



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale (*ordinamento ex D.M.
270/2004*)

in MUSICOLOGIA E BENI MUSICALI

Tesi di Laurea

Il turismo culturale e musicale legato
ai circuiti londinesi: Handel, Dickens,
Franklin.

Relatore

Ch. Prof. DAVID DOUGLAS BRYANT

Correlatore

Ch. Prof. PINAMONTI PAOLO

Laureando

Matteo Giovanni Volpato

Matricola 812708

Anno Accademico

2014 / 2015

—
Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia



Università
Ca' Foscari
Venezia

Alla mia famiglia.



INDICE

Introduzione.....	3
1. Il Turismo musicale.....	10
2. I casi di studio.....	25
2.1 Handel House Museum.....	25
2.1.1 Analisi del prodotto culturale.....	31
2.1.2 Le politiche di prezzo.....	36
2.1.3 La comunicazione.....	44
2.1.4 I canali di distribuzione e i progetti futuri.....	46
2.2 Benjamin Franklin House.....	48
2.2.1 Analisi del prodotto culturale.....	54
2.2.2 Le politiche di prezzo.....	60
2.2.3 La comunicazione.....	65
2.2.4 I canali di distribuzione e i progetti futuri.....	68
2.3 Charles Dickens Museum.....	69
2.3.1 Analisi del prodotto culturale.....	75
2.3.2 Le politiche di prezzo.....	78
2.3.3 La comunicazione.....	80
2.3.4 I canali di distribuzione e i progetti futuri.....	82
Conclusioni.....	84
Bibliografia e Sitografia.....	90



Introduzione

Diversi dati mostrano che il tema della musica ha potenzialità enormi per chi si occupa di turismo. E ciò è particolarmente vero in Italia, il paese del Belcanto.

Sono due i filoni di prodotto sui quali gli operatori pubblici e privati possono lavorare: gli eventi e i luoghi. Le stesse indagini sulla domanda confermano chiaramente questo dato. Una parte significativa del movimento turistico classificato come turismo culturale è in realtà composto da persone attratte da eventi musicali e/o da luoghi legati alla musica. I luoghi della musica, gli itinerari, i paesaggi, le dimore legate ai musicisti, i teatri, i musei specializzati... rappresentano un potenziale sviluppato solo in piccolissima parte. La stessa cosa può essere detta pensando al patrimonio immateriale, cioè alle tradizioni, alle vocazioni, alle competenze, alle storie e anche alle leggende.

Il tema della musica è in gran parte sottovalutato da chi si occupa di turismo in Italia. Nel nostro Paese, gli intermediari e gli operatori specializzati – pure cresciuti in questi anni – sono ancora operatori di nicchia, dai piccoli numeri, e con proposte molto elitarie o specialistiche, di norma collegate ad eventi lirici. Gli operatori dell'ospitalità hanno visto nel tema musicale una variante di uno dei "turismi" tradizionali, del turismo urbano o culturale, sul quale non valeva la pena impegnarsi troppo o investire. Gli enti pubblici, e soprattutto Regioni e ENIT [Agenzia Nazionale del Turismo], hanno considerato la musica come un tassello del grande puzzle di proposte che caratterizza il Paese, ma non l'hanno saputo vedere come



caratterizzato da una dignità propria, da una specificità e da un grado di attrattività che ne configurasse una proposta autonoma. Così la promozione di quella che è una delle risorse più qualificanti dell'offerta turistica nazionale è in gran parte affidata alla sensibilità dei singoli operatori, pubblici o privati. [...]¹

Così Giancarlo Dall'Ara, docente di marketing del turismo presso CST (Centro Internazionale di Studi sul Turismo) di Assisi e ora Presidente dell'Associazione Nazionale Alberghi Diffusi, riflette a proposito di questa branca relativamente nuova del turismo culturale. Prosegue portando un esempio felicemente in contrasto con la tendenza alla svalutazione del turismo musicale: in questo panorama infatti si distingue la città di Cremona, città che assieme ad alcune località del territorio ha dato i natali a Stradivari, Monteverdi e Ponchielli, la quale negli ultimi anni ha investito molto nella sensibilizzazione e nella formazione degli operatori, arrivando nel 2009 a mettere a punto il progetto “Distretto della Musica”, con obiettivo di rendere il più tangibile possibile il tema della musica nei confronti degli ospiti del territorio. Il Distretto si è posto l'obiettivo di consolidare il trend positivo di presenze in occasione degli eventi musicali più conosciuti (tra cui le stagioni lirica e concertistica del Teatro Ponchielli, il Festival Claudio Monteverdi, Mondomusica a CremonaFiere, il Casalmaggiore International Festival ed il Cremarena negli omonimi capoluoghi), ma non solo; ha saputo anche comunicare e promuovere

¹ Dall'articolo *La musica, da sfondo a prodotto turistico autonomo* (<http://www.marketing-turistico.com/la-musica-da-sfondo-a-prodotto-turistico-autonomo.html>) consultato il 15/06/2015.



nuove occasioni di permanenza in provincia durante gli eventi musicali meno noti, inserendoli nel data base consultabile dal sito e in diverse postazioni multimediali.² Nel corso degli anni, il Distretto è così riuscito a dar vita ad una rete di Città della Musica: città «[...] che vedono nella musica un tema identitario, che considerano la musica come lente di ingrandimento attraverso la quale leggere le risorse del territorio, e che hanno deciso di darsi una strategia di posizionamento nazionale proprio sul tema della musica»³ come Stresa, in Piemonte, che organizza ogni anno il festival di grande richiamo “Settimane musicali”; o Pesaro, città natale di Rossini; Busseto, in provincia di Parma, patria di Verdi; Rovereto, dove si tenne il primo concerto italiano di Mozart e che ogni anno a settembre-ottobre rende a lui omaggio con “Mozart di Rovereto”; o infine Spoleto, sede del Festival dei due Mondi.

Un progetto molto simile con risvolti internazionali, promosso dall'Unesco, è il Network delle Città Creative, il quale ha come obiettivo «la creazione di un legame tra città in grado di sostenere e di fare della creatività culturale un elemento essenziale per il proprio sviluppo economico».⁴ Lo scopo principale è la promozione dell'industria della cultura; attraverso questa rete divisa in sette aree (Musica, Letteratura, Folk Art, Design, Media Arts, Gastronomia,

² Dal sito della Provincia di Cremona

(<http://www.provincia.cremona.it/turismo/?view=Pagina&id=3600>), consultato il 15/06/2015.

³ Dall'articolo *La musica, da sfondo a prodotto turistico autonomo*, cit. consultato il 15/06/2015.

⁴ Dal sito dell'UNESCO (<http://www.unesco.it/cni/index.php/cultura/citta-creative>), consultato il 15/06/2015.



Cinema) «le città possono condividere le proprie esperienze e sostenersi reciprocamente, valorizzando le proprie capacità ed incrementando la presenza dei propri prodotti culturali sui mercati nazionali ed internazionali».⁵

Ad oggi⁶, il network delle Città Creative è composto da 57 città. Quelle facenti parte della rete della Musica sono Bologna, Gent (Belgio), Glasgow (Scozia), Siviglia (Spagna), Bogotá (Colombia) e Brazzaville (Repubblica del Congo), Mannheim (Germania), Hannover (Germania) e Hamamatsu (Giappone).

Tornando nella realtà italiana, la città di Roma ha ospitato il 22 giugno 2014 i Rolling Stones, in un imponente concerto al Circo Massimo. I dati ufficiali parlano di 70.000 presenze, ma ufficiosamente si stima un afflusso di 89.000 persone⁷, davanti a un palco gigantesco allestito con tre enormi schermi (più altri due a metà dell'arena), circa duecentocinquanta altoparlanti e una lunga passerella. Il pubblico era fortemente eterogeneo: signori di sessanta-settant'anni con le mogli o con gli amici; famiglie intere con ragazzini e bambini piccoli; musicisti e non dai venti ai quarant'anni; e giovani adolescenti sdraiate sulla ghiaia coi loro fidanzatini. Il sindaco Marino, entusiasta dell'evento, ha così commentato la notizia qualche mese prima:

⁵ Dal sito dell'UNESCO, cit., consultato il 15/06/2015.

⁶ Dato aggiornato al 15/06/2015.

⁷ Articolo recensito nel sito RockShok (<http://www.rockshock.it/rolling-stones-recensione-concerto-di-roma-circo-massimo-22-giugno-2014/>), consultato il 15/06/2015.



Università
Ca' Foscari
Venezia

Verranno tantissime persone da tutta Europa e l'evento verrà molto pubblicizzato soprattutto in Inghilterra dove il tour non farà tappa. Gli organizzatori stanno pensando a pacchetti con gli alberghi e noi a percorsi archeologici ad hoc: faremo in modo che un turista possa venire a Roma per assistere al concerto e poi restare per qualche giorno a godere delle bellezze della città.⁸

Un esito dunque più che positivo, che ha confermato in pieno il progetto di rendere la musica attrattiva e redditizia, nonostante le polemiche sulla 'svendita' dell'area per il concerto, il quale è stato affittato per soli 8 mila euro. Ora infatti il costo della storica arena romana per un grande evento si aggirerà attorno ai 200 mila euro, coronando il sogno del sindaco che voleva un tributo adeguato al palcoscenico della Capitale.

All'insieme delle manifestazioni e iniziative che attirano il turismo culturale straniero e nazionale si aggiunge il fascino dei luoghi destinati alla musica quali musei, teatri, monumenti e abitazioni storiche di compositori e musicisti. Pensiamo, per esempio, a Villa Pallavicino, che sorge al di fuori delle antiche mura della città di Busseto e che dal 10 ottobre 2009 è sede del Museo Nazionale Giuseppe Verdi; o a Villa Museo Puccini a Torre del Lago.

Queste sono solo alcune delle tante possibilità offerte dal connubio turismo-cultura e in particolare da quello turismo-musica; un percorso

⁸ Dall'articolo: "I Rolling Stones in concerto a Roma il 22 giugno" ne Il sole 24 ore (<http://www.ilsole24ore.com/art/cultura/2014-03-15/i-rolling-stones-concerto-roma-22-giugno-140906.shtml?uuid=ABAHfI3>), consultato il 15/06/2015.



Università
Ca' Foscari
Venezia

da rafforzare con scelte specifiche, che ha già fatto registrare tanti risultati positivi.

Il lavoro qui proposto passerà prima in rassegna il lato teorico del turismo culturale e musicale, soffermandosi successivamente sull'analisi di casi di studio specifici di diversi modelli di turismo culturale presenti nel territorio londinese: nella fattispecie un esempio di turismo musicale (Handel House Museum), di turismo letterario (Charles Dickens Museum) e di turismo storico-scientifico (Benjamin Franklin House).

Esso non vuole essere un'analisi specializzata di marketing del turismo culturale, né descrivere l'intero panorama turistico-musicale di una nazione, ma intende confrontare le peculiarità dei diversi prodotti dal punto di vista del turista: si focalizzerà dunque sulle politiche del prodotto, del prezzo, della comunicazione e della distribuzione di ogni realtà, dando anche particolare rilievo al ruolo delle ICT (Information and Communication Technology) e dei social media, che ormai hanno assunto un ruolo di primaria importanza nell'informazione preventiva e nella raccolta di segnali da un vasto pubblico.

I dati raccolti provengono da materiali e tabelle ufficiali, da visite in loco e da interviste personalmente condotte con i manager delle diverse aziende culturali prese in esame, il tutto reso possibile grazie ad un periodo di stage della durata di tre mesi presso l'Handel House Museum di Londra. Dall'analisi comparativa dei risultati emerge un range di possibilità dalle quali scaturisce una domanda turistica musicale, piuttosto che letteraria o storico-scientifica.



Università
Ca' Foscari
Venezia

Il nodo centrale della dissertazione è dunque costituito dal seguente quesito: possiamo studiare il turismo musicale come una qualsiasi altra tipologia di turismo culturale?

Bisognerà prendere in considerazione anche l'ipotesi che questa rimarrà una domanda aperta e una fonte per sviluppare altrettante problematiche connesse all'argomento. Pensiamo, ad esempio, a quanto la presenza del momento performativo nella fruizione del prodotto turistico-culturale sia cruciale per capire se la musica e il suo potere attrattivo si differenzi sostanzialmente dagli altri turismi culturali o se spesso e volentieri influenzi i programmi degli organizzatori e le scelte dei consumatori. Verrà aperta infine una parentesi sul turismo musicale quale possibilità di sviluppo di un territorio a volte anche privo di altre attrazioni turistiche e che cresce grazie agli eventi musicali e ai luoghi destinati ad appassionati, studiosi, musicisti, musicologi, musicofili e visitatori di tutto il mondo.



Il turismo musicale

Il turismo tradizionalmente occupa un posto di primo piano tra le attività che valorizzano i beni archeologici, le bellezze naturali e le migliori tradizioni culturali 'all'italiana', come il cinema, la gastronomia e anche l'opera lirica.

La presenza di beni culturali conferisce dignità e orgoglio al paese che li ospita, favorendo teoricamente il processo di crescita civile della popolazione e creando una particolare visibilità rispetto alla comunità internazionale. Tale patrimonio culturale può inoltre favorire o creare occasioni di sviluppo economico e imprenditoriale, soprattutto nelle aree depresse, aumentando l'occupazione e migliorando la qualità della vita dei cittadini.⁹ In tal modo il patrimonio culturale si pone in stretta relazione allo sviluppo turistico in rapporto all'attrattività esercitata dalla domanda spinta da motivazioni culturali e all'incremento di attività connesse con la valorizzazione del patrimonio stesso.

Secondo l'Economic Intelligence Unit, divisione di ricerca e analisi del giornale *The Economist*, ci si riferisce al turismo culturale intendendo "lo spostamento di persone da un luogo abituale di residenza verso

⁹ Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Centro Studi del Touring Club Italiano, Touring University Press *Metodo e strumenti per un Osservatorio del turismo culturale - Il caso Basilicata*, Prefazione di Gregorio Angelini, Touring Editore, Milano, 2002, p. 7.



attrazioni culturali, con l'intenzione di procurarsi nuove informazioni ed esperienze, per soddisfare i propri bisogni culturali”¹⁰.

Nella percezione dei turisti, quindi, l'attrattiva culturale di un'area dipende soprattutto dall'insieme degli elementi socio-culturali che la caratterizzano: lo United Nations World Tourism Organization (UNWTO), infatti, definisce il turismo culturale come lo spostamento di persone per motivazioni principalmente culturali quali viaggi di studio, partecipazione a spettacoli e tour culturali, partecipazione a festival o ad altri eventi culturali, visite a siti e monumenti. Tale definizione lascia spazio anche alla possibilità che del turismo culturale faccia parte l'immergersi nelle abitudini di un popolo, permettendo agli ospiti di sperimentare le tradizioni e lo stile di vita.¹¹

Il turismo culturale è un fenomeno che sfugge a una definizione precisa, in quanto abbraccia un ventaglio molto ampio di mete, di contenuti, di modalità di fruizione. In tale variegato e complesso contesto si inserisce, quale declinazione del turismo culturale, il “turismo musicale”, ovvero il turismo generato dalla musica che diventa lo scopo stesso di un viaggio e che spinge moltissime persone in località che altrimenti non avrebbero potuto beneficiare di nessun tipo di turismo o tutt'al più di un turismo di stampo ‘tradizionale’. Rispetto all'evento musicale, quindi, la

¹⁰ Bywater, M.: *The Market for Cultural Tourism in Europe*, EIU Travel & Tourism Analyst n.6, 1993, p. 30.

¹¹ Sara d'Urso: *Il turismo musicale*, Giuffrè Editore, Milano, 2009, p.39.



destinazione passa in secondo piano e il bisogno di riposo diviene secondario rispetto al desiderio di svago.¹²

La villeggiatura si trasforma: da riposo ad arricchimento delle proprie conoscenze. Il turismo legato alla musica entra nella concezione italiana e trova spazio nel nostro immaginario. Ferie brevi, ma piene di spunti interessanti: da fuga dalla routine quotidiana a occasione per crescere, per curarsi di sé, per scoprire nuovi interessi o coltivare quelli già noti. [...] Il turismo musicale, fenomeno nato in Germania, da poco sbarcato in Italia, ha subito destato un ampio consenso attirando l'attenzione di associazioni come il FAI (Fondo per l'Ambiente Italiano) che ha deciso di inserire i viaggi musicali nella propria offerta. Il turismo musicale è un segmento del business turistico con caratteristiche uniche. L'evento musicale è il fulcro del viaggio e la destinazione passa in secondo piano sia per l'operatore sia per il viaggiatore, che segue la musica, non importa dove questa lo porti. Il target del turismo musicale può essere considerato medio-alto, ovvero comprende individui benestanti, di buona cultura e di età mediamente superiore ai 45 anni. Non è mai un turismo dell'ultimo minuto in quanto l'offerta limitata a pochi posti non riesce a coprire la domanda sempre più forte di questi viaggi.¹³

Se, come afferma il quotidiano online Marketpress, il turismo musicale è un fenomeno nato in Germania, il Regno Unito insegna e, dati alla mano, ci racconta che il turismo musicale, inteso come viaggi e spostamenti

¹² Sara d'Urso: *Il turismo musicale*, cit., p. 42.

