



Elaborazione dati: Associazione Torino Città Capitale Europea



ABBONAMENTO MUSEI TORINO PIEMONTE



Caratteristiche:

- accesso libero e illimitato a musei e mostre di Torino e del Piemonte per un anno;
- collegamento attraverso sconti con altre attività culturali cittadine e regionali (teatro, musica, cinema)
- comunicazione periodica agli abbonati sulle attività dei musei
- organizzazione di attività riservate agli abbonati

Prezzi: 49 € intero, 30 € ridotto

Destinatari

Cittadini e residenti in Piemonte

GLI OBIETTIVI DELL'ABBONAMENTO MUSEI



- Aumentare il **grado di soddisfazione** di chi risiede a Torino e in Piemonte, rendendo più agevole l'accesso all'offerta culturale del territorio
- Favorire il processo di **riappropriazione** del patrimonio culturale da parte dei cittadini/residenti
- **Allargare i circuiti di visita**, far emergere nuove vocazioni turistiche della regione, stimolando il turismo di prossimità
- Creare uno **strumento di marketing** per **organizzare** meglio l'offerta e per **favorire** l'aumento degli utenti dell'offerta culturale della regione
- Costituire una **figura di raccordo**, interlocutore unico per le strutture museali coinvolte per creare opportunità di **coordinamento e di attività condivise**
- Migliorare il grado di **conoscenza del mercato**

GLI ATTORI



L'Associazione Torino Città Capitale Europea (A.)

- L'A. è un ente senza scopo di lucro; ha tra i suoi scopi statutari la valorizzazione del Patrimonio culturale del Piemonte. Sono soci fondatori la **Città di Torino**, la **Provincia di Torino**, la **Regione Piemonte**, **Fondazione CRT**, l'**Università di Torino**, il **Politecnico di Torino**. L'A. si avvale della collaborazione istituzionale delle Soprintendenze del Piemonte.

I Musei

- I musei sottoscrivono con l'Associazione una convenzione che regola i doveri di entrambi. I Musei sono coinvolti nella gestione e si esprimono attraverso il Coordinamento dei musei che si riunisce almeno due volte l'anno.

1995 -1998 NASCE IL PROGETTO



- L'Abbonamento Musei nasce nel 1995 come progetto dei Musei Civici di Torino che realizzano la prima tessera annuale di libero accesso. Alla base del progetto vi sono: **libertà di accesso** ai siti convenzionati, **comunicazione unitaria e integrata**, tavolo di **coordinamento** tra i Musei.
- Dal **1995 al 1998** la **Direzione Musei Civici** di Torino ha assunto **l'organizzazione diretta** del progetto, destinando l'incasso delle vendite alla promozione. I musei concedevano l'ingresso gratuito o scontato a tutti coloro che si presentavano con la tessera.
- **Nel 1998** La Città affida all'A. la gestione dell'Abbonamento Musei, dopo aver riunito il primo nucleo di musei e posto le basi del progetto.

2002 IL PROGETTO SI ESTENDE AI MUSEI DEL PIEMONTE



- Nel **2002** il progetto **si estende ai musei della regione**. La Regione Piemonte, la Provincia di Torino, la Fondazione CRT e la Compagnia di San Paolo finanziano l'estensione
- Vengono condivise le linee di indirizzo fra gli enti soci finanziatori attraverso una **commissione per seguire il progetto e sostenere gli uffici operativi nelle scelte** riguardanti lo sviluppo e le azioni che l'A. può svolgere a sostegno del sistema museale regionale.
- La Regione con l'A progettano. **il numero verde di informazioni turistico-culturali**. **Strumento fondamentale** per la qualità del progetto e la **costruzione del rapporto con gli abbonati**. Il sistema di raccolta di informazioni viene unificato e continuamente aggiornato garantendo una informazione corretta e di qualità.
- A questo servizio si aggiunge nel **2006** il **front office** in piazza Castello dove sono concentrati servizi per l'abbonato

PERCHÉ TORINO CITTÀ CAPITALE EUROPEA



L'A. è stata individuata come ente gestore perché:

- negli organi sono rappresentati gli Assessorati alla Cultura di Comune, Provincia e Regione, le Fondazioni ex-bancarie, l'Università e il Politecnico, con la collaborazione istituzionale delle Soprintendenze del Piemonte;
- E' un ente no profit, essenziale per la gestione efficace anche dal punto di vista fiscale. L'essere un ente no profit ha permesso di ottenere dall'Agenzia delle Entrate l'esenzione dal pagamento dell'iva;
- la flessibilità dell'istituto associativo è maggiore rispetto ad una società di capitali o ad una Fondazione, non vi sono vincoli patrimoniali né richiede un capitale minimo conferito;
- La personalità giuridica conferita all'Associazione esclude da responsabilità patrimoniali personali il legale rappresentante e gli amministratori.



