



Associazione degli Amici di Pisa
1959-2009



Spett. li Redazioni:

**LA NAZIONE
IL TIRRENO
50 CANALE
VITA NOVA TOSCANA OGGI
PISANEWS.NET
PISANOTIZIE.IT
PUNTO RADIO CASCINA
GRANDUCATO TV- Pisa**

Presidente della Provincia di Pisa

Dr. Andrea Pieroni

Assessore al Turismo Provincia di Pisa

Salvatore Sanzo

Sindaco di Pisa

Dr. Marco Filippeschi

Assessore alle Manifestazioni Storiche

Federico Eligi

Assessore al Commercio e Turismo

Giuseppe Forte

Azienda di Promozione Turistica

Consorzio Turistico Area Pisana

Cooperativa il Navicello

Fiavet Toscana

Guide Turistiche Pisa

Soprintendenza di Pisa

Arch. Guglielmo Maria Malchiodi

Archivio di Stato

Associazione Dimore Storiche della Toscana

Fondazione Domus Galileana

Domus Mazziniana

Pisa, 11 Agosto 2009

**DAL CARO BIGLIETTI AL MARKETING MUSEALE:
QUANDO FA NOTIZIA LA POLEMICA**

In questi giorni di ferie e di scarse notizie da battere nelle redazioni stiamo assistendo, da parte dei media televisivi nazionali ad una indagine, spesso accompagnata da dure critiche, sul caro biglietti dei monumenti della Piazza del Duomo.

In tutta franchezza ci è sembrata una sterile polemica, basata su un facile pretesto -il caro biglietti che in verità in parte c'è - e strumentalizzato bene per mettere in cattiva luce la ex Repubblica Marinara e i suoi capolavori. Avremmo preferito che in quei servizi si fosse messo l'accento negativo sullo scarso senso commerciale a tutto tondo della città: dall'offerta museale all'accoglienza turistica, dall'arredo urbano e stradale ai mancati soldi che lo Stato Italiano dovrebbe garantire a chi amministra e manutiene i Beni Monumentali e Archeologici. Cose, atteggiamenti, assetti mentali contro i quali lottiamo da anni e che ci avrebbe fatto piacere vedere stigmatizzati da organi di stampa nazionali. Invece niente di tutto questo. Anzi ci è sembrato di assistere ad un tiro al piccione. Che ha come prima conseguenza da parte di chi ascolta servizi simili o legge notizie così composte, nell'annullare o limitare una visita a Pisa. Il bello, anzi il brutto, visto che nessuno lo ha detto, è che con soli 10 euro l'Opera Primaziale dà la possibilità di visitare ben 5 monumenti: il Museo delle Sinopie con i suoi disegni preparatori, il Battistero, la Cattedrale, il celebre Camposanto Monumentale e il ricco Museo dell'Opera del Duomo. Una media di 2 euro per ingresso. Siamo certi che non esiste altrove un'offerta culturale a così poco prezzo. Certamente dopo un'offerta simile può sembrare eccessivo il biglietto per la Torre a 15 euro. Ma non lo è. O meglio, non lo è del tutto. Forse l'Opera potrebbe scontare il biglietto della Torre a chi ha fatto il biglietto per ingressi multipli ai monumenti della Piazza. Ma c'è un ma: l'Opera Primaziale non ha più quel gettito economico di sostegno da parte dello Stato come indennizzo per la chiusura per lavori della Torre. Di conseguenza, i margini operativi per una riduzione secca del prezzo del biglietto della Torre ci sembrano assai stretti. Sarebbe bastato salire le scale degli Uffici dell'Opera della Primaziale per verificarlo di persona invece che fare del giornalismo gridato. C'è però una cosa da fare subito: creare un efficace sistema di marketing museale. E per farlo c'è bisogno di unità: di fare sistema. Quante volte lo abbiamo ripetuto in varie occasioni! Il sistema si inizia a creare ripristinando il defunto biglietto "Universalis" che permetteva di vedere anche il Museo di Palazzo Reale e il Museo di San Matteo ai quali si potrebbero facilmente aggiungere il Museo della Grafica a Palazzo Lanfranchi, Palazzo Blu, la Torre della Cittadella. Ecco bello e fatto il "sistema" tra i vari Enti Culturali Pisani! Il prezzo del biglietto globale "Universalis" garantirà un miglior prezzo rispetto alla somma dei singoli ingressi: questo si chiama "marketing museale". Non è difficile. La città, se lo vuole, ha le possibilità per arrivare a farlo. Implementandolo con altri ingressi opzionali: la Torre della Verga d'Oro e Lanfreducci, il Campano. E perché no: il tutto condito da una rilassante gita in battello sull'Arno. La città lo può e lo deve fare: l'alternativa è finire sempre più spesso alla gogna mediatica. A quel punto, il nostro orgoglio, la nostra voglia di lottare per migliorare la città prenderà una ennesima e sonora batosta. Da parte nostra siamo disposti a partecipare e/o organizzare ad una tavola rotonda tra Enti per arrivare a questo scopo. Chiudiamo con una considerazione: la famiglia che ha scritto a giornali e tv lamentandosi del caro museo a Pisa, se si fosse recata il giorno dopo ad un villaggio di giochi d'acqua e piscine avrebbe speso meno? E se sì, e siamo certi del contrario, come avrebbe colmato il debito culturale? I soldi spesi nella cultura sono sempre spesi bene.

IL PRESIDENTE DEGLI AMICI DI PISA:

FRANCO FERRARO

ADDETTO STAMPA: *SIMONE GUIDOTTI*

IL PRESIDENTE DELLA COMPAGNIA STILEPISANO:

FABIO VASARELLI