¹³ Dall'articolo sul quotidiano online Marketpress dell'11 Luglio 2003, (http://www.marketpress.info/notiziario_det.php?art=191221), consultato il 15/06/2015.



intrapresi per assistere a festival, concerti ed eventi di danza, rappresenta una voce di bilancio importante per il paese. Secondo Il rapporto “Wish You Were Here” realizzato da UK Music e reso noto da VisitBritain (Ente Nazionale Britannico per il Turismo),¹⁴ tale comparto fattura oltre 2 miliardi di sterline annui (dati 2012). Gran parte di questi introiti deriverebbe dall’in-coming, uno stimolo in più a puntare sui mercati esteri. Secondo un altro recente studio britannico, le potenzialità espresse da questa nicchia turistica sarebbero così alte da consentire di arrivare fino a 4 miliardi di sterline.¹⁵ Come spesso accade, alla primaria motivazione dell’evento musicale si intreccia la voglia di visitare anche i luoghi che ospitano l’evento e le location legate ai miti musicali; rimanendo in Gran Bretagna, emblematico è il caso di Liverpool che incassa ogni anno milioni di sterline grazie ai fans dei Beatles che arrivano in città. Il fenomeno dei Beatles è talmente potente da aver ispirato una guida molto speciale come *Penny Lane. Guida ai luoghi leggendari dei Beatles a Londra e Liverpool* (edizione Giunti). Nel volume, il tour parte dalle case di nascita e di residenza dei Quattro e di altri protagonisti chiave della vicenda e prosegue con i locali e i luoghi della memoria: Penny Lane e Strawberry Field, che hanno ispirato canzoni legendarie. E poi i luoghi che furono teatro di famose sequenze

¹⁴ Dall’articolo sul magazine Il Giornale del Turismo: *VisitBritain, il turismo musicale in UK vale oltre 2 mld di sterline*, (<http://www.ilgiornaledelturismo.com/visitbritain-il-turismo-musicale-in-uk-vale-oltre-2-mld-di-sterline/>), consultato il 15/06/2015.

¹⁵ Dall’articolo sul settimanale on-line Turismo & Attualità Magazine: *Turismo musicale... quando è la musica a creare il turismo...*, n. 9 del 27 maggio 2014, p. 40, (<http://rivista.turismo-attualita.it/2014/09/>), consultato il 15/06/2015.



cinematografiche o di scatti per le copertine dei dischi o che i Beatles frequentarono per impegni professionali.¹⁶ Alfredo Marziano e Mark Worden, autori di questa guida, si erano anche già cimentati nello scrivere un'altra guida, unica nel suo genere, incentrata sui luoghi dei Pink Floyd a Cambridge e a Londra: dalle scuole dove sono cresciuti Barrett, Waters, Gilmour, Mason e Wright alle loro case di ieri e di oggi, fino ai locali dove hanno suonato da sconosciuti e da rockstar.¹⁷

Il filo della musica, degli eventi e dei grandi personaggi conduce davvero lontano e poche mete ne sono esenti: anche in America, come suggerisce il sito Travelandleisure, sono state classificate le 30 città musicali americane dove il visitatore può soddisfare la voglia di musica senza confini.¹⁸

Ma in pole position senza dubbio si piazza il nostro Bel Paese che vanta il maggior numero di opere dell'arte e della cultura (circa la metà del patrimonio storico-artistico mondiale), nonché un'ampia offerta di grandi compositori musicali di alto livello (tra i quali figure come Vivaldi, Verdi, Puccini), luoghi egregi legati alla musica, teatri e musei di prestigio (La Scala, l'Arena di Verona, il teatro La Fenice di Venezia ecc.), festival ed eventi, stagioni operistiche e concertistiche talvolta di

¹⁶ Recensione dal sito di Giunti Editore (<http://www.giunti.it/libri/musica/penny-lane/#>), consultato il 15/06/2015.

¹⁷ Recensione dal sito di Giunti Editore (<http://www.giunti.it/libri/musica/floydspotting/>), consultato il 15/06/2015.

¹⁸ Articolo reperibile dal sito del magazine online Travel + Leisure (<http://www.travelandleisure.com/slideshows/americas-best-music-cities/31>), consultato il 15/06/2015.



Università
Ca'Foscari
Venezia

primaria qualità e valore internazionale, accanto a ricche programmazioni musicali legate al mondo pop/rock di grande interesse di massa, come ad esempio il concerto romano dei Rolling Stones avvenuto nel giugno 2014. In particolare nel 2013 si è reso omaggio a Giuseppe Verdi, nel bicentenario della sua nascita, con una stagione musicale molto ricca, anche di spunti per visitare i luoghi verdiani. Per tutto l'anno la penisola risuona di buona musica: dal teatro de La Scala di Milano alle Terme di Caracalla di Roma, dal Maggio Fiorentino alla Notte della Taranta, ai concerti delle stelle della musica popolare e così via, e ci sono sempre mille ragioni per muoversi alla scoperta di città e borghi.

Quel vaso di Pandora infinito che è l'Italia attende solo di essere trasformato in un prodotto mirato, poiché il turismo musicale oggi, nonostante sia ancora un fenomeno di nicchia, riguarda numeri sempre più cospicui di persone, grazie sia all'accrescimento degli interessi, culturali in genere e musicali nello specifico, sia al notevole ampliamento dell'offerta. Anche le modalità di fruizione sono disparate; così, per rispondere alle esigenze della domanda, dal lato dell'offerta sono nati operatori specializzati in viaggi musicali, vere e proprie agenzie di viaggio in grado di fornire un pacchetto chiavi in mano, oltre all'acquisto di biglietti per singole manifestazioni con o senza altri servizi.¹⁹

Il target descritto nel precedente articolo sul quotidiano online Marketpress va ad analizzare un cliente finale fruitore di un genere più

¹⁹ Sara d'Urso: *Il turismo musicale*, cit., p.47.



classico, per il quale sono rilevanti i pacchetti comprendenti tutti i servizi disponibili, preparati dai tour operator; nel caso invece del turismo generato dagli eventi di musica pop/rock è più frequente l'organizzazione "fai da te" che comunque, per le manifestazioni più importanti, si può avvalere del supporto ai turisti predisposto dagli organizzatori; ad esempio, in occasione dell'Heineken Jammin' Festival del 2008, Heineken Italia organizzò il 21, 22 e 23 giugno un servizio di autobus per il Parco San Giuliano di Mestre, con partenza dalle principali città italiane e ad un prezzo più conveniente del biglietto del treno e dell'auto.²⁰

Sono ancora pochi però i tour operator che hanno colto la "nota" puntando consapevolmente sul turismo musicale. Come afferma Matteo Cuccini, responsabile Turismo Musicale di Aretina Tours di Arezzo:

La nicchia del turismo musicale è destinata a crescere in modo consistente nei prossimi anni, ma è anche la meno esplorata e analizzata sistematicamente. E' uno dei pochi ambiti dove l'offerta non riesca a soddisfare tutta la domanda. Dal 2012 siamo on line con il progetto "Turismo in Musica" (www.turismoinmusica.it), un portale interamente dedicato a Festival Musicali (più o meno noti) ed Eventi Folklorici, escludendo a priori dal nostro catalogo il settore lirico e operistico. Le nostre offerte, che spaziano dalla formula del tour organizzato a singoli servizi in concomitanza dell'evento, coprono principalmente grandi raduni pop-rock, street festival e world party,

²⁰ Dal sito internet di Meetingvenice, guida dei principali eventi a Venezia.

(<http://www.meetingvenice.it/heineken-jammin-festival-2008-venezias/come-arrivare-allheineken-jammin-festival/arrivare-in-autobus-allheineken-jammin-festival.html>), consultato il 15/06/2015.



Università
Ca' Foscari
Venezia

con un target demografico 18-35, e jazz, world music e folklore con un target demografico 35-50. Le proposte di maggior successo sono il Festival di Musica Gnaoua in Marocco, il Pellegrinaggio Gitano in Camargue e i Dervisci Rotanti in Turchia.²¹

Sempre riguardo a questo tema, Andrea Cortelazzi de *Il Sipario Musicale* dichiara:

Il turismo musicale in Italia è un fenomeno relativamente giovane e ancora in via di sviluppo, sia a livello di domanda che di offerta. Essendo specializzati sul mondo dell'opera e della musica classica, il nostro cliente medio ha da 65 anni in su, ottimo profilo culturale, big spender, fascia alta/altissima. Per lo più pensionato di alto profilo, destagionalizzato, opta per viaggi brevi. Il turista straniero viene in Italia per assistere soprattutto a opere liriche, ma non disdegna i concerti. Vive il teatro come luogo da visitare alla stessa stregua di un museo o un monumento. Il turista italiano, nella scelta, segue più l'artista che l'opera, e predilige opere e balletti. Accompagniamo i nostri viaggi di punta affiancati talvolta da critici musicali di fama internazionale per creare momenti di discussione e convivialità legati all'esperienza musicale. Questo porta i clienti a essere fortemente fidelizzati e a volersi ritrovare anche tra loro per ricreare una 'community'.²²

²¹ Dall'articolo su *Turismo & Attualità Magazine: Turismo musicale... cit.*, p. 42, (<http://rivista.turismo-attualita.it/2014/09/>), consultato il 15/06/2015.

²² *Ibid*, consultato il 15/06/2015.



Per i tour operator specializzati in viaggi musicali il mercato sta piano piano espandendosi, favorendo la nascita di operatori rivolti prevalentemente o unicamente a questo genere di turismo. Finora però sono stati essenzialmente quattro gli operatori specializzati: il Sipario Musicale e Noteinviaggio a Roma solo per la musica classica, Esatour Opera&Music Travels a Pesaro e Merion a Genova anche per la musica contemporanea. Altri tour operator sono in grado di organizzare dei pacchetti “su richiesta” per determinati eventi musicali; alcuni esempi sono Green Fox, un'agenzia di viaggi di Firenze che offre servizi turistici personalizzati, con una forte attenzione alla musica, alle città d'arte e ai viaggi su misura, o Travel Attitude di Treviso che, accanto ai viaggi per cultura e sport, dedica una sezione del proprio sito internet alla musica, o ancora I Viaggi del Delfino che propone un viaggio negli States all'insegna della musica con partenza Chicago, tappe intermedie Nashville e Memphis e arrivo a New Orleans, o infine Aretina Tour la quale, in occasione del più grande e colorato raduno gitano d'Europa, che avviene il 24 e 25 maggio di ogni anno a Saintes Maries de la Mer (Camargue), offre pernottamenti in hotel, voli low cost, trasferimenti, noleggio auto, escursioni e visite guidate. Solo i quattro tour operator inizialmente citati però fanno del turismo musicale il loro *core business*, avendo aggiunto alle competenze più strettamente turistiche le necessarie competenze musicali.²³

Questi operatori, infatti, vendono principalmente pacchetti che comprendono il biglietto per lo spettacolo, il pernottamento, la cena

²³ Sara d'Urso: *Il turismo musicale*, cit., p. 59.



dopo lo spettacolo e a volte dei tour. Anche il trasporto può essere compreso nel pacchetto se è terrestre, più raramente se aereo. I pacchetti più venduti hanno una durata di 2/3 giorni e, di solito, comprendono il weekend. Prevedono invece generalmente una permanenza più lunga (e sono di conseguenza più costosi) i pacchetti organizzati per i festival: essi comprendono infatti un numero maggiore di biglietti (per 3 o 4 rappresentazioni) e una permanenza di 4 o 5 giorni, oltre ad essere più articolati anche con visite del luogo; il tutto con un filo conduttore unico, calcolato per rendere ancora più prezioso e indimenticabile l'ascolto di un'opera, di un concerto, di un grande interprete.²⁴

Andando nel dettaglio, è interessante passare in rassegna le peculiarità di queste quattro agenzie di viaggio specializzate esclusivamente in turismo musicale.

Il Sipario Musicale viene fondato da Fabrizio Meo nel 1995 ed è il primo tour operator italiano esclusivamente dedicato all'organizzazione di viaggi per gli amanti della musica classica; oggi punto di riferimento assoluto per gli operatori che in Italia e in Europa si dedicano al turismo musicale. Nel 2001 inizia la partnership con il Fondo Ambiente Italiano, grazie alla quale Il Sipario Musicale organizza in tutto il mondo i "viaggi musicali" in esclusiva per il FAI. Nel 2014 Il Sipario Musicale è diventato official partner del Festival Printemps des Arts di Monte-Carlo, prestigiosa rassegna artistica e culturale internazionale e, sempre nello stesso anno, è diventato tour operator e partner ufficiale delle tournée internazionali dell'Accademia di Santa Cecilia, storica istituzione

²⁴ Sara d'Urso: *Il turismo musicale*, cit., p. 60.



musicale romana richiesta in ogni angolo del pianeta.²⁵ Oggi leader assoluto nel panorama internazionale, l'agenzia si occupa principalmente di manifestazioni colte, pertanto destinate ad una clientela d'élite. Il cliente medio è il pensionato, l'imprenditore o l'alto dirigente con una capacità di spesa medio-alta.²⁶ Il Sipario Musicale differenzia la sua offerta in viaggi "con accompagnatore" e viaggi "individuali"; oltre alle proposte di viaggio in date speciali, come Capodanno o Natale. Di seguito vengono riportati, come esempio, alcuni viaggi con accompagnatore proposti nel catalogo per il prossimo settembre 2015:

Settembre si apre con un viaggio in collaborazione con il FAI a Milano dove si esibiranno Gustavo Dudamel, Daniel Harding e Yuriy Temirkanov. Il viaggio, accompagnato da Carla Moreni, critico musicale de *Il Sole 24 Ore*, sarà un'occasione per ammirare le magnifiche architetture di EXPO e visitare quella che si preannuncia come la più importante mostra su Giotto mai realizzata. Il secondo viaggio di settembre, sempre accompagnato da Carla Moreni, sarà a Bucarest, la "Parigi dei Balcani" ormai tornata al suo antico splendore. Un viaggio all'insegna del lusso e dell'eleganza in concomitanza con quattro concerti che vedono protagonisti autentiche leggende della musica: Yuriy Temirkanov, i fratelli Capuçon, Pierre Laurent Aimard. Settembre si chiude con Chicago, dove si esibiranno Riccardo Muti e il grande Maurizio Pollini. Un'occasione per scoprire la città che ha

²⁵ Dal sito de Il Sipario Musicale

(http://www.ilsipariomusicale.com/public/pdf/SiparioMusicale_Presentazione_2014.pdf), consultato il 15/06/2015.

²⁶ Sara d'Urso: *Il turismo musicale*, cit., p. 60



dato i natali ai grattacieli e che, ancora oggi, dà la possibilità di ammirarne l'evoluzione architettonica.²⁷

Tra i viaggi “individuali” viene invece segnalato, per esempio, il celebre Festival di Bayreuth, dedicato alla musica wagneriana, per il quale il sito garantisce “offerte davvero imperdibili”. Generalmente un pacchetto comprende il pernottamento per una o più notti in camera doppia, la colazione e la cena dopo spettacolo, il biglietto per l'opera o i biglietti per più concerti se si tratta di festival, ed eventuali visite guidate ed escursioni, inclusive degli ingressi. Il costo medio per un pacchetto di 2 o 3 giorni (1 o 2 pernottamenti) in Italia è circa 400€. Diventano più costosi i soggiorni più lunghi in occasione di festival musicali che prevedono la partecipazione a più concerti.

Nel corso degli anni Il Sipario Musicale ha sempre avuto modo di arricchire la sua proposta, aumentando il numero di viaggiatori e di destinazioni raggiunte. Oggi registra un fatturato di 3.500.000 euro, è capillarmente radicato sul territorio italiano, lavora ogni anno con oltre 400 tra associazioni e tour operator stranieri e più di 8.000 clienti (di cui 6.000 clienti privati italiani). L'azione di comunicazione e promozione dell'azienda si concentra soprattutto sui cataloghi quadrimestrali (pubblicati con una tiratura di 12.000 copie e distribuiti anche presso le più prestigiose istituzioni musicali italiane) e sul sito web aggiornato in

²⁷ Dal catalogo PDF sul sito de Il Sipario Musicale

(<http://www.ilsipariomusicale.com/catalogo.pdf>), p.3, consultato il 15/06/2015.



Università
Ca' Foscari
Venezia

tempo reale, che registra oltre 2.000 visite mensili (il 44% delle quali dall'Italia).²⁸

Noteinviaggio nasce nel 2006 dalla collaborazione tra il tour operator Alderan e l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia di Roma. Prevede concerti e spettacoli inseriti nel cartellone delle maggiori istituzioni musicali europee e, nella fattispecie, distingue tra viaggi “con il Musicologo” e “Nostre Proposte”; oltre ai viaggi per le occasioni speciali, come Natale o Capodanno. I primi sono itinerari dedicati ai più appassionati. Prevedono conferenze introduttive ai concerti nonché visite a luoghi normalmente non accessibili al grande pubblico, a mostre di particolare rilievo e ad edifici significativi da un punto di vista storico-artistico. Le “Nostre Proposte” includono i servizi turistici di base e alcuni importanti appuntamenti culturali (concerti, spettacoli d'opera, visite guidate), lasciando però molto tempo a disposizione per approfondire autonomamente i propri interessi. Una parte del sito internet è anche dedicata ai “Viaggi su misura”, che vengono organizzati dall'agenzia dopo aver riempito un formulario online con le caratteristiche del viaggio desiderato.

