

## Per la festa della donna week end gratis nei musei statali per le visitatrici

di Paolo Stefanato

*Mario Resca, direttore generale del ministero dei Beni culturali, annuncia un'iniziativa di marketing nel quadro della politica di innovazione*

Musei statali gratis per le donne in occasione della festa della donna. Lo annuncia Mario Resca, direttore generale per l'innovazione del Ministero dei Beni culturali. In effetti, cadendo l'8 marzo di lunedì (tradizionale giorno di chiusura dei musei) il festeggiamento è stato spostato a questo week end: domani e domenica in tutti i 450 musei statali tutte le visitatrici avranno diritto all'ingresso omaggio. È una delle prime novità portate da Mario Resca in quel polveroso mondo museale nel quale ha fatto ingresso proprio per rinnovare un'immagine ferma a trent'anni fa. Resca, da una vita manager di multinazionali del largo consumo (Mc Donald's) e oggi anche presidente di Confimprese, l'associazione imprenditoriale che rappresenta il più evoluto mondo dei servizi, è impegnato in una radicale operazione di marketing con l'obiettivo di attirare più gente nei musei italiani e per aumentare il benessere del visitatore con servizi collaterali più moderni e più ricchi.

"Finora tutto il mondo dei beni culturali si è mosso nel segno della conservazione e della tutela. Oggi io sto cominciando a introdurre anche il termine innovazione" spiega Resca in un'intervista a Espansione, in edicola oggi con Il Giornale.

"Innovazione nell'organizzazione, nella gestione dei beni, nelle tecnologie al servizio del visitatore, nella comunicazione. Per la prima volta stiamo facendo pubblicità ai musei, una pubblicità provocatoria che si rivolge a tutti, mettendoli di fronte alla propria responsabilità di italiani. Mostra il Colosseo, il Cenacolo, il David di Michelangelo e avverte: 'Se non li visiti, li portiamo via!'. Poi vogliamo allungare gli orari fino alle 23, e l'ultimo martedì del mese, dalle 19 alle 23, intendiamo offrire l'ingresso gratuito a tutti. Un museo non dev'essere a disposizione soltanto dei turisti, ma anche di chi lavora, dei cittadini normali. Creeremo delle relazioni con i licei, sotto lo slogan "adotta un museo". Le classi saranno invitate a lezione nelle sale, ad approfondire ricerche specifiche. Come pubblico, puntando sulle famiglie, sui giovani, su un target trasversale: perché la bellezza è un diritto di tutti. Non cerchiamo un ritorno economico diretto: ma miriamo ad alimentare, facendo crescere il pubblico, tutto quello che ruota intorno a un museo: l'editoria, la ristorazione, l'artigianato, il tessile. Poi, nell'allargarsi dei cerchi concentrici, troviamo il turismo culturale, gli alberghi, i mezzi di trasporto. Possiamo considerare anche gli istituti di restauro e tutto quello che a essi è connesso. È stato calcolato che un euro speso da un turista per un biglietto al museo crea un indotto di 10 euro".