LA CONVENZIONE

- L'Associazione stipula una convenzione con ciascun ente gestore
- L'Associazione produce, promuove e vende la tessera in nome proprio ma per conto dei musei agendo secondo un mandato senza rappresentanza. I musei vendono la tessera, registrano gli ingressi, partecipano alle attività.
- L'Associazione trattiene il 25% per la gestione della vendita (produzione, distribuzione materiali, gestione rete di vendita, comunicazione, rendicontazione dell'incasso e degli ingressi nei musei). La copertura totale dei costi è garantita dai contributi degli enti pubblici che permettono di ridurre il prezzo finale al pubblico.
- Il restante 75% è ripartito tra i musei sulla base degli ingressi registrati. Per ognuno viene riconosciuto il 50% del biglietto intero applicato dal singolo museo
- I rimborsi avvengono di norma due volte l'anno. Per i musei più visitati, ogni tre mesi.

ADESIONE DEI MUSEI E TARIFFE DELL'ABBONAMENTO 1995 - 2011



	Musei aderenti	intero	Intero rinnovo	ridotto	Ridotto rinnovo	Tessere vendute
1995	4	€ 12,91				
1996	9	€ 18,07				
1997	18	€ 25,82				
1998	18	€ 30,99	€ 25,82	€ 15,49	€ 10,33	5.900
1999	30	€ 30,99	€ 25,82	€ 15,49	€ 10,33	5.734
2000	40	€ 30,99	€ 25,82	€ 15,49	€ 10,33	7.723
2001	46	€ 30,99	€ 25,82	€ 15,49	€ 10,33	13.973
2002	80	€ 36,00	€ 30,50	€ 20,50	€ 18,00	16.732
2003	117	€ 36,00	€ 30,50	€ 20,50	€ 18,00	29.055
2004	125	€ 40,00	€ 35,00	€ 25,00	€ 22,00	30.229
2005	130	€ 40,00	€ 35,00	€ 25,00	€ 22,00	38.752
2006	146	€ 40,00	€ 35,00	€ 25,00	€ 22,00	42.961
2007	169	€ 40,00	€ 35,00	€ 25,00	€ 22,00	55.088
2008	180	€ 45,00	€ 40,00	€ 28,00	€ 25,00	62.513
2009	oltre 180	€ 45,00	€ 40,00	€ 28,00	€ 25,00	65.638
2010	oltre 180	€ 45,00	€ 40,00	€ 28,00	€ 25,00	61.966
2011	200	€ 49,00	€ 44,00	€ 30,00	€ 28,00	84.200
Fonte: Associazione Torino Città Capitale Europea						