Esatour Opera&Music Travels nasce nel 1997 a Pesaro e si occupa di turismo incoming, cioè dall'estero verso l'Italia, collegato agli eventi di musica sia classica sia contemporanea e agli eventi sportivi come Calcio, rugby, motociclismo, formula 1, tennis e automobilismo. Vende

²⁸ Dal sito de Il Sipario Musicale, cit., consultato il 15/06/2015.



essenzialmente biglietti per le manifestazioni musicali a cui si uniscono tutta una serie di servizi turistici.²⁹

Merion, infine, è un altro incoming tour operator dal 1989, specializzato in turismo d'arte e turismo musicale con sede a Genova. Oltre ad offrire itinerari culturali qualificati, vende anche servizi peculiari quali l'allestimento di una mostra privata, l'affitto di un intero teatro (ad esempio per incontri aziendali) e l'organizzazione di incontri con personalità della cultura, della musica e dell'arte. Il loro pacchetto medio per un fine settimana in Italia, per assistere ad un'opera in teatro, si aggira dai 250 ai 300€ e comprende un pernottamento in albergo a 4 stelle, in camera doppia con colazione a buffet, e il biglietto di seconda o terza categoria per l'opera.³⁰

Come si è visto, dunque, la musica, sia che si tratti di musica classica, sia che si tratti di musica leggera, può assumere un ruolo di elemento qualificante dell'offerta turistica, divenendo un aspetto importante nell'economia del turismo. La promozione del turismo musicale consente, infatti, sia il potenziamento qualitativo dell'offerta per i turisti che abitualmente scelgono una prolungata permanenza in una determinata area, sia la costruzione di motivi di forte attrattività per coloro che considerano l'area stessa una meta vacanziera solo transitoria. La musica, inoltre, facilita il verificarsi di occasioni che favoriscono la destagionalizzazione dei flussi turistici, dal momento che il turista culturale, e musicale nello specifico, si ritaglia delle ferie *ad hoc*, spesso

²⁹ Sara d'Urso: *Il turismo musicale*, cit., p. 60

³⁰ *Ibid*



Università
Ca'Foscari
Venezia

brevi, per coltivare le sue passioni e per soddisfare il suo desiderio di conoscenza.³¹

³¹ Sara d'Urso: *Il turismo musicale*, cit., p. 43.



I casi di studio

SOMMARIO: 2.1 Handel House Museum. – 2.1.1 Analisi del prodotto culturale. – 2.1.2 Le politiche di prezzo. – 2.1.3 La comunicazione. – 2.1.4 I canali di distribuzione e i progetti futuri. - 2.2 Benjamin Franklin House. - 2.2.1 Analisi del prodotto culturale. - 2.2.2 Le politiche di prezzo. - 2.2.3 La comunicazione. - 2.2.4 I canali di distribuzione e i progetti futuri. - 2.3 Charles Dickens Museum. – 2.3.1 Analisi del prodotto culturale. – 2.3.2 Le politiche di prezzo. – 2.3.3 La comunicazione. - 2.3.4 I canali di distribuzione e i progetti futuri.

2.1 *Handel House Museum.*

Ben due palazzi a Brook Street vantano la targa commemorativa blu, caratteristica delle case storiche londinesi. Qua infatti troviamo le dimore di due famosi musicisti: George Frideric Handel, che visse al numero 25 dal 1723 fino alla sua morte nel 1759, e Jimi Hendrix, il quale soggiornò al numero 23 dal 1968 al 1969.

Le stanze della casa di Handel sono state accuratamente ristrutturare, tinteggiate col colore originale dell'epoca e arredate con una mobilia tardo barocca proveniente da diversi musei inglesi per ricreare lo stile dei primi decenni del 1700. Il museo oggi comprende entrambi i numeri civici (il 23 e il 25): i muri di confine tra le due case sono stati infatti aperti per permettere il libero passaggio da un ambiente all'altro ma al n. 23 le stanze di Jimi Hendrix contengono spazi ricreativi e



Università
Ca'Foscari
Venezia

mostre temporanee riguardanti Handel e il suo periodo storico. Solamente a partire dal 2014 il museo ha ricevuto un finanziamento dalla Heritage Lottery Fund per ridare finalmente giusta dignità alla casa di Hendrix, mettendo in progetto la ricostruzione delle stanze del famoso chitarrista come si presentavano a fine anni '60, basandosi sulle informazioni a noi pervenute dalla sua ex compagna e dalle tracce di tessuto trovate tra le assi del pavimento.

Handel si trasferì a Londra nel 1712, a 27 anni, e fu uno dei protagonisti della musica strumentale e d'opera per quasi mezzo secolo. Si conosce molto poco riguardo la sua vita al di fuori dell'ambito musicale: non si sposò mai, né ci sono pervenute informazioni riguardanti relazioni amorose, non avendo egli lasciato alcun diario o lettera in particolare. È però risaputa la sua generosità nei confronti del Foundling Hospital, per il quale egli raccolse l'enorme somma di £10,000 attraverso le performance annuali del *Messiah* e le sue stesse donazioni.

Dal 1713, Handel ricevette annualmente dalla Regina Anna di Inghilterra una pensione di £200, che rimase invariata anche quando l'elettore di Hannover divenne re Giorgio I d'Inghilterra, nel mese di agosto 1714. La sua posizione sociale era dunque sicura e abbastanza agiata da potersi permettere una delle case a Brook Street, via locata nell'aristocratica zona residenziale chiamata Myfair, che aveva visto la luce tra il 1717 e il 1726 quando il costruttore George Barnes decise di investire nella costruzione di nuovi immobili, e che già ospitava figure illustri come Sir John Avery e il deputato John Monckton. In



Università
Ca'Foscari
Venezia

qualità di cittadino non inglese, il compositore sarebbe stato impossibilitato a comprare la casa una volta arrivato in Inghilterra, così continuò ad affittarla, anche dopo la sua naturalizzazione come cittadino britannico, avvenuta nel 1727 grazie ad una delle ultime disposizioni ufficiali di re Giorgio I. Dopo la sua morte, la casa venne presa in gestione dal suo domestico, John Du Burk, il quale la trasformò probabilmente in una piccola pensione fino al 1772. Nel 1905 fu convertita in un negozio dal commerciante d'arte C. J. Charles, il quale restaurò la facciata dei primi due piani e rivoluzionò radicalmente gli interni. Nel 1971 la proprietà fu acquistata dalla Co-operative Insurance Society, la quale diede in locazione le stanze alla Handel House Trust.

Quando Handel arrivò in Inghilterra poteva già vantare la diretta conoscenza con Giorgio I, iniziata ad Hannover quando il futuro re era elettore e Handel era maestro di cappella. Con la Royal Academy of Music, fondata dal compositore nel 1719 assieme a Lord Burlington e Lord Chandos, Londra divenne in breve tempo uno dei più importanti centri europei dell'opera a quel tempo. Quando l'accademia fallì, Handel andò in Italia alla ricerca di nuovi cantanti, per avventurarsi poi in una nuova impresa con James Heidegger, manager del King's Theatre. Ora, i dipinti di George I, Lord Burlington e Heidegger si trovano nella prima stanza visitabile del museo, la London Room.

Nel 1733 il principale avversario di Handel e della sua accademia era l'Opera of the Nobility, formata da un gruppo di aristocratici diretti da Frederick, Principe del Wales. Apparentemente stanchi del carattere



Università
Ca' Foscari
Venezia

autoritario del maestro di Hannover, la maggior parte dei cantanti del compositore disertarono verso la compagnia rivale, guidati dal castrato Senesino. Handel da questo momento iniziò ad inscenare opere sempre nuove nel King's Theatre di Covent Garden, dove sperimentò anche la forma dell'oratorio, solitamente cantato in lingua inglese e basato su temi religiosi. Soffrì di un ictus nel 1737, probabilmente dovuto allo stress di scrivere e produrre tre nuove opere in otto mesi e, nel 1739, si trasferì nuovamente, questa volta nel più modesto Lincoln's Inn Fields Theatre, dove si arrese alle continue richieste del pubblico per una stagione operistica totalmente in inglese. Lasciò poi Londra per Dublino nel 1741 per presentare i suoi due nuovi lavori: *Messiah* e *Samson*. Dopo il suo ritorno a Londra, Handel abbandonò definitivamente l'opera, così, nel 1744, venne ingaggiato al King's Theatre dove presentò la sua prima stagione completa di oratori in inglese (tra i quali *Hercules* e *Belhazzar*) con biglietti venduti in abbonamento. La stagione però fu un completo disastro e il maestro soffrì in quel periodo di un esaurimento nervoso; così successivamente limitò le sue ambizioni alle sole stagioni quaresimali a Covent Garden, vendendo biglietti unici per singole performance.

Nel frattempo, il maestro di Halle stava ottenendo una buona popolarità con dei pezzi patriottici come il *Te Deum*, che celebrava la vittoria di Giorgio II contro i francesi nel 1743 durante la guerra di successione austriaca, e il *Judas Maccabaeus* del 1747, un omaggio al Duca di Cumberland, fratello di Frederick principe di Galles, di



Università
Ca' Foscari
Venezia

ritorno vittorioso dalla Scozia, con libretto di Thomas Morell. Ebbe inoltre grande successo la prova della *Music for the Royal Fireworks* presso i Vauxhall Pleasure Gardens nel 1749, che commemorava la fine della guerra, attirando oltre 20,000 spettatori. Nonostante ciò, la prima performance che si tenne a Green Park fu un completo fiasco, dovuto innanzitutto ad una leggera pioggia la quale trasformò i fuochi d'artificio in petardi umidicci; uno dei padiglioni, inoltre, si incendiò e come se non bastasse l'architetto della mostra venne arrestato per aver sguainato la spada contro l'organizzatore dell'evento.

Nel 1752, successivamente ad un altro ictus, Handel perse quasi completamente la vista, mettendo così fine all'attività compositiva. Con l'aiuto di J. C. Smith, fu capace di revisionare e modificare le sue opere e dirigere le stagioni di oratorio, mentre continuava ad esibirsi nei concerti per organo, suonando a memoria i suoi pezzi. Malgrado i continui alti e bassi della sua carriera, Handel fu in grado di lasciare un'eredità di ben £20,000, che successivamente andarono divisi secondo le volontà nel suo testamento.

La visita del museo inizia dal secondo piano del n. 25, dove è stata costruita in tempi più recenti un'altra stanza, la Audio Visual Room, nella quale è proiettato un breve documentario introduttivo su Handel e la sua esperienza londinese. Passata questa, si entra nella vera e propria casa storica del compositore: i muri sono stati rivestiti con pannelli di legno, copiando lo stile settecentesco ancora esistente ai nn. 27 e 29 della stessa via e colorati con l'originale pittura grigia, ritrovata negli stipiti delle porte, sotto ben 27 strati di colore. La visita



degli effettivi ambienti storici, dunque, inizia con la stanza adibita a guardaroba (la Dressing room), che contiene oggi quadri raffiguranti poeti e intellettuali contemporanei ad Handel e che il compositore conosceva personalmente. Subito dopo si entra nella stanza da letto, ricostruita secondo le descrizioni dell'inventario stilato dopo la morte del musicista, dove, nel 1759, Handel trascorse i suoi ultimi giorni di vita. Nello stesso piano, al n. 23, vi è un'area ricreativa per le famiglie e i visitatori più piccoli, oltre che un piccolo prospetto informativo riguardante Jimi Hendrix, mentre, scendendo le scale, al primo piano vengono allestite esibizioni temporanee riguardanti la vita e le opere di Handel. È presente al primo piano anche un ritratto dell'autore, datato 1756, precisamente nella Composition room, dove probabilmente l'autore compose la maggior parte delle sue opere, compreso il *Messiah*. Collegata a questa stanza troviamo la stanza delle prove e degli spettacoli (Rehearsal and Performance room), nella quale si possono ammirare i ritratti di Faustina Bordoni e Susannah Cibber, due famose soprano che presero parte a numerose opere del compositore. Sappiamo che Handel tenne delle prove in questa stanza dopo che si trasferì a Covent Garden nel 1734, probabilmente perché l'auditorium del teatro, dato il ricco programma di eventi, non era sempre a disposizione. L'inventario stilato nel 1759 non menziona l'esistenza di tende in questa camera, le quali neanche ad oggi sono incluse nell'arredamento, quasi certamente perché si rischiava di peggiorare l'acustica. Qua venivano invitati anche i vicini e gli amici, i quali avevano in questo modo la possibilità di partecipare alle prove



dei nuovi lavori. Oggi la stanza contiene una riproduzione del 1998 del clavicembalo di Handel (l'originale era un Hans Ruckers del 1612) il quale viene usato da professionisti e studenti per prove e lezioni di musica, oltre che durante i concerti organizzati ogni giovedì sera dal museo.

L'opportunità di ascoltare la musica di Handel, negli spazi dove essa fu concepita, non ha dunque ancora perso di popolarità nel corso dei decenni.

2.1.1 *Analisi del prodotto culturale.*

Dai dati che ci sono stati forniti possiamo avere una visione totale del prodotto culturale in questione e comprendere attraverso quali mezzi e strategie esso viene presentato al pubblico.

Il prodotto culturale di cui ci occupiamo è essenzialmente la visita alla casa-museo; nel corso degli anni essa si è arricchita di servizi accessori pensati per avvicinare alla musica e al mondo di Handel gli attuali e potenziali consumatori, nonché per permettere di differenziare il prodotto museale da quello di altre aziende concorrenti, in un'era in cui il discorso sull'interattività dei musei per eliminare il gap tra ente e visitatore è ormai all'ordine del giorno.

L'esperienza al Handel House Museum può comprendere:

- Concerts del giovedì nelle stanze storiche della casa.
- Saturday Talk.
- Exhibition Walking Tour.



Di seguito forniamo l'esempio di una mensilità (settembre 2014) di eventi alla casa-museo, dal calendario facilmente reperibile nel sito internet (*figura 1.1*)³²:

figura 1.1

May 2015							today	◀	▶
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat			
26	27	28	29	30	1	2			
A Year in the Life of Handel: 1738 01/10/2014 - 28/08/2015									
						Saturday Talk: Handel's Sacred Works 15:00 - 15:20			
3	4	5	6	7	8	9			
A Year in the Life of Handel: 1738 01/10/2014 - 28/08/2015									
				Hidden Architecture 18:30 - 19:30					
10	11	12	13	14	15	16			
A Year in the Life of Handel: 1738 01/10/2014 - 28/08/2015									
		BHS Recital: A Well-Tempered Assortment 18:30 - 19:30		The Thief, the Priest, and the Lover 18:30 - 19:30		Saturday Talk: Handel in Westminster 15:00 - 15:20			
17	18	19	20	21	22	23			
A Year in the Life of Handel: 1738 01/10/2014 - 28/08/2015									
				London Sonatas 18:30 - 19:30					
24	25	26	27	28	29	30			
A Year in the Life of Handel: 1738 01/10/2014 - 28/08/2015									
Composition-in- Progress - CANCELLED 14:00 - 15:00				Bach to Couperin 18:30 - 19:30		BHS Masterclass 14:00 - 15:30 Exhibition Talk: A Year in the Life of Handel 15:00 - 15:20			
31	1	2	3	4	5	6			
A Year in the Life of Handel: 1738 01/10/2014 - 28/08/2015									
				'The a la mode Musicians' 18:30 - 19:30		The Castrato Enigma 15:00 - 15:20			

³² Dal sito internet del Handel House Museum (<http://www.handelhouse.org/whats-on/calendar>), consultato il 15/06/2015.



Università
Ca'Foscari
Venezia

I concerti del giovedì sera sono un appuntamento immancabile per molti amici della Handel House: hanno la durata di un'ora circa e comprendono musiche di Handel ma anche di altri compositori barocchi, o, quantomeno, vengono utilizzati gli strumenti presenti in epoca barocca. Si svolgono sempre nella stanza delle prove (Rehearsal and Performance room), la quale ha una capienza di circa 20 persone, e per assistervi bisogna essere in possesso di un ticket speciale a prezzo maggiorato rispetto all'ingresso intero, poiché comprendente il concerto ma anche la visita facoltativa al museo.

In questa occasione, la casa, che solitamente durante la settimana chiude al pubblico alle ore 18, rimane aperta fino alle ore 20, permettendo anche agli spettatori di visitare le altre stanze storiche.

Il "Saturday talk", invece, è essenzialmente una piccola conferenza a porte aperte tenuta da un volontario del museo e, come cita la pagina internet dedicata: "suitable for all levels of knowledge"³³. I Talk hanno una durata media di 15-20 minuti e si svolgono il sabato alle 15:00 (salvo diversa indicazione). Per assistervi, in questo caso, non c'è bisogno di alcun biglietto aggiuntivo.

Sporadicamente il museo organizza anche dei piccoli tour a piedi che toccano gli itinerari londinesi pertinenti ad Handel e al suo mondo: ad esempio il giro turistico che ha avuto luogo il 17 agosto 2014, a cui hanno partecipato anche i volontari della Handel House, riguardava i siti chiave associati alla famosa attrice-soprano Susannah Cibber, con

³³ "Adatta per tutti i livelli di conoscenza", dal sito internet del Handel House Museum (<http://www.handelhouse.org/whats-on/saturdaytalks>) consultato il 15/06/2015.



partenza da Covent Garden e arrivo al museo. In questo caso era necessaria la prenotazione e l'acquisto di un biglietto a prezzo speciale.

