanno sostanziato le attività dell'AMTP. L'Abbonamento, infatti, non è uno tra i tanti titoli di accesso a disposizione del pubblico, ma uno strumento di "welfare culturale" che rende accessibile il patrimonio e i suoi contenuti, che permette ai musei di aprirsi ad un pubblico attento, esigente e disponibile a partecipare, che permette agli enti pubblici di costruire percorsi, processi di formazione e coscienza sull'importanza che il patrimonio e la cultura hanno nella vita dei cittadini ampliando il pubblico di riferimento attraverso politiche ad hoc su particolari categorie, utilizzando gli abbonati come un grande gruppo di opinion leader.

La libertà di accesso ai musei e alle mostre temporanee è la scelta strategica: solo questa modalità permette di raggiungere gli obiettivi. Qualunque limitazione impone una scelta e quindi introduce una barriera nell'uso. Fin dal 1996, dunque, chi acquista la tessera ha il diritto di entrare nei musei tutte le volte che vuole in qualsiasi momento dell'anno.

---

<sup>1</sup> Francesca Leon è direttore di Torino Città Capitale Europea, l'Associazione senza scopo di lucro che gestisce il progetto Abbonamento Musei e che vede tra i suoi soci fondatori la Città di Torino, la Provincia di Torino, la Regione Piemonte, la Fondazione CRT, l'Università di Torino, Politecnico di Torino. L'Associazione ha come scopo sociale la valorizzazione del patrimonio culturale del Piemonte.

## Beni culturali, tecnologia e turismo tra diffusione della conoscenza e sviluppo economico.

### La partecipazione

#### *I musei*

L'Associazione, garantisce lo stesso servizio per tutti i 180 musei convenzionati. Quando progetta materiali, attività e servizi identifica un modello che possa servire per tutti i musei del circuito. Nello stesso tempo si cerca di venire incontro alle esigenze del singolo museo, sia al momento della stipula della convenzione, sia nella progettazione di attività o di sostegno alla loro comunicazione verso il pubblico.

Attraverso l'AMTP si è costruito un circuito virtuoso di promozione culturale in cui più i musei propongono attività, più hanno visite di abbonati, più cresce il sistema nel suo insieme nella capacità di lavorare insieme e di occuparsi del pubblico partendo da obiettivi comuni.

L'Associazione si impegna a vendere le tessere, a gestire il rapporto con gli abbonati, a contabilizzare gli introiti della vendita, a contabilizzare gli ingressi e rimborsare ai musei il 50% del biglietto intero per ciascuna visita e i musei, per avere il rimborso per le visite, registrano gli ingressi, li trasmettono all'Associazione.

Per entrare nel circuito dell'AMTP non è richiesto un contributo ma la concessione della riduzione del 50% sul biglietto intero per ogni ingresso registrato con la tessera. In cambio i musei offrono servizi come la vendita della tessera e/o la progettazione e realizzazione di attività esclusive per l'abbonato.

#### *Gli abbonati*

Tra il 1996 e il 1999 si raggiunge la quota di 6.000 abbonati mentre il 2001 e il 2003 segnano importanti aumenti nei numeri di tessere vendute.

Nel 2001 l'aumento è giunto quasi inaspettato, il risultato del 2003 (30.000 tessere vendute), invece, è il risultato di precise scelte di comunicazione e di pricing. Prosegue con stabilità nel 2004 e si ha un nuovo balzo di +25% nel 2005 superando le 38.000 tessere vendute. Il 2008 segna un ulteriore traguardo con 62.512 tessere vendute. Nel 2009 sono state vendute quasi 66.000 tessere.

#### *Gli ingressi*

Tra il 1999 e il 2002 le visite con le tessere crescono più delle vendite. Il valore più alto si raggiunge nel 2001 quando si raggiungono 8 ingressi medi annui. Dal 2004 gli ingressi medi calano e si stabilizzano intorno ad un valore di circa 6,5 ingressi/anno per tessera (il calo è dovuto all'introduzione del sistema informatico della registrazione degli ingressi e all'esclusione dalla tessera dei trasporti turistici). Nel 2007 ricominciano a salire gli ingressi medi e nel 2008 gli ingressi complessivi raggiungono le 440.000 visite con 7 ingressi medi per tessera venduta. Nel 2009 si registra una lieve flessione nell'uso dovuta alla forte riduzione dell'offerta di eventi espositivi.

### La sostenibilità

Tra il 2004 e il 2008 gli Enti finanziatori ovvero Regione Piemonte, Città di Torino, Provincia di Torino, Fondazione CRT e Compagnia di San Paolo, hanno contribuito al progetto con 2.000.000 di euro. Questo investimento ha generato vendite per oltre 7 milioni di euro. In 5 anni ai musei sono stati rimborsati ingressi con AMTP per un totale di 5.600.000 euro. L'Associazione riceve contributi per finanziare il costo del personale e della comunicazione. Il servizio di vendita è finanziato con il 20% degli incassi.



Lu.Be.C. 2009 - Real Collegio 22 e 23 ottobre

## Beni culturali, tecnologia e turismo tra diffusione della conoscenza e sviluppo economico.

La quota di autofinanziamento del progetto proveniente dal 20% degli incassi è passata dal 30% del 2004 al 49% del 2008. Tutte le risorse vengono investite nel miglioramento del servizio di vendita, in promozione, in innovazione tecnologica.



In collaborazione con