Elaborazione dati: Associazione Torino Città Capitale Europea

ABBONAMENTO MUSEI: VENDITE

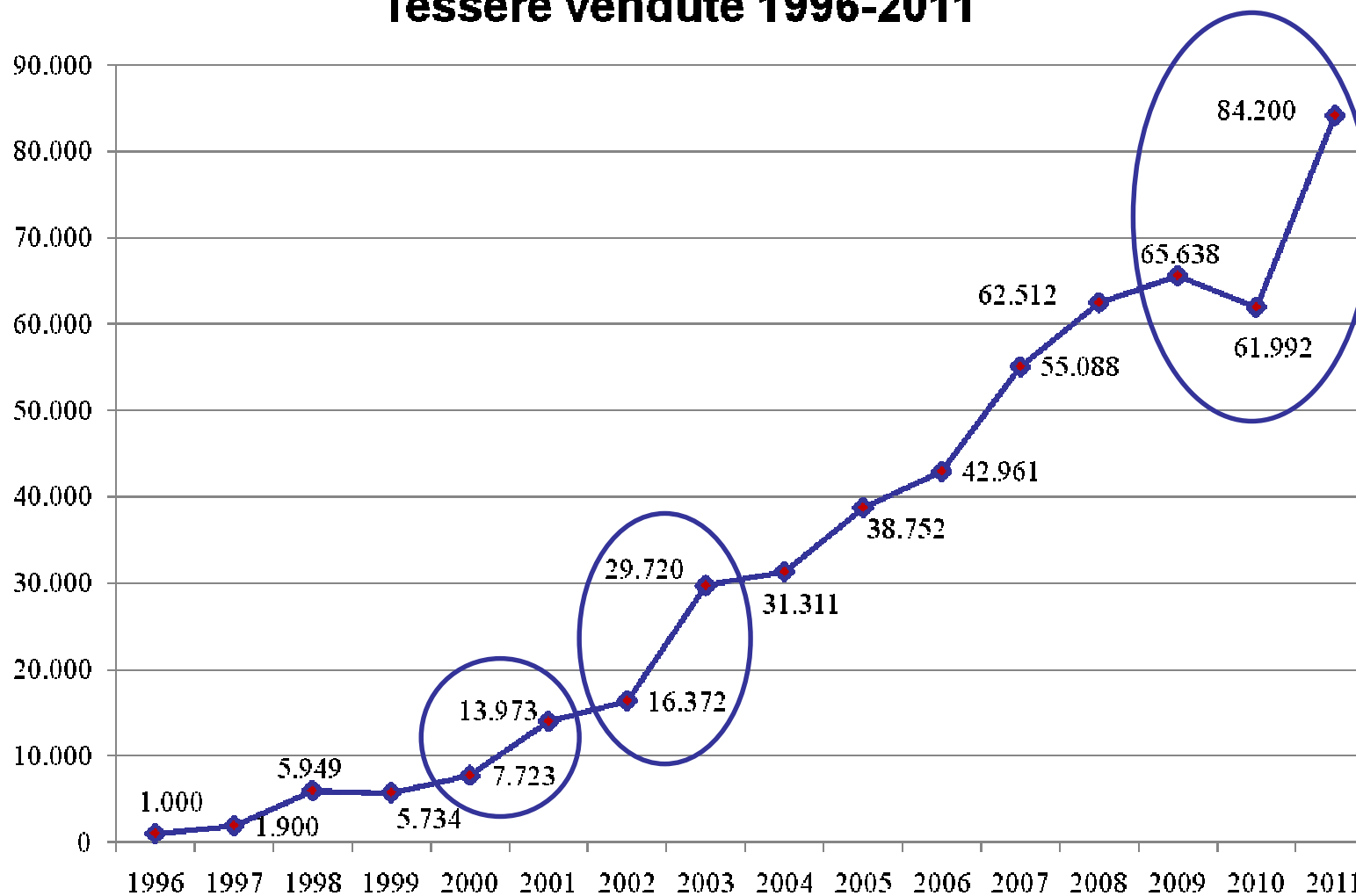


- Tra il **1996** e il **1999** si raggiunge la quota di 6.000 abbonati.
- Il **2001** e il **2003** segnano un importante balzo in avanti delle vendite: in entrambi gli anni si registra un aumento dell'80%. Nel **2001** l'aumento è giunto quasi inaspettato; il risultato del **2003** è invece imputabile allo sviluppo azioni di marketing più mirate e "aggressive", all'avvio di attività ed eventi riservati agli abbonati
- Prosegue con stabilità nel 2004 (anno nel quale si è aumentata la tariffa) e si ha un nuovo balzo di **+25%** nel **2005**.
- Nel **2006** si registra una stasi: nell'anno dell'evento olimpico l'offerta è stata massiccia e diversificata e l'attenzione del pubblico era più orientata agli eventi sportivi.
- Nel **2007** si registrato un nuovo aumento del 25%.
- Il **2010** registra il primo calo delle vendite dovuto alla riduzione di attività espositive. Il legame tra numerosità e importanza degli eventi espositivi e la decisione d'acquisto dell'abbonamento musei è dimostrata dal successo del **2011** +35% delle vendite