Questi eventi occasionali si mescolano all'esibizione temporanea che il museo allestisce nelle stanze del primo piano del n. 23 di Brook Street. Nel 2014, da febbraio a settembre, per celebrare il trecentenario della sua nascita, l'Handel House Museum ha presentato una mostra sulla vita e l'opera di Susannah Cibber; una delle attrici più importanti del XVIII secolo, diventata famosa dopo la commovente performance dell'aria "He Was Despised" alla prima del *Messiah* nel 1742. Il programma invece per l'esibizione in corso, visitabile dal primo ottobre 2014 fino al 28 giugno 2015 è reperibile anche online e si focalizza su un anno in particolare nella vita del compositore: il 1738.³⁴

È fondamentale sottolineare, prima di proseguire, che l'Handel House è un museo del tutto singolare, poiché comprende anche la seconda abitazione un tempo affittata da Jimi Hendrix. Un articolo del quotidiano inglese The Guardian afferma come segue, a proposito della presenza di Hendrix all'interno del Handel House Museum: «[...] The museum managers have got used to a steady procession of visitors who are often startled to learn that another musician shared

³⁴ Dal sito internet del Handel House Museum (<http://www.handelhouse.org/whats-on/exhibitions>), consultato il 15/06/2015.



their hero's space»³⁵, enfatizzando come i visitatori interessati a Handel accolgano favorevolmente questo dato curioso. In realtà, questa peculiarità si è trasformata in una strategia di marketing che ha permesso l'arrivo non solo di appassionati della musica di entrambe le epoche, ma anche di molti fan del solo cantautore statunitense; i quali però non hanno ancora potuto soddisfare la loro curiosità, poiché le stanze dell'appartamento di Hendrix contengono pannelli illustrativi e oggetti relativi a Handel e al suo lavoro. Gli appassionati del chitarrista rock si dovranno quindi accontentare della targa commemorativa blu posta nella facciata del n. 23 di Brook Street e di un piccolo angolo del secondo piano dello stesso appartamento, dove è stata allestita una vetrinetta con un vinile e un prospetto informativo sulla vita dell'artista.

Hendrix, che tornò a Londra dopo il 1968, quando aveva trascorso gran parte del suo tempo in sala di registrazione e in un tour negli Stati Uniti, andò ad abitare queste stanze che la sua fidanzata di allora, Kathy Etchingham, aveva affittato per l'estate. Per tre mesi Hendrix utilizzò la casa come la sua base, dando interviste, scrivendo nuove canzoni, e preparandosi per i suoi concerti presso la Royal Albert Hall. Nell'apprendere che Handel visse nella casa accanto si recò con Kathy allo One Stop Record Shop di South Molton Street e comprò

³⁵ «[...] I gestori del museo sono abituati ad una processione costante di visitatori che sono spesso sorpresi di apprendere che un altro musicista ha condiviso lo stesso spazio del loro eroe.»

Dall'articolo sulla rivista The Guardian: "Jimi Hendrix's London flat to become permanent museum" del 30/12/2013 (<http://www.theguardian.com/music/2013/dec/30/jimi-hendrix-london-flat-museum>), consultato il 15/06/2015.



alcuni album classici, tra cui il *Messiah* e la *Water Music*, ovviamente di Handel. La mattina del 18 settembre 1970, venne trovato morto non in questa abitazione ma in una stanza del Samarkand Hotel, al n. 22 di Lansdowne Crescent; ma il n. 23 Brook Street rimane comunque l'unica sua residenza ufficialmente riconosciuta nel mondo, soprattutto a partire dal 14 settembre del 1997, quando è stata insignita della “English Heritage Blue Plaque” che commemora la vita e il lavoro del cantante.

Sono previsti e già finanziati progetti di restauro delle stanze di Jimi Hendrix, così da riportarle a come si presentavano nel 1968.³⁶

2.1.2 *Le politiche di prezzo.*

Il museo attua una politica di marketing intensivo, servendo un certo numero di segmenti di mercato. Esso infatti si rivolge a diverse tipologie di turisti: sia ad un tipo di turista più esperto in campo musicale e in particolar modo interessato ad approfondire la vita e l'operato di Handel, sia a musicofili che si sono avvicinati alla musica del compositore grazie ad un ascolto più o meno consapevole; sia a tutti quei turisti provvisti di una card che assicura loro l'ingresso gratuito in una lista di musei specifici (si vedranno in seguito le promozioni vigenti).

Vediamo ora quali prezzi adotta il museo per i diversi visitatori:

- £6.50 intero.

³⁶ Si veda il paragrafo 1.4 *I canali di distribuzione e i progetti futuri.*



Università
Ca' Foscari
Venezia

- £5.50 ridotto: agevolazione applicata ai visitatori oltre i 60 anni, agli studenti e alle persone disabili.
- £2.00 bambini (5-16 anni). I bambini godono dell'ingresso gratuito i sabati e le domeniche.
- Ingresso gratuito per i bambini sotto i 5 anni, Amici della Handel House, possessori di National Art Pass, London Pass e accompagnatori di visitatori disabili.
- Membri della National Trust: £3.25 intero, £2.75 ridotto e gratuito per i bambini.

A questi si aggiungono i prezzi per gli eventi del giovedì sera:

- £9 intero.
- £5 ridotto per gli studenti.

Entrando ora nello specifico delle riduzioni applicate, passiamo in rassegna le caratteristiche e peculiarità degli “Amici della Handel House” e dei possessori di National Art Pass e London Pass.

Diventando “Amici” si gode dell'ingresso gratuito alle stanze del museo, inoltre le informazioni e la possibilità di prenotarsi agli eventi e ai workshop sono inviate in anticipo e in maniera prioritaria. La donazione, come si legge nella pagina web del museo: “will enable us to continue our education programme, and develop our partnership with the Royal National Institute of Blind People”³⁷.

³⁷ "Ci permetterà di continuare il nostro programma di formazione e sviluppare la nostra collaborazione con il Royal National Institute of Blind People", dal sito internet del Handel House Museum (<http://www.handelhouse.org/support/friends>), consultato il 15/06/2015.



Si può scegliere tra tre diversi livelli di membership³⁸:

- Aria Supporters, da £40: Comprende l'ingresso gratuito e illimitato per una persona per un anno, newsletter riguardanti gli eventi e i concerti al museo per tre volte l'anno e periodo prioritario di prenotazione su tutti gli eventi presso la Handel House.
- Sonata Supporters, da £75: Comprende l'ingresso gratuito illimitato per 2 persone per un anno, newsletter riguardanti gli eventi e i concerti al museo per tre volte l'anno, periodo prioritario di prenotazione su tutti gli eventi presso la Handel House e inviti agli eventi riservati agli Amici.
- Cantata Supporters, da £175: Comprende l'ingresso gratuito illimitato per 2 persone per un anno, newsletter riguardanti gli eventi e i concerti al museo per tre volte l'anno, periodo prioritario di prenotazione su tutti gli eventi presso la Handel House e inviti agli eventi riservati agli Amici. In aggiunta, il diario della Handel House in omaggio e inviti agli eventi riservati ai supporter.

La National Art Pass è una tessera rilasciata ai benefattori iscritti alla “Art Fund”, un ente di beneficenza registrato in Inghilterra, Galles e Scozia. Questa card in abbonamento annuale dà l'ingresso gratuito in oltre 200 musei, gallerie, dimore storiche e castelli in tutto il Regno Unito e fino al 50% di sconto sulle grandi mostre. Essa contribuisce a raccogliere milioni di sterline ogni anno per aiutare l'Art Fund ad

³⁸ Dal sito internet del Handel House Museum, cit., consultato il 15/06/2015.



acquistare grandi opere d'arte per le collezioni pubbliche. Diventare possessori della National Art Pass comporta un costo annuale variabile dai £42.75 ai £57 per il singolo, £72 per le famiglie e £21.75 per gli under 26.

Infine la London Pass, una tessera dedicata alla visita turistica della capitale inglese che, dal 1999 a oggi, è stata comprata da 2,655,338 visitatori³⁹.

Prenotabile online, viene recapitata direttamente a casa o si può ritirare in uno dei 3 uffici presenti nel territorio londinese. Permette l'ingresso gratuito a tutta una serie di edifici storici, musei, luoghi d'interesse, gallerie d'arte, crociere sul Tamigi, ecc. e prevede anche una lista di offerte presso i negozi e i ristoranti partner.

Essa ha un costo variabile in dipendenza dal suo periodo di validità: dai £49 per una giornata ai £108 per sei giorni.

La Handel House è poi finanziata dalla National Trust, la quale protegge e sovvenziona alcuni degli spazi e dei luoghi più importanti in Inghilterra, Galles e Irlanda del Nord. Questa fondazione senza scopo di lucro si occupa di case storiche, giardini, mulini, coste, foreste, boschi, paludi, spiagge, campi agricoli, brughiere, isole, resti archeologici, riserve naturali, villaggi e pub; della loro sistemazione o restauro e della loro fruibilità.

Per il singolo visitatore che ha sottoscritto un abbonamento annuale di £58 è previsto l'ingresso a metà prezzo alla Handel House.

³⁹ Dal sito di London Pass (<http://www.londonpass.it/>), consultato il 15/06/2015.



Università
Ca'Foscari
Venezia

Il museo si è reso disponibile a fornire anche informazioni specifiche e dettagliate sulla percentuale di consumatori entrati nel museo con biglietto intero o con carte e promozioni speciali, negli corso degli ultimi quattro anni: noi ci focalizzeremo in un periodo più limitato, nello specifico da gennaio al 19 settembre 2014 (*figura 1.2*):

figura 1.2



Università
Ca' Foscari
Venezia

Handel House Museum

Printed on 19 Sep 2014 10:06

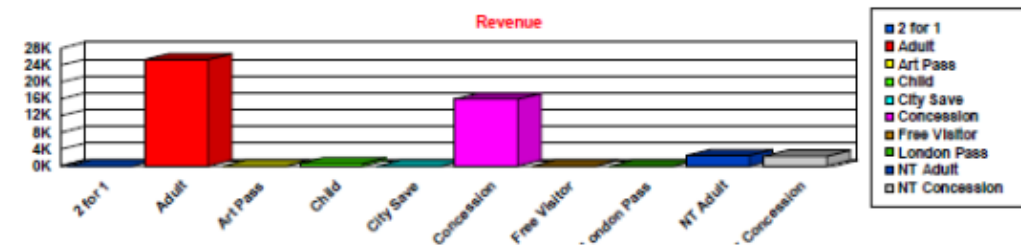
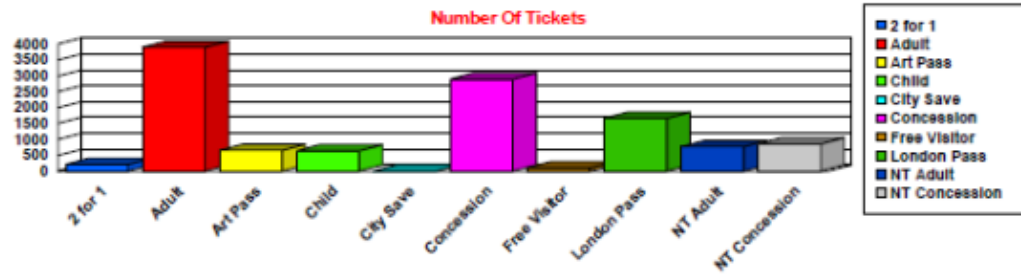
Printed by Ella Roberts

Report # M303

Sales Breakdown By Price Type

Event Date From: 01/01/14 To 19/09/14 Show: All

Price Types	# of Tickets	Value Sold	Avg. Price	% of total
2 for 1	213	0.00	0.00	1.81%
Adult	3,898	25,337.00	6.50	33.21%
Art Pass	658	0.00	0.00	5.61%
Child	641	608.00	0.95	5.48%
City Save	3	0.00	0.00	0.03%
Concession	2,897	15,933.50	5.50	24.68%
Free Visitor	108	0.00	0.00	0.92%
London Pass	1,674	0.00	0.00	14.28%
NT Adult	776	2,522.00	3.25	6.61%
NT Concession	868	2,387.00	2.75	7.40%
Grand Total	11,736	46,787.50	3.99	100.00%



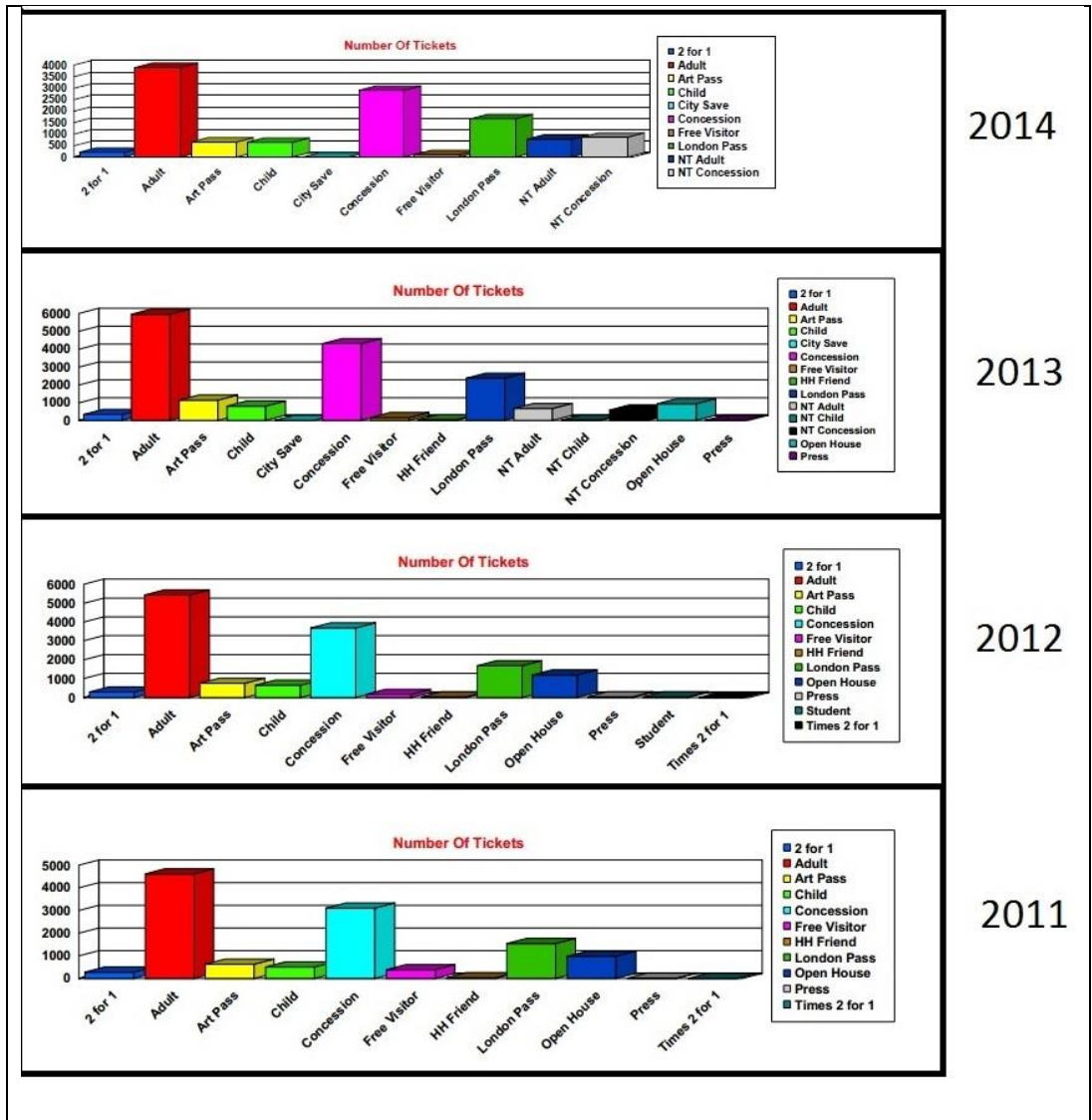


Università
Ca'Foscari
Venezia

Come si può notare, le principali fasce di consumatori sono quelle sprovviste di speciali carte turistiche, siano essi adulti o studenti/anziani.

Spicca però il dato numerico riguardante i possessori della London Pass: anno dopo anno è il metodo turistico più utilizzato per visitare la Handel House, come dimostra la *figura 1.3*:

figura 1.3



La Card infatti è il metodo più pubblicizzato per visitare Londra, tanto che il link che porta direttamente al sito internet della London Pass è presente nella Home Page del sito Visitlondon.com, sito di proprietà della London & Partners, azienda ufficiale di promozione per la città



di Londra. Essa promuove la città attirando imprese, eventi, congressi, studenti e visitatori di tutto il mondo nella capitale inglese.⁴⁰

2.1.3. *La comunicazione.*

Obiettivo di una comunicazione efficace, che ha luogo in tutto l'arco del processo di acquisto, consumo e relazione, è non solo informare il consumatore ma anche convincerlo al consumo del prodotto/servizio culturale, stimolare la ripetizione all'acquisto e rafforzare il suo convincimento ad aver fatto la scelta giusta.

Il museo ha rivolto la sua attenzione innanzitutto nella creazione di partnership con organizzazioni culturali come la National Trust o altre realtà a confronto minori ma pur sempre importanti, tra le quali spicca la “London Shh...”.

La London Shh... (Small Historical Houses), fondata nel 2008, è una società che comprende undici tra le case storiche londinesi, tutti enti di beneficenza e si rivolge ad un tipo di turismo al di fuori dei grandi flussi. L'organizzazione permette non solo di godere della pubblicità nel proprio sito web ma fornisce ai visitatori la possibilità di noleggiare le abitazioni per matrimoni, cerimonie e conferenze di alta qualità. Lo scopo di questa particolare collaborazione è dunque non solo la pubblicità turistica ma lo sviluppo del prodotto attraverso il proprio utilizzo da parte del consumatore, stimolando la

⁴⁰ Dal sito internet di visitlondon.com (<http://www.visitlondon.com/>), consultato il 15/06/2015.



partecipazione di altri segmenti di clientela non puramente escursionistica.⁴¹

Gli strumenti privilegiati di comunicazione per la casa storica di Brook Street sono:

- La Newsletter mensile: con più di 2100 contatti nella mailing-list essa mantiene aggiornati sugli eventi, le promozioni, le novità e le modalità di fruizione.
- La Pubblicità: attraverso le locandine turistiche nei check point degli aeroporti e dei luoghi ad alta frequentazione turistica e attraverso i banner pubblicitari nella metropolitana londinese⁴².
- Le riprese TV: comprendenti emittenti inglesi e d'oltremarica. Recenti progetti includono documentari per la BBC, ITV e UKTV.
- Il sito web: nel quale sono disponibili la grande maggioranza delle informazioni e dei contenuti sul museo. Esso è attivo da Novembre 2011 e ha già registrato un responso positivo per l'attrazione di turisti e per la diffusione di contenuti culturali, quali Podcast, sinossi delle opere di Handel, informazioni biografiche sull'autore e la casa e interviste ai manager.

⁴¹ Dal sito internet di "London Shh..." (<http://www.londonshh.org/about.html>), consultato il 15/06/2015.

⁴² Ci è stato fornito un dato statistico non irrilevante sulla pubblicità nella metropolitana di Londra: nel periodo 25 marzo - 7 aprile 2014 sono state prese in considerazione 25 fermate tra la zona 1 e la zona 3 della capitale, comprese 4 tra le più affollate: Bond Street, Westminster, Waterloo e Victoria Station. È stato calcolato un utenza di viaggiatori pari a 2,458,698 persone ed un pubblico raggiunto di 763,763 individui, per una copertura totale del 31,1%.



- I Social Media: fonte privilegiata dell'informazione a costo zero per ogni azienda, le pagine Facebook e Twitter contano rispettivamente 2261 e 1345 followers in tutto il mondo, dai quali ogni giorno la Handel House riceve feedback diretti dal pubblico di ogni fascia ed età.
- La Brochure degli eventi: disponibile all'interno del museo, il piccolo fascicolo contiene tutte le informazioni sugli eventi, i concerti e le novità della stagione in corso.

Realizzando una comunicazione focalizzata prevalentemente sulle nuove tecnologie il museo riesce ad essere alla portata di mano di ogni turista desideroso di farne esperienza, non solo attraverso l'informazione di base ma con l'ulteriore aggiunta di contenuti interattivi che stimolano la visita alla casa storica e inducono a ripetere l'esperienza di consumo culturale. Questa metodologia permette una distribuzione del prodotto culturale non solo nella sede museale ma anche virtualmente.

2.1.4. *I canali di distribuzione e i progetti futuri.*

La distribuzione del prodotto turistico deve essere presa in esame ponendo attenzione ad un'importante caratteristica, in quanto il suo obiettivo è quello di portare il prodotto verso il consumatore e non viceversa come accade nella distribuzione dei beni materiali, assicurando ai viaggiatori tutte le informazioni di cui hanno bisogno per selezionare l'acquisto più idoneo alle loro esigenze. I vari attori, o



per meglio dire gli intermediari, hanno una forte influenza sul processo decisionale del target e del consumatore finale nel settore di mercato prescelto.⁴³

Nel caso della Handel House, essendo questa una piccola casa storica, il canale di distribuzione privilegiato è quello diretto col consumatore: la distribuzione avviene in loco o tramite l'utilizzo del call center negli uffici.

Non sono però di poca rilevanza i progetti preventivati per il futuro prossimo, quando si interverrà architettonicamente in entrambi gli appartamenti che costituiscono il museo.

In un'intervista condotta personalmente nell'agosto del 2014 alla Development Manager, la signora Elizabeth Nicholson, si parlava di un finanziamento di 1 milione e 200 mila sterline da parte della Heritage Lottery Fund per trasformare il civico 23 in un'esposizione permanente dedicata a Jimi Hendrix e per portare le entrate di entrambi i musei su Brook Street (attualmente si accede all'Handel House Museum dall'entrata nel retro, su Lancashire Court). Dal sito internet si evince che i lavori sono iniziati in data 27 aprile 2015 e avranno una durata di circa sei mesi.⁴⁴ Anche Wesley Kerr, presidente del comitato di Londra della Heritage Lottery Fund, si è detto lieto,

⁴³ Catena Davide, Ligorio Donatella, Pansonlini Roberta, Rossetti Alessandra: *Promozione e commercializzazione del Prodotto turistico accessibile*, Progetto EU.FOR.ME finanziato dalla Commissione Europea Direzione Generale Istruzione e Cultura, Azioni Congiunte (http://www.euforme.net/css/it/project_work/promozione.pdf), consultato il 15/06/2015.

⁴⁴ Dal sito internet del Handel House Museum (<http://www.handelhouse.org/your-visit/access>), consultato il 15/06/2015.



poiché la sovvenzione avrebbe aperto un nuovo capitolo nella storia della musica, commentando così l'avvenimento: «It will make available to visitors the neighbouring flat where Jimi Hendrix, another extraordinary musical émigré from a more recent era, found inspiration and happiness, transcending musical boundaries in the heyday of rock and roll.»⁴⁵

Si interverrà, contemporaneamente, anche nei servizi offerti dal personale del museo, aumentando il numero di volontari capaci di dare informazioni su entrambi i musicisti e le case storiche e arricchendo l'offerta culturale con eventi e concerti di entrambi le epoche, compiendo dei salti nel tempo e nella storia della musica di più di 200 anni.

2.2 *Benjamin Franklin House.*

Scienziato, inventore, autore, diplomatico e padre fondatore degli Stati Uniti d'America, Benjamin Franklin (1706-1790) fu il primo inquilino del numero 36 di Craven Street dal 1757 al 1762 e dal 1764 al 1775. L'abitazione che prese in affitto, fu aperta al pubblico nel 2006. Oggi, al suo interno, si incontrano attori in costume d'epoca, proiezioni e voci registrate, con lo scopo di far rivivere l'atmosfera del secondo

⁴⁵ «Sarà a disposizione dei visitatori l'appartamento limitrofo in cui Jimi Hendrix, un altro straordinario emigrato musicale di un'epoca più recente, ha trovato ispirazione e felicità, transcendendo i confini musicali nel periodo d'oro del rock and roll.». Dall'articolo sulla rivista The Guardian: "Jimi Hendrix's London flat to become permanent museum" del 30/12/2013, cit., consultato il 15/06/2015.



Settecento. I curatori del museo hanno dunque optato, con successo, per un rapporto emozionale tra visitatore e personale lavoratore, riempiendo anche gli angoli vuoti della casa con l'animazione degli attori, con tracce audio informative e con immagini appositamente selezionate.

Craven Street fu costruita nel 1730 ed era di proprietà di Lord Craven. La compagna di Franklin, la vedova Margaret Stevenson, si trasferì al n. 36 con la figlia, nel 1748. La casa fu abitata dai tre fino al 1770, quando la figlia della signora Stevenson, Polly, sposò William Hewson, un fisico che fece importanti scoperte sul sistema linfatico; così due anni dopo Margaret e Benjamin Franklin si spostarono al n. 7 della stessa via, in modo da lasciare alla giovane coppia il loro spazio e per permettere a Hewson di aprire nelle stanze del n. 36 una scuola privata di anatomia. Dopo la morte del signor Hewson nel 1774, a causa di un'infezione, la casa divenne proprietà della moglie e della sorella. La costruzione nel 1864 della stazione di Charing Cross ebbe un enorme impatto in quest'area di Londra e, nel 1887, la South Eastern Railway acquistò tutto il lotto di Craven Street in un sol colpo. Il n. 36 fu la dimora di diversi inquilini, per un certo periodo diventò anche l'Empress Hotel. Danneggiata durante la Seconda Guerra Mondiale e lasciata in gestione alle organizzazioni non-profit come la British Society for International Understanding, la casa venne per un periodo trascurata, finché gli "Amici della Casa di Benjamin Franklin" affittarono la proprietà nel 1976 e ottennero la proprietà fondiaria piena nel 1989, dopo la pianificazione di un ambizioso programma di



Università
Ca' Foscari
Venezia

conservazione e restauro. La casa, che fa parte di una schiera di case georgiane a quattro piani, ha una facciata di mattoncini rossi interrotta da una fascia di inglesine (le tipiche finestre inglesi), che sorgono al di sopra di un rustico piano terra e di un seminterrato. I piani, che contengono due stanze nella parte principale più un ampliamento posteriore ai piani inferiori, sono in pendenza, così come le scale, a testimonianza delle condizioni fatiscenti della casa prima che venisse effettuato il suo restauro. La maggior parte delle stanze conserva ancora il caminetto originale, incorniciato e rivestito, dipinto nel classico colore verde-grigio, molto in voga all'era di Franklin.

I visitatori iniziano il loro percorso in uno spazio al pian terreno, che era in principio parte del cortile. Le esposizioni sono dedicate principalmente a Hewson, il quale lavorò con l'anatomista John Hunter fino a quando un litigio lo costrinse a mettersi in proprio, probabilmente condividendo l'aula con l'ostetrico Dr. John Leake. Negli anni '90 i costruttori trovarono più di 1200 ossa di animali e umane al pian terreno, inclusi crani usati per praticare la trapanazione. Alcuni di questi sono in mostra, accanto al portafoglio di Franklin e ad una lettera alla sorella, i quali rappresentano gli unici cimeli rimasti appartenenti al suo famoso proprietario. Dopo aver visto un breve film, i visitatori vengono accompagnati alla visita del piano terra e dei primi piani da un'attrice che interpreta Polly, la quale interagisce con sofisticate proiezioni e voci registrate di altri personaggi storici, incluse la madre (Mrs. Stevenson), la moglie di Franklin (Deborah) e il figlio William e con alcuni amici come il fisico Dr. Pringle, che



Università
Ca' Foscari
Venezia

accompagnò Franklin nei suoi viaggi, lo scienziato Joseph Priestley, per il quale Franklin sviluppò l'equipaggiamento che permise la scoperta dell'ossigeno, William Strahan il tipografo del “vocabolario” del Dr. Johnson e naturalmente lo stesso Franklin.

Nato nel 1706 come quindicesimo figlio di genitori puritani, Franklin lasciò la scuola all'età di 10 anni e due anni più tardi diventò apprendista nell'azienda di stampe del fratello. Nel 1725-26 trascorse un anno a Londra come compositore tipografico prima di ritornare a Philadelphia per aprire la sua tipografia. Dal 1729 pubblicò il “Pennsylvania Gazette”, conquistando il rispetto per le sue cronache dettagliate riguardo riforme e iniziative locali. Prima del suo ritorno a Londra nel 1757, Franklin lasciò un impatto nel suo paese d'origine che continua a sentirsi ancora oggi. Contribuì alla creazione della prima biblioteca negli anni '30 del 1700 e negli anni '40 fondò non solo il servizio di volontariato di vigili del fuoco delle colonie, ma anche l'istituzione che poi divenne la University of Pennsylvania. Istituì l'ospedale della Pennsylvania e nel 1751 fu eletto nell'Assemblea della Pennsylvania, fino a diventare, due anni dopo, direttore generale delle Poste del Nord America. Nel 1730 si sposò con l'amica d'infanzia Deborah Read, dalla quale ebbe un figlio, che però morì prematuro, e una figlia, Sarah, nata nel 1743. Insieme allevarono anche William, il figlio illegittimo di Franklin avuto in una precedente relazione, il quale non riuscì mai ad instaurare un buon rapporto col padre, a causa dei continui scontri ideologici per il rifiuto di William nei confronti dell'idea di un'America indipendente.



Università
Ca' Foscari
Venezia

Franklin arrivò a Londra nel 1757, in veste di rappresentante della Pennsylvania Assembly, incaricato di porre fine al diritto dei proprietari della colonia (la famiglia Penn) di capovolgere le leggi dello stato e di essere esenti dal pagamento delle tasse nella loro terra. Avendo vinto alcune concessioni tornò a casa cinque anni dopo, ma fu mandato indietro nel 1764, questa volta per chiedere al re di fare della Pennsylvania una colonia reale piuttosto che una provincia di proprietà. Venne quasi immediatamente coinvolto nel furore dello Stamp Act del 1765, che imponeva alle colonie dell'America Settentrionale di pagare una tassa su giornali, documenti commerciali, atti legali e ogni sorta di documento a stampa. Sebbene egli fallì nel tentativo di contrastare la delibera di questa legge, la sua performance da testimone davanti alla Camera dei Comuni l'anno successivo ne determinò sicuramente la revoca. Da quel momento in poi Franklin divenne il primo portavoce degli affari americani, lavorando instancabilmente per la riconciliazione tra la sua casa e il suo paese d'adozione, specialmente quando i rapporti peggiorarono, dopo l'imposizione di nuove tasse dal Regno su vetro, carta e tè. Il n. 36 di Craven Street rappresentò un'Ambasciata americana in tutti i sensi, con l'aiuto ulteriore di Mrs. Stevenson, incaricata ad accogliere eminenti ospiti.

Franklin fu anche uno scrupoloso e talentuoso scienziato e tra le sue invenzioni brevettate a Craven Street figurano: un design migliorato per gli occhiali bifocali, che egli chiamò “double spectacles”; i fornelli a risparmio di combustibile con basso tasso di inquinamento, i quali



potevano bruciare il loro stesso fumo, e l'armonica di vetro, uno strumento che replica il suono dello strofinamento dei bordi dei bicchieri riempiti di acqua, impiegato in seguito da Mozart, Beethoven, Donizetti (nella scena della pazzia della *Lucia di Lammermoor* e nella cavatina *Par che dica ancora*, da *Elisabetta al castello di Kenilworth*), Richard Strauss e altri grandi compositori⁴⁶. Mise a punto anche un alfabeto fonetico e fu la prima persona a illustrare la presenza della Corrente del Golfo, quando, come dirigente delle Poste, notò che le barche incaricate di trasportare la posta impiegavano più tempo rispetto a quelle mercantili per raggiungere l'America. Mentre era ancora a Philadelphia escogitò l'idea della presenza di una carica positiva e una negativa nell'elettricità e ideò un esperimento per provare che la luce è elettricità. La moglie Deborah, impaurita all'idea di attraversare l'oceano, non visitò mai il marito in Inghilterra ed egli fu costretto a rifiutare le suppliche che chiedevano un suo ritorno, anche quando lei si ammalò gravemente. In seguito, Franklin tornò in America, arrivando giusto dopo lo scoppio della Rivoluzione. Contribuì alla stesura della Dichiarazione di indipendenza e ritornò in Europa come ambasciatore, negoziando inoltre il Trattato di Parigi, che sancì la fine della prima Guerra di Indipendenza americana.

La storia di questo grande personaggio è certamente complicata da raccontare e uno dei modi col quale la Benjamin Franklin House

⁴⁶ Dal sito di Wikipedia (http://it.wikipedia.org/wiki/Armonica_a_bicchieri), consultato il 15/06/2015.



riesce a farlo è utilizzando la voce narrante di Polly, la quale ci riferisce gli eventi politici e le informazioni scientifiche in maniera semplice e chiara. Il copione è un mix di lettere, conversazioni e discorsi che spaziano dalla politica alla scienza e dal cibo alla famiglia; sempre dibattuti in maniera colloquiale e facendo in modo che ogni ascoltatore possa recepirne a pieno i significati. Per motivi pratici si è deciso di non riempire le stanze della Benjamin Franklin House con mobili dell'epoca o riproduzioni, ma comunque il n. 36 di Craven Street rimane un luogo unico tra le case storiche londinesi, sapendo anche trasmettere con un misto di mondanità e divertimento tutte le sfaccettature storiche esistenti ai tempi di Benjamin Franklin.

2.2.1 *Analisi del prodotto culturale.*

Nel cuore di Londra sorge la Benjamin Franklin House, l'unica abitazione rimasta nel mondo del dottor Benjamin Franklin, che ha vissuto dietro queste porte per quasi sedici anni, tra il 1757 e il 1775. Costruita intorno al 1730, è oggi un museo dinamico ma soprattutto una operosa struttura educativa. L'ente infatti ha investito molto sui centri di ricerca adatti a bambini e studenti, includendo nella struttura museale uno “Student Science Centre” e uno “Scholarship Centre”. Lo Student Science Centre permette agli studenti di ricreare diversi esperimenti di Franklin durante il suo soggiorno a Londra; le attività sono progettate per supportare gli elementi del piano di studi nazionale inglese e stimolare la curiosità, la creatività e il pensiero



Università
Ca'Foscari
Venezia

critico attraverso il gioco. Il Centro comprende la “Medical History Room”, la “Discovery Room” e la “Demonstration Room”. Nella prima stanza, l'enfasi è posta sul lavoro di ricerca medica di William Hewson, marito di Polly Hewson (figlia della Signora Franklin), che rese operativa una scuola di anatomia al 36 di Craven Street. Nella Sala Discovery, invece, i bambini sono chiamati a identificare i vari oggetti legati al contesto storico e scientifico per spiegare la loro funzione e testarli dal vivo. Le peculiarità della Demonstration Room, infine, sono gli esperimenti guidati che integrano le altre attività di apprendimento e si riferiscono alle scoperte scientifiche di Franklin. Le presentazioni vengono supportate da segmenti audio-visivi, permettendo ai bambini di esplorare ed avere una risposta a domande come “cosa succede se un fulmine colpisce un edificio senza parafulmine?”.