ABBONAMENTO MUSEI: VENDITE



Tessere vendute 1996-2011

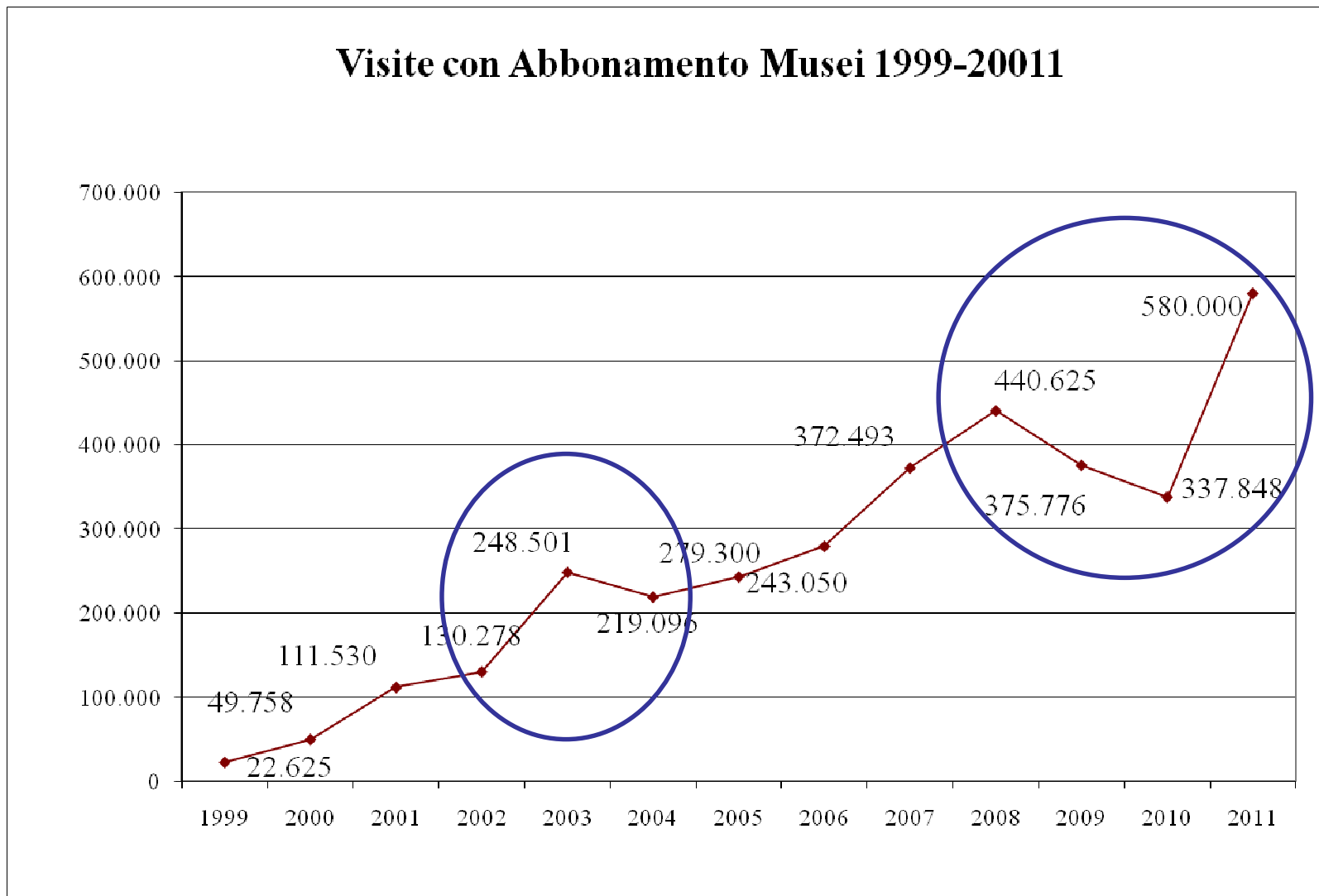


Elaborazione dati: Associazione Torino Città Capitale Europea

ABBONAMENTO MUSEI: INGRESSI

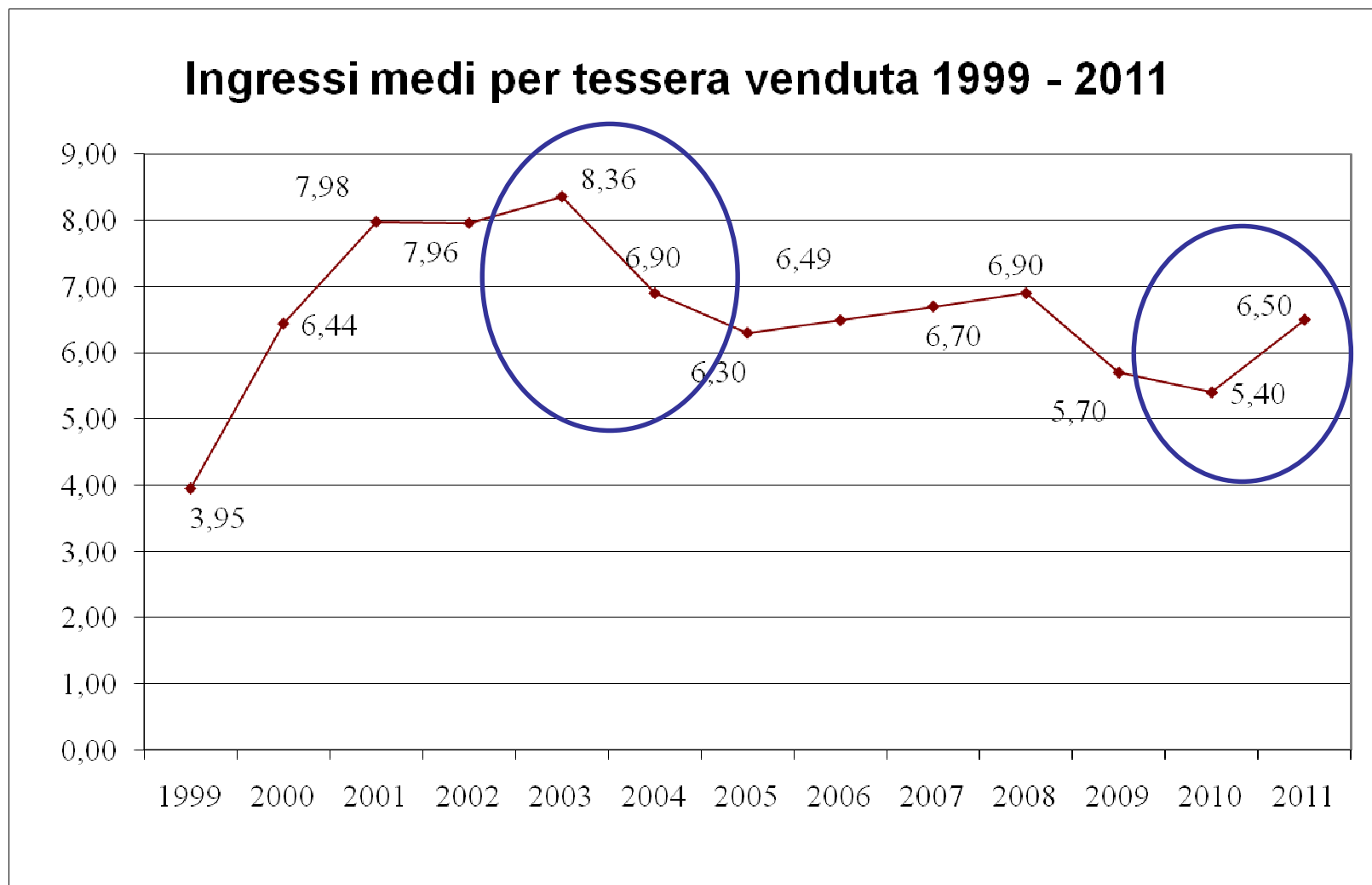


- Tra il **1999** e il **2002** gli ingressi crescono più delle vendite. Il salto dell'utilizzo medio avviene nel 2001 quando si raggiungono gli 8 ingressi medi annui.
- In tre anni l'abbonamento ha determinato un aumento di visite medie/anno per tessera venduta di quasi 4 visite.
- Dal **2004** gli ingressi medi calano e si stabilizzano intorno ad un valore di circa **6,5 ingressi/anno** per tessera. Il calo del 2004 è anche da ascrivere all'introduzione del sistema informatico.