Lo Scholarship Centre, intitolato a Robert H. Smith, si trova al primo piano ed è un punto di riferimento europeo per gli appassionati di Franklin, per l'infinità di argomenti a cui è associato. È qua presente una serie completa dei documenti del Padre Fondatore degli Stati Uniti, catalogati dalla Yale University; è anche attivo un programma di tirocinio al suo interno e l'istituzione ospita quasi 40 eventi pubblici all'anno.

Dal mercoledì alla domenica, in cinque fasce orarie diverse, si svolge l'attività perno della casa: la Historical Experience. Grazie ad essa la Benjamin Franklin House si presenta come “museum as theatre” (museo come teatro), stabilendo un nuovo standard per



Università
Ca'Foscari
Venezia

l'interpretazione storica. Le sale diventano così un palcoscenico per una performance live che vuole rimuovere il distacco tradizionale tra museo e visitatore.

Il personaggio principale nell'esperienza storica è Polly Hewson, figlia della signora Franklin, che divenne una seconda figlia per lo storico scienziato. Accompagnati da Polly, la quale immagina che i visitatori siano lì per vedere Franklin durante la sua ultima notte a Londra, quando dovette partire rischiando altrimenti l'arresto, il visitatore sperimenta la complessità dell'uomo e dei tempi in cui egli visse: si parte dal seminterrato dove si parla di cibo, salute, passione per la botanica e della vita quotidiana dello scienziato; le sue relazioni sociali e personali, le invenzioni musicali e la tensione politica vengono raccontate al piano terra; mentre il lavoro scientifico, i trionfi politici e il ritorno affrettato in America a fronte dell'incombente Guerra d'Indipendenza sono esposti al primo piano.

La lista degli eventi e dei programmi culturali però non finisce qui: il museo infatti mira non solo all'educazione dei più piccoli ma anche a specifici programmi di apprendimento per adulti. La Education Manager dell'ente concede infatti lezioni gratuite riguardanti Benjamin Franklin a gruppi con sede a Londra. I colloqui possono essere adattati per completare una visita al n.36 di Craven Street o come esperienza autonoma.

Una volta all'anno la Benjamin Franklin House organizza lo Science Day: lavorando a stretto contatto con le scuole, organizza tutta una serie di attività che comprendono un vasto numero di partecipanti. Nel



Università
Ca' Foscari
Venezia

2014, la Giornata è stata organizzata venerdì 2 maggio, in collaborazione con The Eccles Centre for American Studies, e oltre 160 bambini con i loro insegnanti vi hanno partecipato recandosi alla British Library. I bambini hanno potuto assistere a dimostrazioni scientifiche dal vivo e ad incontri relativi a ciò che è scaturito dalle più importanti indagini di Franklin. Il dottor Bryson Gore ha dimostrato alcuni usi strani e meravigliosi per l'elettricità statica. Alan Davies e Denise Balmer della Keele University hanno esplorato la scienza del clima, parlando anche della famigerata eruzione del vulcano Laki (che Franklin ipotizzò fosse la causa del freddo rigido, nell'inverno del 1783). Infine, Laura Meade dal Science Museum ha studiato la scienza del calore e della temperatura, i punti di fusione e di ebollizione, i cambiamenti di stato e il trasferimento di energia, un argomento che Franklin esplorò quando inventò la sua stufa⁴⁷.

Altro appuntamento annuale è il Benjamin Franklin Science Fair, una piccola fiera che permette ai bambini delle scuole elementari di sviluppare ed esporre dei progetti personali in risposta ai quesiti scientifici che Franklin si era posto durante la sua permanenza a Craven Street. Il concorso prevede poi l'assegnazione da parte di una giuria di un premio all'idea più creativa ed efficiente.

Il museo organizza per di più l'importante Fellowship Debate Competition, in collaborazione con l'Ambasciata degli Stati Uniti a

⁴⁷ Dal sito della Benjamin Franklin House

(<http://www.benjaminfranklinhouse.org/site/sections/education/sciencedayandfair.htm>), consultato il 15/06/2015.



Università
Ca'Foscari
Venezia

Londra. Prendendo ispirazione dal ruolo di Franklin come agente coloniale e in seguito come Padre Fondatore degli Stati Uniti, il quale doveva regolarmente avanzare le sue opinioni di fronte alla sfida e alla critica, il concorso vuole incoraggiare i pensatori di oggi e di domani e si rivolge agli studenti delle scuole secondarie superiori. In questa sede vengono discussi argomenti di politica e attualità e il vincitore si unirà agli studenti provenienti da tutta Europa e dagli Stati Uniti presso la Benjamin Franklin Transatlantic Fellows Summer Institute alla Wake Forest University di Winston-Salem, Carolina del Nord, per esplorare la cultura e la politica americana e conoscere le opportunità e le sfide della società civile.

Infine, il programma Sister School collega le scuole londinesi con le loro controparti negli Stati Uniti. L'iniziativa è resa possibile con il sostegno della New York Historical Society e del Big Lottery Fund della Gran Bretagna. Richiedendo circa sei ore di lezione per un periodo di sei settimane, la Sister School permette ai bambini di creare insieme un divertente curriculum sulla vita di Benjamin Franklin; in particolare sui suoi anni a Londra ed i suoi sforzi per consolidare le relazioni anglo-americane. I temi includono il patrimonio comune inglese, la cittadinanza, la scienza e l'innovazione.

I primi collegamenti tra scuole hanno avuto luogo nel periodo tra febbraio e marzo 2011 e circa 300 bambini ne hanno preso parte: la Risley Avenue Primary School di Tottenham (Londra) legata alla Richard R. Green School di Brooklyn (New York) e la Surrey Square



Università
Ca' Foscari
Venezia

Primary School di Southwark (Londra) collegata con la Babara Reing School, anch'essa di Brooklyn (New York).

Grazie alla presenza di tutte queste attività, il museo è stato insignito con lo Sandford Award 2014 dalla Heritage Education Trust per i programmi educativi gratuiti rivolti alle scuole. Il premio deriva da una valutazione qualitativa e giudicata in maniera indipendente in base ai programmi di educazione organizzati nei siti storici, musei, archivi e collezioni nel Regno Unito. Più di 350 siti, tra dimore storiche, musei, gallerie e altro ancora, dal 1978 a oggi hanno ricevuto un premio e il Benjamin Franklin House è a quota due dalla sua apertura nel 2006.

Il giudice Caroline Marcus ha così commentato:

“Benjamin Franklin House will enhance pupil’s historical knowledge and understanding while stimulating their scientific curiosity. Taking part in an exciting scientific demonstration, travelling back in time with Polly who lived here during the 18th century, discovering buried bones from an anatomy school, dressing up, playing computer games and handling objects from Franklin’s home are just some of the activities in store that makes this historic home come to life and inspire you by understanding Franklin’s many achievements”.⁴⁸

⁴⁸ “La Benjamin Franklin House migliorerà la conoscenza e la comprensione storica dell'alunno stimolando la sua curiosità scientifica. Prendere parte in un eccitante dimostrazione scientifica, viaggiare indietro nel tempo con Polly che visse qui durante il 18 ° secolo, andare alla scoperta di ossa sepolte da una scuola di anatomia, vestirsi, giocare con il computer e manipolare gli oggetti dalla casa di Franklin sono solo alcune delle attività che permettono a questa casa storica di



Università
Ca' Foscari
Venezia

Come se non bastasse, a tutti questi programmi si aggiunge anche un ricco calendario di eventi per tutte le età: dalle festività americane alle giornate dedicate alle famiglie, alle cene alle serate musicali.

2.2.2 *Le politiche di prezzo.*

Il museo, così come l'Handel House, si rivolge a diversi segmenti di mercato attirando non solo potenziali visitatori tra gli appassionati di storia americana, ma anche di storia delle scienze mediche, della filosofia, della tecnologia e dell'architettura. Particolare rilievo viene dato a quest'ultima disciplina, che prevede dei prezzi diversi per la visita del museo: ogni lunedì infatti, in alternativa all'esperienza storica, è possibile partecipare ad un tour architettonico della casa di Benjamin Franklin, comprensivo di guida. Esso include la residenza di Franklin, la scuola di anatomia di Hewson e il progetto globale di conservazione che ha salvato la struttura dall'abbandono. Il prezzo per questo tipo di visita è:

- £3.50 intero.
- Ingresso gratuito per gli under 16.

prendere vita e ispirano il visitatore attraverso la comprensione di molte realizzazioni di Franklin”.

Dal sito della Benjamin Franklin House

(<http://www.benjaminfranklinhouse.org/site/sections/news/2014pastnews.htm>), consultato il 15/06/2015.



Notevole è la differenza di prezzo per la visita globale al museo, comprensivo di Historical Experience:

- £7 intero.
- £5 ridotto: agevolazione applicata ai visitatori oltre i 65 anni e agli studenti.
- Ingresso gratuito per gli under 16 e possessori di London Pass.
- Possessori della National Art Pass e membri della National Trust: £3.50 intero e £2.50 ridotto.

La differenza riscontrabile tra questa casa storica e l'Handel House è sicuramente il prezzo per gli under 16, che beneficiano in questo museo dell'ingresso gratuito. Lo sguardo è dunque rivolto a maggior favore dei bambini e delle famiglie e ne è un conferma tutta la serie di programmi educativi per i piccoli ospiti della Franklin House. Ad ulteriore conferma, vengono organizzati i Family Days, i quali viceversa prevedono l'ingresso gratuito agli adulti e un costo di £5 per ogni bambino, come si può notare nell'esempio in *figura 2.1*⁴⁹:

figura 2.1

⁴⁹ È stato preso in considerazione il periodo in gennaio-aprile 2014 per la più vasta presenza di eventi "Family Day" in una sola pagina; ma essi hanno lo stesso prezzo durante tutto l'arco dell'anno. Dal sito internet della Benjamin Franklin House (<http://www.benjaminfranklinhouse.org/site/sections/news/Events%20Listings%20PDF/2014%20Events%20Listing.pdf>), consultato il 15/06/2015.



Università
Ca' Foscari
Venezia



2014 Events at Benjamin Franklin House



House 8th and Franklin 308th Birthday Celebration

Friday 17 January, 6-8pm

A celebration of Benjamin Franklin's 308th birthday and the 8th anniversary of the opening of Benjamin Franklin House to the public as a dynamic museum and educational facility. Join us for a celebration with supporters and friends, with cake and bubbly for all.

Free – Booking required



Family Day: Float Ben's Boat!

Tuesday 18 February, 11am

Benjamin Franklin crossed the Atlantic Ocean eight times in his life, charted the Gulf Stream, and investigated canals. He was clearly a man who loved the sea, and as a child he wanted to work on a ship. Using the limited materials provided, children will have to construct a model boat that Franklin would have been proud to have built to sail across the Atlantic on, and which can stay afloat holding as much weight as possible! Suitable for 7-14 year olds.

£5 per child, free for adults



Benjamin Franklin Fellowship Debate Competition in collaboration with the US Embassy in London

LOCATION: US Embassy London, 24 Grosvenor Square, London W1A 2LQ

Wednesday 12 March, 2-6pm

To encourage tomorrow's thinkers today, we proudly hold an annual Benjamin Franklin Fellowship Debate Competition for upper secondary school students, in collaboration with the US Embassy London. The winner will join students from across Europe and the United States at the Benjamin Franklin Transatlantic Fellows Summer Institute!

Free – schools booking required



Family Day: Georgian Games

Tuesday 15 April, 11am

Children will take part in 18th century games that no doubt delighted children on Craven Street in years past, including quoits, marbles, and stringed cat's cradles. Suitable for 5-11 year olds.

£5 per child, free for adults



Family Day: 18th Century Toy Workshop

Tuesday 22 April, 11am

Discover how Georgian children entertained themselves through long winters. Discover the past and make 18th century toys, such as whirligigs, optical illusions, and cup-and-ball! Suitable for 5-11 year olds.

£5 per child, free for adults

To book call +44(0)207 925 1405 or email info@BenjaminFranklinHouse.org, or send a cheque made payable to 'Friends of Benjamin Franklin House' to
Benjamin Franklin House, 36 Craven Street, London WC2N 5NF
www.BenjaminFranklinHouse.org



Università
Ca'Foscari
Venezia

Anche questo ente prevede la possibilità di visitare la struttura provvisti di London Pass, grazie alla quale il museo si assicura una maggiore visibilità nel web, e anche la sottoscrizione facoltativa al gruppo di sostenitori, in questo caso gli “Amici della Benjamin Franklin House”, secondo cinque specifiche categorie:

- **Builder** (donazione di £25): Ingresso gratuito alla casa, Carta attestante la membership, due biglietti d'ingresso per due ulteriori visitatori, il quotidiano trimestrale “eGazette” e sconti agli eventi del museo.
- **Inventor** (donazione di £100): Ingresso gratuito alla casa per due persone, Carta attestante la membership, due biglietti d'ingresso per due ulteriori visitatori, il quotidiano trimestrale “eGazette”, sconti agli eventi del museo e inviti agli eventi speciali.
- **Pioneer** (donazione di £500): Ingresso gratuito alla casa per quattro persone, Carta attestante la membership, due biglietti d'ingresso per due ulteriori visitatori, il quotidiano trimestrale “Craven Street Gazette”, sconti agli eventi del museo e inviti agli eventi speciali.
- **Discoverer** (donazione di £1000): Ingresso gratuito alla casa per quattro persone, visita privata del museo fino a 10 ospiti, Carta attestante la membership, due biglietti d'ingresso per due ulteriori visitatori, il quotidiano trimestrale “Craven Street



Gazette”, sconti agli eventi del museo e inviti agli eventi speciali.

- Leader (£5000 donation): Ingresso gratuito alla casa per quattro persone, visita privata del museo fino a 10 ospiti, uso del museo come location per un evento privato, Carta attestante la membership, due biglietti d'ingresso per due ulteriori visitatori, il quotidiano trimestrale “Craven Street Gazette”, sconti agli eventi del museo e inviti agli eventi speciali.

Di particolare interesse è la possibilità di utilizzo del museo come location privata per eventi, i quali, come si legge nel sito internet: “including memorable receptions, lectures, and dinners in an exquisite 18th century setting. Our Georgian interiors also provide the perfect background for small photo shoots and filming projects”⁵⁰; prerogativa questa di molti musei londinesi, che però non mettono a disposizione il museo previa sottoscrizione ad una fascia di clienti “Amici” della casa.

La dottoressa Márcia Balisciano, Founding Director del museo, ci ha fornito i prezzi specifici per il noleggio dell'abitazione in toto o per alcune specifiche stanze (*figura 2.2*)⁵¹:

⁵⁰ "compresi memorabili ricevimenti, conferenze e cene in un raffinato ambiente del 18 ° secolo. Gli interni georgiani forniscono anche lo sfondo perfetto per piccoli servizi fotografici e riprese video.". Dal sito internet della Benjamin Franklin House (http://www.benjaminfranklinhouse.org/site/sections/about_house/BFH%20Venue%20Hire%20Guide%202014.pdf), consultato il 15/06/2015.

⁵¹ Dati aggiornati al 1/09/2014.



figura 2.2

Access Times and Fees			
	Full Day 09.00-17.00	Half-Day 09.00-13.00/13.00-17.00	Evening 18.00-22.00
Entire House	£3,500	£1,750	£2,500
Franklin's Parlour and Franklin's Laboratory	£1,500	£750	£900
Margaret's Parlour and The Card Room	£1,500	£750	£900
Seminar Room	£1,000	£500	£700
Courtyard	£700	£350	£500
Boardroom	£600	£300	£500

N.B. Hire costs are dependent on requirements and exclude catering/equipment costs. Please note we are not VAT registered.

Questo ci permette di considerare un'ulteriore politica di offerta del museo, che si rivolge così non esclusivamente alle famiglie e ai visitatori under 16, ma si rende disponibile per una fascia di clientela d'élite e per i loro trattenimenti personali. Per offrire un servizio ancora più completo, l'ente ha inoltre stipulato accordi con determinate aziende di catering, che raccomanda per la fornitura del materiale e dell'eventuale buffet.

2.2.3 *La comunicazione.*

La stipulazione di partnership per le dimore storiche londinesi ha permesso negli anni non solo la ristrutturazione e l'agibilità degli ambienti che altrimenti sarebbero andati irrimediabilmente perduti, ma



ha inoltre agevolato l'accesso all'offerta culturale, svolgendo un importante lavoro di comunicazione e promozione del luogo.

Come l'Handel House Museum, questa dimora storica fa parte del programma “London Shh...” (Small Historical Houses) il quale, come già specificato, si rivolge ad un tipo di turismo al di fuori dei grandi flussi e mira allo sviluppo del prodotto attraverso l'utilizzo diretto da parte del consumatore. Inoltre, lo stesso grado di visibilità web e cartacea viene assicurato al museo grazie alle partnership che rappresentano un ‘must’ per gli enti culturali londinesi: National Trust, Art Fund (con la Art Pass) e London Pass.

Le informazioni forniteci riguardo le particolari strategie di questo museo non sono state ampie e dettagliate come per la casa di Handel, ma comunque esaurienti.

Principalmente sono di nuovo i social media i grandi protagonisti della comunicazione culturale, ma soprattutto il marketing pubblicitario è distribuito in tre macroaree:

- Social: le pagine Facebook e Twitter contano rispettivamente 1.141 e 2.753 fan da tutto il mondo e di tutte le fasce d'età⁵².
- Partner: come già visto, è fondamentale il legame con “London Shh...”, National Trust e Art Fund.
- Editorial: Interviste e trasmissioni radio e tv, soprattutto sui canali BBC, nonché sporadici articoli sulle riviste di settore coprono una parte minore della comunicazione, ma comunque da non sottovalutare.

⁵² Dati aggiornati al 15/06/2015.



A partire da ottobre 2014 è in progetto la presenza della casa-museo anche sul portale Groupon, leader mondiale nel settore dei gruppi d'acquisto, che permette ai consumatori iscritti di accedere ad offerte giornaliere di buoni sconti utilizzabili presso aziende locali o nazionali. Groupon è un nuovo canale di comunicazione e marketing che ha rivoluzionato le dinamiche di vendita generando benefici per gli utenti (elevati sconti) e i partner (ROI⁵³ misurabili). Si presenta come un sito web all'interno del quale gli utenti registrati possono consultare le offerte giornaliere, organizzate per genere e luogo di fruizione e procedere all'acquisto. La segnalazione della disponibilità dei buoni sconto si può ottenere anche attraverso l'iscrizione ad una lista di distribuzione e-mail⁵⁴.

Un ultimo fattore molto importante per la visibilità della Benjamin Franklin House è stata la già citata recente vincita dello Sandford Award, il quale renderà possibile tutta una serie di facilitazioni⁵⁵:

- Un “kite mark” per la fornitura di un'istruzione di alta qualità che viene riconosciuta da scuole e altre istituzioni educative in tutto il Regno Unito.
- La possibilità di utilizzare il premio per attrarre nuovi visitatori.

⁵³ Dall' inglese “Return on investment” (tradotto come indice di redditività del capitale investito o ritorno sugli investimenti).

⁵⁴ Dal sito di Wikipedia (<http://it.wikipedia.org/wiki/Groupon>), consultato il 15/06/2015.

⁵⁵ Dal sito ufficiale dello Sandford Award (<http://sandfordaward.org/>), consultato il 15/06/2015.



- Un rapporto dettagliato di consulenza come parte del processo di giudizio degli esperti, che è possibile utilizzare per effettuare miglioramenti nell'organizzazione.
- L'opportunità di partecipare a una cerimonia di premiazione e workshop per condividere idee e strategie e imparare da altri operatori del settore culturale.
- Il riconoscimento nazionale all'interno del patrimonio culturale dell'azienda e del suo staff, che contribuirà a motivare l'intero sito per progressi e miglioramenti ulteriori.

2.2.4 *I canali di distribuzione e i progetti futuri.*

Così come per la Handel House, il canale di distribuzione privilegiato è quello corto, quindi diretto col consumatore: la distribuzione avviene in loco o tramite l'utilizzo di internet per l'acquisto telematico dei biglietti e dei gadget dal bookshop. Il contatto diretto col cliente finale ha permesso di comprendere a pieno le sue esigenze e mettere in preventivo progetti per rendere sempre più a misura d'uomo questo ente culturale.

Sono in progetto per il futuro infatti delle implementazioni strutturali, soprattutto l'allargamento del box office e la creazione di un Visitor Centre. Questo museo ha inoltre investito e continuerà ad investire molto sulla formazione e l'istruzione dei giovani e delle comunità più svantaggiate. Oltre ai giovani e le scuole, i quali godono delle iniziative già elencate, i senz'altro o le persone che corrono il rischio



povertà che frequentano il vicino centro sociale St. Martin-in-the-Fields sono coinvolte in un programma di lezioni regolari e di visite guidate serali per imparare di più riguardo il contesto storico e sociale della Londra di Benjamin Franklin. Da quanto afferma in un'intervista la dottoressa Balisciano:

L'obiettivo principale ora è assicurare che la Benjamin Franklin House sia ampiamente visitata da un pubblico più vasto possibile. Nell'interesse di quest'ultimo, abbiamo cercato di catturare simpaticamente la vita londinese di una delle grandi figure della storia. Per noi, Benjamin Franklin è un personaggio il cui pragmatismo, l'inventiva, e il senso di responsabilità civica ha ancora molto da insegnarci.⁵⁶

3. *Charles Dickens Museum.*

Il romanziere Charles Dickens (1812-1870) affittò per tre anni il n. 48 di Doughty Street dal 25 marzo 1837, a £80 all'anno. La casa a tre piani si trovava in una elegante strada privata, a quei tempi chiusa da cancelli sorvegliati da portieri in divisa. Fu un impressionante salto di

⁵⁶ «The primary focus now is ensuring Benjamin Franklin House is widely experienced by the public. In their interest we have tried to engagingly capture the London life of one of history's great figures in a manner that would have appealed to the man himself. For Franklin is a character whose pragmatism, inventiveness, and sense of civic responsibility has much to teach us still». Dal sito internet della Benjamin Franklin House (<http://www.benjaminfranklinhouse.org/site/sections/news/mbarticle.pdf>), consultato il 15/06/2015.



Università
Ca' Foscari
Venezia

qualità rispetto alla casa di sole tre stanze al n. 13 di Furnival's Inn, nella East London, dove l'autore era in affitto prima, e tutto questo fu possibile grazie all'enorme successo del *Pickwick Papers*, che venne pubblicato mensilmente per un anno. Il 2 aprile 1837 lo scrittore celebrò il suo primo anniversario di matrimonio con la moglie Catherine Hogarth e l'8 aprile i due editori Chapman e Hall organizzarono una cena in onore dell'anniversario del *Pickwick Papers*, dando a Dickens un assegno di £500. A Doughty Street vivevano con lui Mary (sorella di Catherine), Frederick (fratello sedicenne dello scrittore) e Charles Junior (il figlio di tre anni). In questa casa, il 6 marzo 1838 nacque la piccola Mary e il 29 ottobre 1839 Kate; inoltre, dopo aver completato il *Pickwick Papers*, Dickens qua scrisse importanti romanzi come *Oliver Twist*, *Nicholas Nickleby*, *Sketches of Young Gentleman*, i primi capitoli di *Barnaby Rudge*, la farsa *The Lamplighter* e molti pezzi del *Bentley's Miscellany* (giornale che pubblicò e sul quale vennero pubblicati ad episodi *Oliver Twist* e *Nicholas Nickleby*). Sempre in questo periodo pubblicò nuovamente *Memories of Joseph Grimaldi*. Ma la vita dello scrittore non fu solo una serie di successi: una tragica vicenda travolse la sorella diciassettenne di Catherine, Mary, che morì tra le braccia dello stesso romanziere in seguito ad un collasso. A partire da quel momento Dickens indossò per sempre l'anello della defunta Mary e decise di essere seppellito vicino a lei quando sarebbe giunta la sua ora, creando così disillusione nel suo reale matrimonio con Catherine. Mary gli fu



Università
Ca'Foscari
Venezia

d'ispirazione per Rose Maylie in *Oliver Twist* e per la piccola Nell in *The Old Curiosity Shop*.

Aperto nel 1925 e gestito da un ente benefico, il museo è ora una meta di pellegrinaggio per molti devoti dello scrittore. Il posto ha l'atmosfera di una casa vissuta più che di un luogo dove è stato ricreato tutto artificialmente e le informazioni e i contenuti si concentrano sugli anni in cui Charles Dickens vi visse. I visitatori entrano dalla pesante porta turchese della casa a fianco, al n. 49, e trovano un lungo corridoio che conduce alla reception, al guardaroba, alla caffetteria e alla stanza per le esposizioni temporanee. Passata la reception si accede all'abitazione storica vera e propria, la n. 48, dove si inizia osservando varie piccole vetrine contenenti oggetti che lo scrittore, era risaputo, portava sempre con sé quando usciva. La prima stanza, la sala da pranzo, è uno spazio modesto con dei caratteristici infissi e pareti curve. La visita di questa stanza è accompagnata dalla registrazione di suoni e rumori di zoccoli che calpestano i sampietrini di una strada immaginaria, nella quale sono presenti anche venditori e persone che conversano fra loro. Dickens era un eccellente intrattenitore e questa stanza divenne un fervente luogo d'incontro per artisti, attori, scrittori ed editori. Un ritratto di Samuel Drummond, datato 1837, appeso alla parete più grande della stanza, dipinge Dickens come un affascinante eroe romantico, catturando la vitalità e l'entusiasmo tipici dello scrittore. La superba credenza in mogano fu comprata nel 1839, presumibilmente in previsione del trasloco verso Devonshire Terrace.



Università
Ca'Foscari
Venezia

Continuando la visita troviamo la stanza usata dalla famiglia come salottino privato: gli oggetti qua esposti sono focalizzati sull'autore, su Catherine e sulle loro figlie nate in casa (Mary, che visse col padre fino alla sua morte e Kate, la preferita di Dickens) e comprendono anche le lettere del loro viaggio negli Stati Uniti nel 1842, un paio d'anni dopo aver lasciato Doughty Street; infine è presente un ritratto di Catherine del 1846, autografato da Daniel Maclise, un amico dell'autore.

I nonni paterni di Dickens furono servitori in una casa di campagna e la loro esperienza permise allo scrittore di riportare in maniera rivoluzionaria e realistica la vita e le fatiche di questa classe sociale nei suoi racconti. A Doughty Street egli probabilmente assunse un cuoco, un maggiordomo e una tata, i quali trascorsero gran parte del loro tempo lavorando nei piani sotterranei della casa, ricostruiti fedelmente e contenenti la cucina, il retrocucina e la lavanderia. Il salotto, invece, fu arredato secondo le specifiche direttive dello scrittore, con decorazioni tipiche del periodo Regency e con colori e fantasie rinvenuti nei ritratti dell'autore. Anche la trama un po' pacchiana del tappeto fu scelta poiché conforme alla descrizione nei suoi scritti. Il tavolo deriva dalla libreria in Gad's Hill Place e la sedia di pelle rossa fu trasportata dalla precedente abitazione di Furnival's Inn. Lo scrittore, ancor' oggi ricordato per il suo abbigliamento dandy e i suoi panciotti variopinti, come già affermato era un esperto intrattenitore e la stanza contiene anche il tavolo da lettura che egli stesso progettò nel 1850 per facilitare il proprio compito di lettore



verso il pubblico. Passata questa stanza, nel retro, troviamo lo studio di Dickens, dove egli era solito scrivere dalle 8 del mattino fino a mezzogiorno, prima di pranzare in uno dei suoi tanti club preferiti nei quali discuteva di affari e di nuovi impegni verso le istituzioni di beneficenza.

Il secondo piano della casa-museo invece comprende la camera da letto di Charles e Catherine, nella quale sono esposti in una vetrinetta degli oggetti appartenuti alla coppia, che si separò successivamente nel 1858, quando Dickens iniziò a frequentare l'attrice Ellen Ternan, poi sua compagna per il resto della vita. È in vetrina anche l'anello a forma di serpente (simbolo di tradimento) che l'autore regalò a Catherine dopo averla esposta al pubblico giudizio, scrivendo la propria versione della separazione nel suo magazine, l'*Household Words*. La stanza intitolata a Mary Hogarth, invece, si trova nel retro, ed è il luogo dove Mary morì all'età di 17 anni. È arredata con oggetti e quadri correlati alla sua scomparsa, incluso il testamento di Dickens, un disegno abbozzato di John Everett Millais raffigurante lo scrittore nel letto di morte e un frammento di una lettera che descrive tutto il tormento provato per questo lutto. L'ossessione dell'autore per Mary crebbe nel corso degli anni e questa stanza invita, forse inavvertitamente, a confrontare questa sua adorazione col senso di continuo tormento che non è mai svanito del tutto.

Le stanze dell'ultimo piano, infine, erano riservate ai domestici e sono oggi decorate con citazioni concernenti il tema della giustizia sociale; mentre sono in mostra nella camera dei bambini oggetti e scritti



Università
Ca' Foscari
Venezia

riferenti un episodio traumatico di Dickens, quando all'età di 12 anni venne mandato a lavorare in una fabbrica dopo l'arresto del padre. Tale esperienza fu così umiliante, ingiusta e penosa che lo scrittore la confidò solamente al suo biografo, sebbene Mr. Micawber nel romanzo *David Copperfield* è modellato in base al padre John e la prigione di Marshalsea ricopre un ruolo centrale nell'opera *Little Dorrit*. Dalla parte opposta della stanza, però, è appeso un disegno abbozzato del quarto figlio di Dickens, il quale sorride e apprezza tutti i giocattoli e i libri che gli sono stati regalati. Viene raccontato implicitamente, in questo modo, tutta la serie di ostacoli e vicissitudini che l'autore ha dovuto affrontare, per arrivare poi a godere della sua brillante e stabile carriera.

Nel 1921 la tenuta a Doughty Street fu messa in vendita, ma soltanto un anno dopo l'associazione degli amici di Dickens si appellò pubblicamente per trasformare la casa in un memoriale a Londra. A quel punto, l'edificio vantava già la placca blu delle case storiche inglesi, ma il piano dei sostenitori del progetto museale era di ristrutturare l'immobile in modo da poter contenere ed esporre al pubblico tutte le reliquie e gli oggetti di interesse storico appartenuti col novellista. Nel 1923 vennero stanziati sufficienti fondi per l'acquisto dei nn. 48 e 49 di Doughty Street da parte degli Amici di Charles Dickens, che nei successivi due anni ricevettero numerosi regali quali manoscritti, oggetti storici e libri da tutto il mondo, che tutt'oggi arricchiscono la collezione del museo.



2.3.1 *Analisi del prodotto culturale.*

Il museo possiede la più importante collezione al mondo di materiale riguardante il grande romanziere e attivista sociale Charles Dickens; i rari libri, dipinti, fotografie e cimeli esposti danno una visione unica della vita e dell'opera dell'autore.

La struttura è una casa a schiera di cinque piani in stile georgiano situata nel quartiere di Bloomsbury e, oltre ad attirare visitatori da tutto il mondo, è spesso luogo di eventi esclusivi in una cornice storica suggestiva: offre infatti l'ambiente ideale per cene, aperitivi, eventi aziendali privati, set fotografici o scene per film di ambientazione storica.

A cavallo tra gli anni '80 e '90, anche questo, come tanti altri enti museali in tutto il Regno Unito, cominciò a modernizzarsi: ogni stanza acquisì un tema specifico e tutte le collezioni vennero catalogate telematicamente per facilitare la ricerca e l'apprendimento riguardante Dickens. Si pianificarono nuovi metodi educativi e professionali per l'approccio col visitatore e per la cura degli oggetti da collezione; fino ad arrivare al 2012, quando venne approvato un piano di completa trasformazione strutturale del museo (per la maggior parte sovvenzionato dalla Heritage Lottery Fund) il quale comprendeva l'espansione del museo alla casa adiacente, adibita a spazio educativo e interattivo per gli ospiti. Oggi viene offerto un programma annuale di eventi per bambini e adulti, che comprende manifestazioni sia durante il giorno sia la sera. Alcune delle attività si svolgono



regolarmente di settimana in settimana, mentre altre sono eventi speciali una tantum; queste iniziative, in generale rivolte e non più di 30 persone, comprendono una vasta gamma di attività di letture e narrazioni, escursioni a piedi e spettacoli di magia.

Le attività che si svolgono regolarmente, di settimana in settimana, sono tre:

- **Reading Group:** Tutti i giovedì, dalle 14:30 alle 17:00, il museo diventa un luogo suggestivo per un gruppo di lettura e di discussione delle opere di Dickens e dei suoi contemporanei. La casa offre un ambiente autentico e stimolante per questa attività guidata dal dottor Jane Gibney, un amico del Charles Dickens Museum. L'appuntamento è rivolto ovviamente agli appassionati di Dickens ma, allo stesso tempo, è concepito anche per dare il benvenuto ai lettori che hanno meno familiarità con gli scrittori del XIX secolo. Durante il 2014 il gruppo di lettura si è occupato di due grandi romanzi vittoriani: *The Dead Secret*, di Wilkie Collins e *Little Dorrit*, di Charles Dickens. L'attività comprende inoltre una pausa per il tè.
- **Dickensian London Walks:** Il doppio appuntamento del mercoledì (alle 11:00 e alle 17:00) è pensato per esplorare non solo la casa di Dickens, ma anche le strade della città che lo ha ispirato. La passeggiata guidata per le vie della Londra antica, della durata di due ore circa, permette ai visitatori di percorrere alcune delle storie e delle leggende narrate dall'autore e di visitare inoltre la sua taverna preferita.



- Little Dickens: È di grande successo l'appuntamento con il club Little Dickens, il quale offre un'occasione settimanale per esplorare il museo in un ambiente divertente e informale. Olivia, Paul e Claire hanno un ampio programma di workshop per coinvolgere e ispirare i bambini in tenera età: la Storyteller Olivia invita genitori e bambini ad incontrare il signor Dickens e i suoi animali, il musicista Paul accompagna gli ospiti in un tour melodioso dell'epoca vittoriana e, infine, Claire, specializzata nei lavori d'artigianato, aiuta a creare un ritratto vittoriano di famiglia.

A queste attività si aggiungono, in occasioni speciali, i tour del museo in abiti d'epoca, le aperture straordinarie notturne e gli eventi dedicati alle festività.

Come di consueto accade nei musei presi in considerazione, anche quest'ultimo ha pianificato un allettante piano di formazione dedicato agli ospiti più piccoli: vengono infatti organizzati workshop con visite guidate interattive a prezzi agevolati per i bambini dai 6 ai 16 anni e anche le scuole sono chiamate a far parte del progetto creativo museale. Un'opportunità interessante per i bambini della scuola primaria è la possibilità di vincere il Charles Dickens Primary Award. Il premio, organizzato da The Dickens Fellowship e dall'English Association e sostenuto dal Charles Dickens Museum, consiste nella somma di £500 e viene dato alla scuola che svilupperà un progetto che unisca l'opera letteraria di Dickens con altre aree umanistiche o scientifiche.