- Nel **2007** ricominciano a salire gli ingressi medi e nel **2008** gli ingressi complessivi raggiungono le **435.000 visite con 6,9 ingressi medi**
- Nel **2009** gli ingressi **calano del 17%**. Nel **2010** gli ingressi medi sono stabili a 5,7. Nel **2011 gli ingressi medi tornano ai livelli del 2007 e le visite aumentano del 72% rispetto al 2010.**



Elaborazione dati: Associazione Torino Città Capitale Europea

ABBONAMENTO MUSEI: INGRESSI



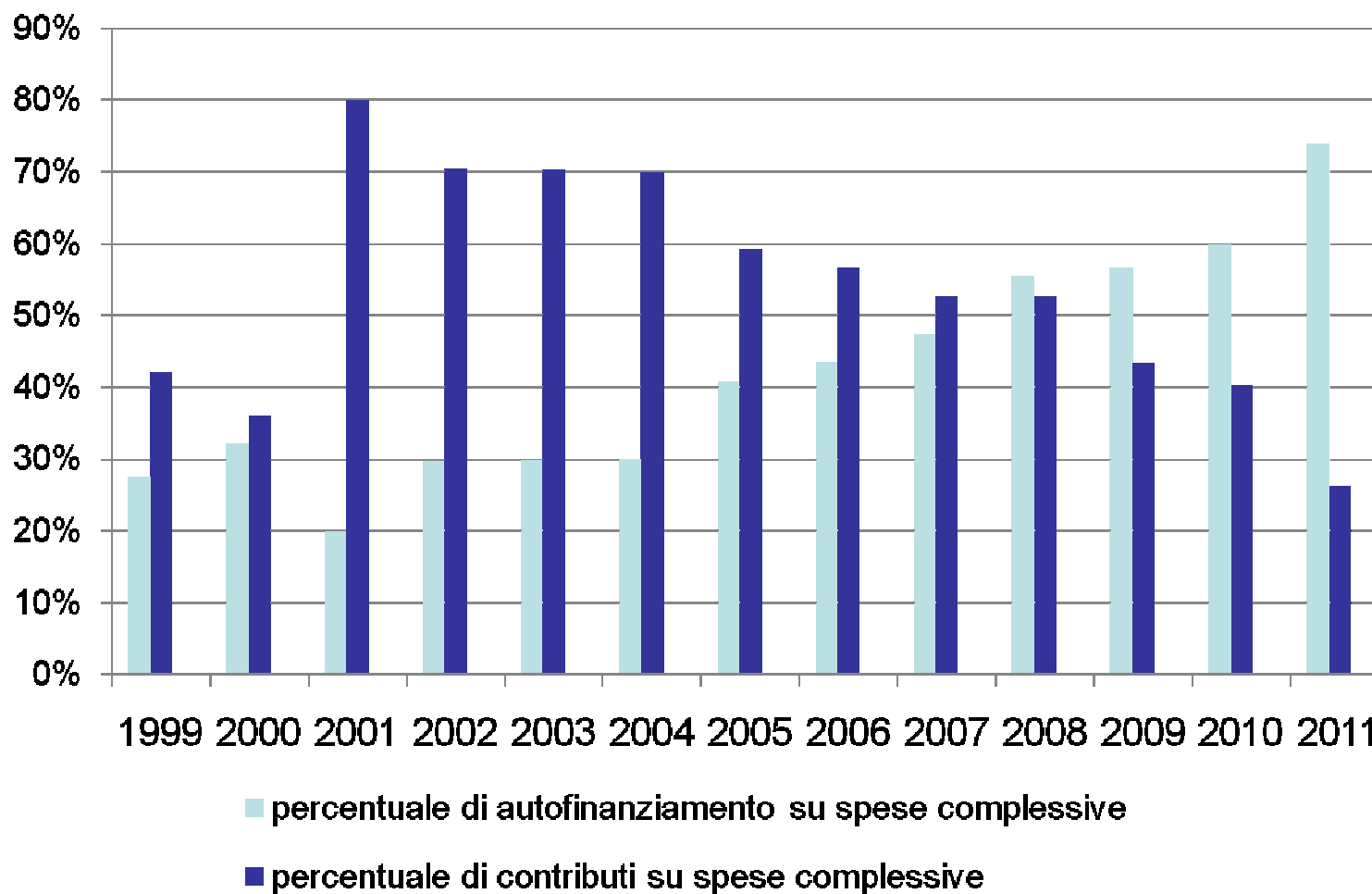
Elaborazione dati: Associazione Torino Città Capitale Europea

LE RISORSE



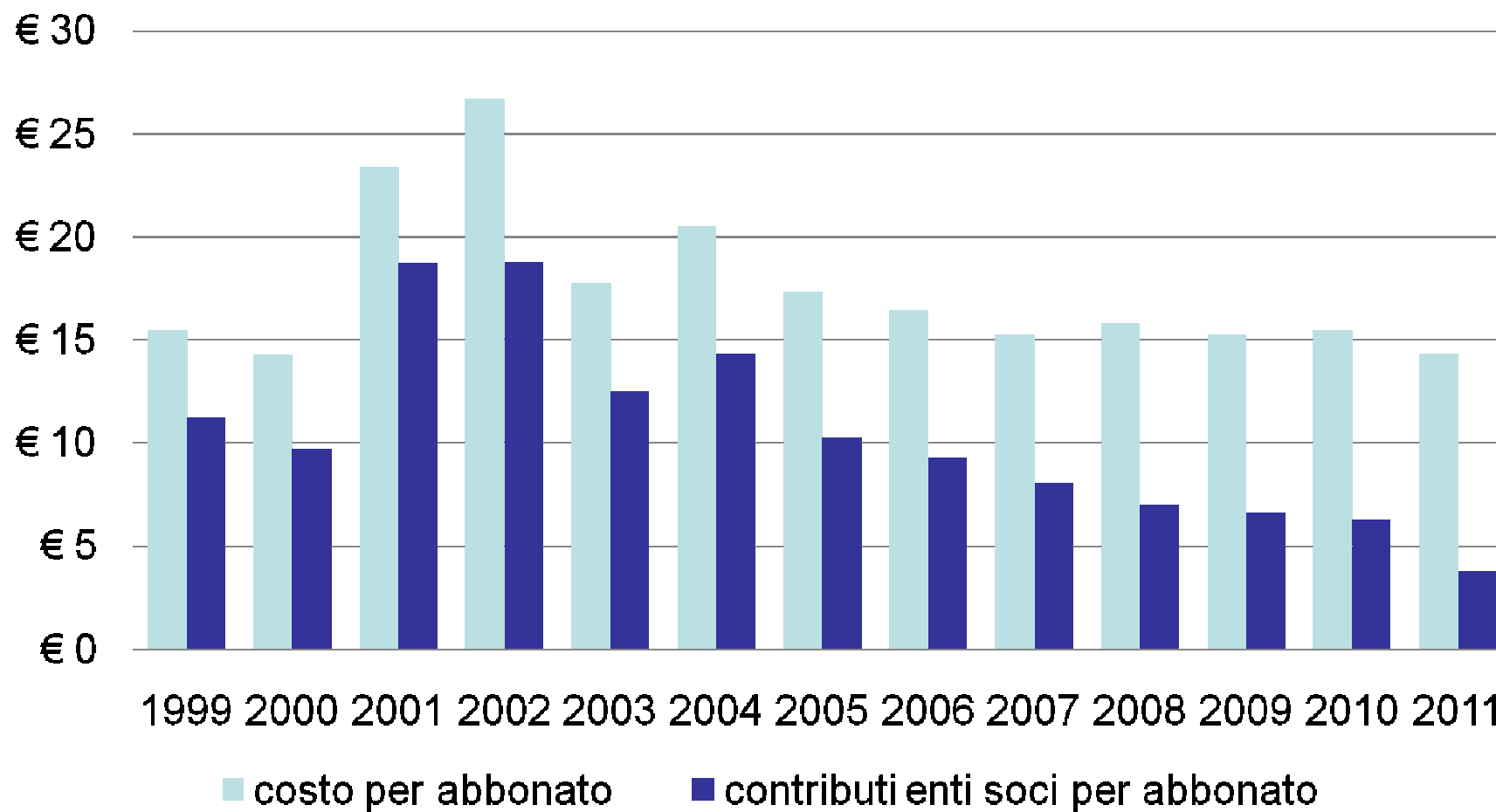
- **Tra il 1999 e il 2011 i soci finanziatori hanno contribuito con 4.327.000 di euro. L'investimento ha generato un ricavo di 16.000.000 di euro.**
- **In 13 anni sono stati rimborsati ai musei ingressi con Abbonamento per un totale di 11.800.000 euro.**
- **L'A. copre con i contributi il costo del personale e la comunicazione. Tutti i costi per la realizzazione del servizio sono stati finanziato con il 20% degli incassi fino al 2009 e con il 25% dal 2010.**
- **La quota di autofinanziamento è cresciuta dal 27% del 1999 al 73% del 2011.** Questa quota copre: produzione , distribuzione, vendita delle tessere, il personale dedicato alla rendicontazione, sistema informatico, comunicazione diretta all'abbonato (rivista, newsletter), sito internet ,l'aggiornamento dati, tecnologia e utenze del numero verde, assistenza alla vendita dei punti commerciali, comunicazione dei punti vendita.
- **Tutte le risorse vengono reinvestite** nel miglioramento del servizio di vendita, in nuove attività, in promozione, in innovazione tecnologica.

RAPPORTO CONTRIBUTI E AUTOFINANZIAMENTO SU SPESE COMPLESSIVE 1999-2011



Elaborazione dati: Associazione Torino Città Capitale Europea

COSTO PER ABBONATO/CONTRIBUTI PER ABBONATO 1999-2011



Elaborazione dati: Associazione Torino Città Capitale Europea

IL RAPPORTO CON I MUSEI



Tra A. e musei vi è un rapporto di **collaborazione e fiducia reciproca**. Il legame amministrativo che sta alla base degli accordi tra i musei e l'A. garantisce la forza e la corresponsabilità alla buona riuscita del progetto.

La **gestione trasparente** degli incassi, la **condivisione delle scelte** strategiche e la **verifica dei risultati**, ha fatto dell'A. un punto di riferimento per il sistema museale regionale per le politiche rivolte alla fidelizzazione del pubblico, alla valorizzazione del territorio, alla costruzione di percorsi e attività adatte a specifici segmenti di pubblico.

Per i musei **gli abbonati sono un pubblico di riferimento selezionato, interessato, degli *opinion leader***, protagonisti del passaparola, con cui comunicare in modo puntuale e per cui progettare iniziative ad hoc.

Nella progettazione delle attività sono i musei a lavorare sui contenuti, mentre l'Associazione garantisce la gestione degli aspetti organizzativi e la comunicazione



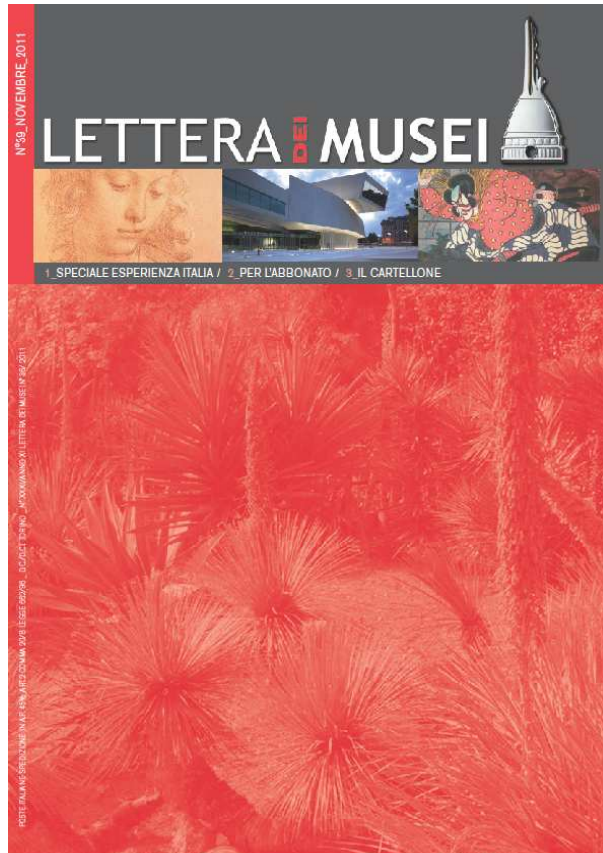
LA FIDELIZZAZIONE DEL PUBBLICO

Sistema di comunicazione: rivista, newsletter telematica e sito internet

Programma stabile di eventi destinati agli abbonati, che contribuisce a rafforzare la percezione che possedere la tessera significhi entrare a far parte di una **comunità** a cui è riservato un accesso privilegiato alle proposte culturali del territorio.

Arricchimento costante dell'offerta non solo in termini quantitativi, ma anche qualitativi: attività orientate a target di pubblico differenziati

LA COMUNICAZIONE DIRETTA AGLI ABBONATI



Il ruolo della rivista è il mantenimento dell'interesse e lo stimolo a utilizzare la tessera e a partecipare. La *Lettera dei Musei* esiste dal 1995

E' un periodico d'informazione riservato agli abbonati quadrimestrale sulle attività dei siti convenzionati.

La rivista ha una foliazione di 40 pag ed è composta dalle rubriche :

- Per L'abbonato
- Le novità
- Il cartellone
- Le interviste
- Gli eventi
- I musei si raccontano

E' possibile ricevere aggiornamenti quindicinali attraverso la news letter telematica

LA COMUNICAZIONE DIRETTA AGLI ABBONATI



www.abbonamentomusei.it

On line dal 1 dicembre 2007, il sito informa su:

- Orari, chiusure, servizi dei musei del circuito
- Attività espositive e culturali dei musei
- Attività dedicate agli abbonati

Gli abbonati hanno a disposizione un'area riservata per:
 Creare un'agenda degli appuntamenti;
 vedere le visite fatte; dare un voto al museo e alla mostra visitata.

I contenuti del sito sono aggiornati quotidianamente





IL MONITORAGGIO

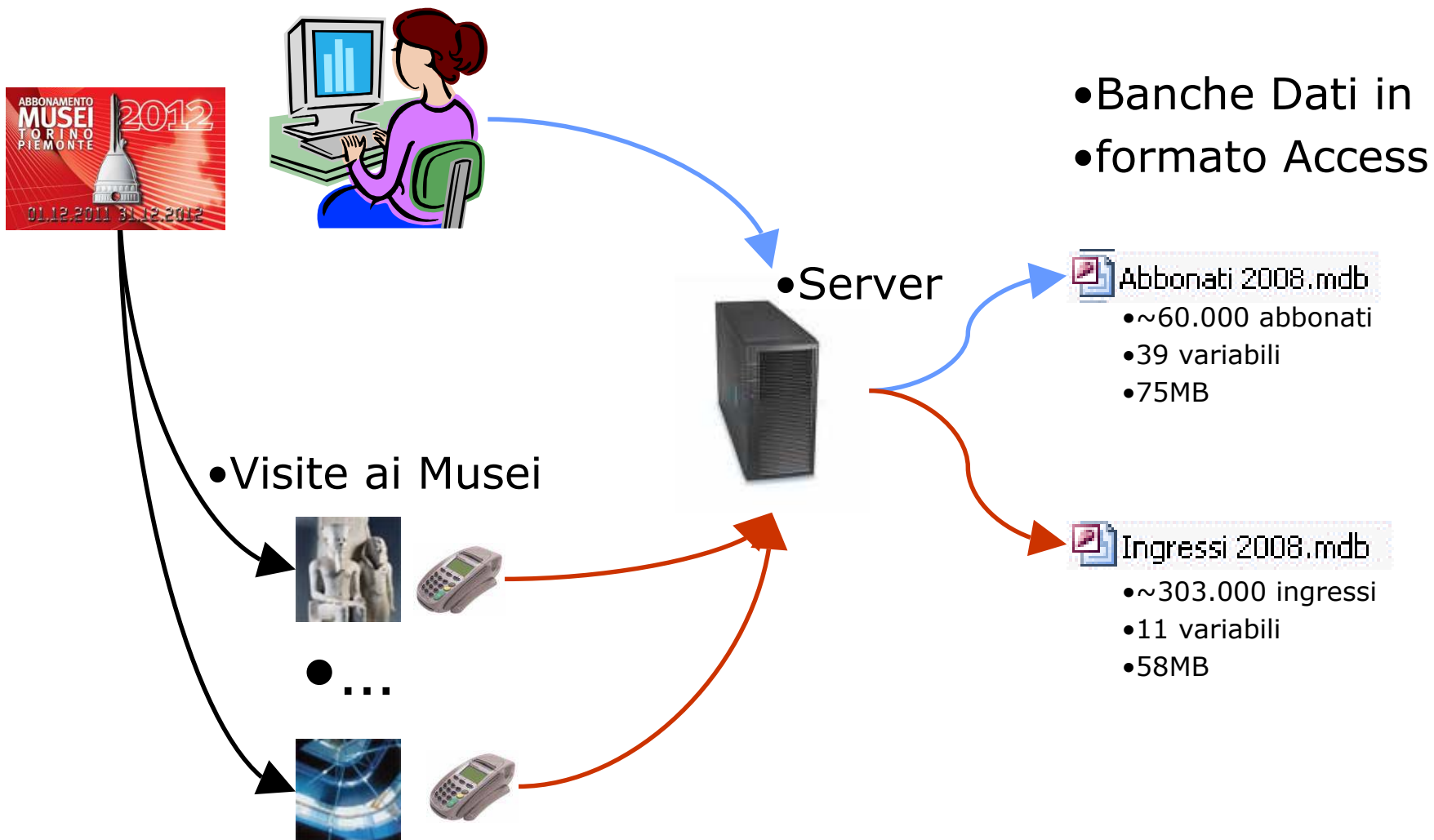
- Tutti i dati provenienti dalla gestione del progetto sono elaborati per permettere il monitoraggio e la verifica dell'andamento del progetto su base.
I dati provengono dai seguenti processi:
- Vendita delle tessere
- Utilizzo delle tessere

Il datamart è sviluppato dal Dipartimento Casa-Città del Politecnico di Torino. La qualità e le dimensioni del database del progetto abbonamento musei ha permesso di sviluppare linee di ricerca statistica innovative

LE BANCHE DATI DELL'ABBONAMENTO MUSEI



- Acquisto della Tessera



L' ELABORAZIONE DEI DATI



- ✓ Standardizzazione ed **Unificazione** delle Banche Dati
- ✓ Allineamento alle codifiche **ISTAT** per il confronto abbonati vs popolazione residente
- ✓ Implementazione di Procedure Automatiche per l'**Elaborazione** dei dati