L'organizzazione e il mantenimento del Charles Dickens Museum sono affidati ad una società benefica indipendente che ha lo scopo di preservare e promuovere l'apprezzamento delle opere di Dickens. In quanto tale, l'ente di beneficenza dipende soprattutto dalla generosità dei suoi sostenitori, i quali possono dare il loro supporto col volontariato presso il museo o con le donazioni.

2.3.2. *Le politiche di prezzo.*

Diverse Trust e fondazioni sostengono con cospicue donazioni l'ente museale: queste includono: la Heritage Lottery Fund Trust, la Fondazione Wolfson, la Fondazione Foyle e la Fondazione Garfield Weston. Ma ogni donazione fatta dai singoli sostenitori è di vitale importanza per garantire il mantenimento di questo punto di riferimento letterario e storico, e sviluppare nuovi modi per promuovere e fornire l'accesso alle opere di Dickens. Con una donazione minima di £20 si può diventare un amico del Charles Dickens Museum, ricevendo così: l'ingresso gratuito per il titolare e un ospite per visita, lo sconto del 10% nel negozio Museum & Cafe, i bollettini trimestrali, lo sconto del 10% per gli eventi del museo (esclusi gli eventi natalizi) e gli inviti agli eventi pubblici sociali. L'ente offre i seguenti livelli di iscrizione annuale e a vita:

- Individual: £20 all'anno.
- Joint: £30 all'anno.
- Student: £15 all'anno.



Università
Ca'Foscari
Venezia

- Life: £500 una tantum.
- Joint Life: £800 una tantum.
- Corporate Benefactor: £1.000 all'anno.

I prezzi d'ingresso quotidiani, da come si può notare, rispecchiano (superandoli di poco) i prezzi di ogni altro museo preso in considerazione:

- Adulti: £8,00.
- Ridotto: £6,00.
- Bambini dai 6 ai 16 anni: £4,00.
- Bambini fino a 6 anni: gratis.

Infine il prezzo per partecipare agli eventi, come le visite notturne o in costume, è di £15 per gli adulti e £8 per i bambini fino ai 16 anni.

Come gli altri musei considerati in questa ricerca, anche il Charles Dickens Museum ha previsto dei prezzi speciali riservati ai possessori di London Pass o ai membri della Art Fund; entrambi infatti godono dell'entrata omaggio. Possono anche essere organizzate viste private il martedì e il giovedì sera dopo 17:30, quando il museo è di norma chiuso al pubblico. Una guida accompagna gli ospiti per un tour riservato, dopo il quale tutti possono godere di un bicchiere di vino o una bibita nel Cafè. I gruppi devono contenere un minimo di 10 persone e il prezzo per persona è di £18.

Una parte del sito web di questa struttura è dedicata anche all'organizzazione di eventi come riunioni, conferenze o eventi più informali: è infatti disponibile per il noleggio una Boardroom che può contenere un numero massimo di 25 ospiti seduti o da 16 a 18 ospiti



seduti in vari tavoli. La *Withdrawing Room* è invece riservata a eventi come cene o banchetti e può invece contenere fino a 32 ospiti. Per queste occasioni è richiesta la compilazione di un *Booking Form*, col quale ci si mette in contatto con l'ente museale per contrattare prezzi e modalità che altrimenti nel sito rimangono riservati.

2.3.3 *La comunicazione.*

Il museo è un centro di ricerca molto attivo, nel quale i ricercatori provenienti da tutte le parti del mondo possono accedere alle collezioni storiche e lo staff dell'ente stesso partecipa frequentemente a conferenze e programmi accademici internazionali, anche fuori dal Regno Unito. Si è così sempre alla ricerca di nuovi modi coi quali promuovere il personaggio di Dickens anche al di fuori del museo, il quale, durante gli anni, ha preso parte a celebrazioni culturali come il “*Dickens Festijn*” in Norvegia, il “*Dickens on the Strand*” a Galveston nel Texas, e molti altri eventi nel Regno Unito. Lo staff museale inoltre spesso visita le scuole e organizza conferenze in giro per il paese e programma esibizioni in particolari locations per attirare un pubblico sempre più curioso: ad esempio alcuni degli oggetti delle collezioni sono stati esposti in un treno che viaggiava lungo tutti gli Stati Uniti d'America, oppure a Westminster Abbey o ancora in un ex cotonificio dell'Inghilterra. La grande mission di questo museo, dunque, risiede nel tentativo di far conoscere la più grande collezione al mondo su Charles Dickens al più grande numero possibile di



Università
Ca'Foscari
Venezia

persone possibili. Per realizzare questo ambizioso progetto vengono attuate strategie di comunicazione che si spingono oltre alla semplice pubblicità nel web: così come si è visto per la Benjamin Franklin House, il cuore pulsante della pubblicità sono gli eventi, le conferenze e i programmi istruttivi per le scuole e per i più giovani.

Certamente, anche il Charles Dickens Museum entra nella rete di pubblicità sul web, che permette ulteriore visibilità per tutte le altre fasce di clienti: dal turista più o meno consapevole (inglese o straniero) all'appassionato d'arte. La casa storica è infatti compresa tra le dimore tutelate dalla Art Fund, il che permette l'ingresso gratuito ai possessori di Art Pass, e fa parte delle attrazioni visitabili gratuitamente per chi possiede la London Pass. Non è invece tra le abitazioni tutelate e pubblicizzate dalla “London Shh...” la quale, come già specificato, è rivolta ad un tipo di turismo al di fuori dei grandi flussi. È possibile che questa scelta sia stata determinata dal fatto che l'ente organizzativo della “London Shh...” sia relativamente conosciuto dal (e rivolto soprattutto al) pubblico inglese, per il quale il Dickens Museum già svolge un consistente lavoro promozionale con i convegni e i programmi per le scuole. I dati che ci sono stati forniti sui risultati della strategia di comunicazione assunta dal museo sono purtroppo molto scarsi. È comunque importante sottolineare che, per la sponsorizzazione dell'ente e delle sue collezioni, un ruolo determinante è svolto dalle pagine Facebook e Twitter, le quali rispettivamente contano ben 8.440 e 7.911 followers, a fronte dei 1.141 nella pagina Facebook della Benjamin Franklin House (2.753 su



Twitter) e 2.590 nel profilo Facebook del Handel House Museum (1.948 su twitter).⁵⁷

2.3.4 *I canali di distribuzione e i progetti futuri.*

Ciò che la dottoressa Karen Martin, segretaria del museo, definisce nell'intervista personalmente condotta “our ‘Great Expectations’ project”⁵⁸ è avvenuto nel 2012, quando il Charles Dickens Museum, a partire dal 9 aprile, è stato chiuso per quasi nove mesi, a fronte di importanti lavori di ristrutturazione. L’Heritage Lottery Fund, come finanziatore principale del progetto, ha messo a disposizione ben 3,2 milioni di sterline per mettere in piena sicurezza i due edifici, che hanno richiesto profonde riparazioni strutturali e di rafforzamento per far fronte all'aumento del numero di visitatori. Ci viene riferito che per tutto lo staff del museo è stata una decisione difficile chiudere per diversi mesi, proprio nell'anno del bicentenario della nascita dell'autore e durante il Diamond Jubilee della Regina e dei Giochi di Londra 2012, ma il consiglio di amministrazione del Museo ha concordato che questo fermo è avvenuto nel pieno interesse del patrimonio storico, organizzando contemporaneamente un gran numero di attività alternative. Durante questo periodo infatti il museo si è reso disponibile a concedere temporaneamente gli oggetti al suo interno, permettendo alle biblioteche e agli archivi nel Regno Unito e

⁵⁷ Dati aggiornati al 15/06/2015.

⁵⁸ “Il nostro progetto dalle grandi aspettative”.



Università
Ca' Foscari
Venezia

all'estero di prendere in prestito intere collezioni. Anche a livello locale si è lavorato con i musei londinesi e si è inoltre sostenuta la prima campagna annuale “Cityread London 2012”, che ancora oggi si svolge in tutta Londra ogni aprile, con un focus proprio su *Oliver Twist*. Al di fuori di Londra il museo ha contribuito alla realizzazione della mostra presso la Galleria Watts nel Surrey, mentre a livello internazionale sono state esposte le collezioni di Dickens da Hong Kong agli Stati Uniti. Grazie a tutte queste iniziative, i canali distributivi e comunicativi sono andati moltiplicandosi, per quel periodo, volgendo a proprio vantaggio una situazione sfavorevole, qual è stata la chiusura per un periodo prolungato.

Il futuro per la casa storica di Doughty Street è quindi più tranquillo, dopo aver già compiuto il passo più complicato di ristrutturazione degli ambienti e dei servizi, e il canale distributivo privilegiato è rimasto, come è avvenuto anche per gli altri musei considerati, quello che prevede il contatto diretto col consumatore.



Conclusioni.

Il percorso di indagine si è articolato principalmente in due fasi. Il primo capitolo ha messo in luce varie caratteristiche del turismo culturale, quale mezzo primario per la valorizzazione dei beni e delle bellezze di una terra.

Il patrimonio culturale genera attrattività verso una determinata meta, sviluppando in questo modo un flusso turistico e, conseguentemente, incrementando le attività per la valorizzazione del patrimonio stesso. Il turismo culturale è dunque un processo che va elaborato e reso sistematico in un'ottica di lungo periodo, tenendo presente che esso è efficace e genera benefici diffusi nel territorio soltanto se è l'intero sistema a funzionare armoniosamente.⁵⁹

All'interno del turismo culturale si inserisce come disciplina il turismo musicale, che vede nei luoghi e negli eventi di carattere musicale lo scopo del viaggio del turista. Per ottenere il massimo profitto da questo tipo di turismo, in Italia forse ancora troppo poco sfruttato, occorrerebbe potenziare l'offerta "musicale". Pensiamo alle possibilità derivanti dall'organizzazione di concerti e festival, ma anche dalla meno usuale creazione di percorsi turistici per visitare luoghi storici della musica, o che sono diventati famosi grazie ad essa. Esempi di questi percorsi ci vengono forniti nelle guide di Alfredo Marziano e

⁵⁹ Walter Santagata, Michele Trimarchi: *Turismo culturale e crescita del territorio. Identità tradizioni e piaceri nel Monferrato*, FrancoAngeli, Milano, 2007, p.10



Mark Worden, che descrivono e consigliano i luoghi dei Beatles e dei Pink Floyd in Inghilterra. Si andrebbe così a stimolare il flusso di visitatori, quando la località è povera di altre attrazioni culturali, o a favorire la destagionalizzazione turistica delle località più frequentate, permettendo così un introito anche in periodi meno consueti.

Nel secondo capitolo sono state prese in esame tre case storiche londinesi trasformate in musei. Premettiamo che, nel caso di Londra, siamo ovviamente di fronte ad un gigantesco serbatoio di luoghi ed eventi che attira annualmente milioni di turisti. La città infatti, secondo la classifica del Global Destination Cities Index di MasterCard⁶⁰, ha avuto anche il primato di città più visitata del mondo nel 2014 (riconfermato anche nel 2015), avendo accolto nel corso dell'anno 18,6 milioni di visitatori (+8% rispetto all'anno precedente) scalzando Bangkok, prima nella classifica del 2013. Pensiamo però a luoghi esponenzialmente più piccoli e meno forniti di attrattive turistiche: la musica può giocare un ruolo di primo piano nella rivalutazione di queste realtà, che altrimenti non godrebbero della stessa dignità che spetta loro. Per portare alcuni esempi italiani basti pensare alla casa di Verdi, che ha permesso a Busseto e al territorio

⁶⁰ Il Global Destination Cities Index di MasterCard è il report annuale che l'emittente di carte di credito produce per stimare i flussi di viaggio (leisure e business) e il loro impatto di spesa su 132 città del mondo, basandosi sui dati statistici ufficiali forniti dai singoli paesi ed elaborandoli attraverso algoritmi previsionali specifici. Dalla relazione annuale 2014 (http://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2014/07/Mastercard_GDCI_2014_Letter_Final_70814.pdf), consultata il 15/06/2015.



Università
Ca'Foscari
Venezia

della bassa Parmense di sviluppare itinerari turistici musicali e non, o al Festival dei Due Mondi, che celebra ogni anno patrimonio artistico e teatrale di Spoleto da quando la città, nel 1958, fu scelta dal Maestro Gian Carlo Menotti per ospitare questo grande evento.

Lo studio dei tre casi londinesi ci ha permesso di confrontare in dettaglio tre offerte turistiche culturali differenti ma molto affini. Le similitudini derivano prima di tutto dalle peculiarità architettoniche: tutte e tre le abitazioni sono in stile georgiano, stile in voga tra il 1714 e il 1830, mentre Giorgio I, Giorgio II, Giorgio III e Giorgio IV succedevano al trono di Inghilterra. Gli amanti di questa tendenza artistica possono ammirare il mobilio di casa Dickens, o l'arredamento d'epoca originale di casa Handel (interamente preso in concessione dal Victoria and Albert Museum), o ancora partecipare ad un tour architettonico della casa di Benjamin Franklin, che include la residenza di Franklin e la scuola di anatomia di Hewson (oltre al progetto globale di conservazione che ha salvato la struttura dall'abbandono).

Anche dal punto di vista della promozione del prodotto, i tre luoghi fanno tutti parte del Programma National Art Pass⁶¹, che permette ai possessori della carta l'ingresso gratuito o a metà prezzo, e London

⁶¹ I luoghi di interesse convenzionati sono consultabili al sito della National Art Pass (<http://www.artfund.org/search/in/13/show/museums-and-galleries>), consultato il 15/06/2015.



Pass⁶², che permette ai possessori l'ingresso gratuito agli enti museali e riserva uno spazio pubblicitario nel proprio sito web.

In generale è comunque difficile discostare un tipo di turismo culturale da un altro, nell'ottica dei casi presi in esame. La musica, che, nell'ambito di questa tesi, è l'argomento principale, si intreccia con le altre discipline, in un connubio che aumenta i fattori coinvolti nella scelta per un consumatore di un determinato luogo. Si pensi per esempio ad un visitatore appassionato delle opere di Handel che, visitando l'Handel House Museum, approfondisce le sue conoscenze sull'architettura georgiana; o viceversa un fan della storia americana che visitando il Benjamin Franklin Museum apprende dell'esistenza dell'armonica di vetro.

Alla domanda dunque se possiamo studiare il turismo musicale come una qualsiasi altra tipologia di turismo culturale, si possono dare molteplici risposte. La caratteristica peculiare della musica, assieme alla danza e al teatro, rispetto alle altre arti è l'essere un'arte performativa, il che ci consente di differenziare un turismo legato agli eventi e uno legato ai luoghi della musica. Nel turismo legato agli eventi musicali, siano essi di musica classica, sinfonica o operistica, siano essi di musica leggera, l'atto performativo si pone al centro del viaggio, prevalendo sugli altri servizi. Ogni evento è un evento a sé ed il numero di persone mosse non dipende tanto dal luogo o dal teatro che accoglie la rappresentazione, ma dai nomi proposti che fanno più

⁶² I luoghi di interesse convenzionati sono consultabili al sito di London Pass (<http://www.londonpass.it/london-attractions/index.html>), consultato il 15/06/2015.



o meno seguito di appassionati.⁶³ Nell'ambito del viaggio organizzato questa centralità influenza gli altri elementi e limita, nella pratica, le facoltà concesse al tour operator specializzato nella creazione del pacchetto turistico e le possibilità di scelta del viaggiatore musicale.⁶⁴ Esiste però anche un turismo legato ai luoghi (musei specializzati, case storiche, teatri), che sono diventati luoghi di interesse per gli appassionati di musica poiché hanno acquisito qualcosa riguardante quest'arte, come si è visto per l'Handel House Museum o la casa di Jimi Hendrix.

La stessa differenziazione tra luoghi ed eventi potrebbe però valere per il turismo, ad esempio, enogastronomico: basti pensare agli itinerari turistici delle località come il Chianti, accanto alle fiere dedicate al cibo e all'alimentazione; prima su tutte l'Expo 2015 in svolgimento a Milano. Il "tradizionale" turismo culturale legato al patrimonio monumentale o paesaggistico di una città o una nazione, è invece ben più inquadrabile e spesso arricchito di servizi o eventi accessori nel momento della scelta di un pacchetto.

Alcune considerazioni vanno fatte infine in merito alle differenze tra il turismo generato dalla musica classica e quello generato dalla musica leggera. In primo luogo va considerato l'universo di riferimento: il turismo degli appassionati di musica classica ancora oggi è di tipo elitario ed inferiore rispetto a quello degli appassionati di musica contemporanea ed è di conseguenza ridotto il numero di coloro che

⁶³ Sara d'Urso: *Il turismo musicale*, cit., p. 46.

⁶⁴ Ivi, p. 167.



assistono ad una manifestazione di musica classica rispetto a coloro che assistono ad uno spettacolo pop/rock.⁶⁵ Un concerto di classica, infatti, viene raramente eseguito in vasti spazi, come per esempio uno stadio calcistico, dove è invece frequente poter assistere ad un concerto di musica rock. I luoghi della musica classica sono storicamente, anche se non sempre (vedi l'Arena di Verona), dei luoghi definiti e più ristretti: tra questi chiese, sale di palazzi storici, oltre che chiaramente i teatri lirici. Quindi, per ogni singolo evento, il numero di persone mosse dalla musica colta è di molto inferiore rispetto a quello mosso dalle manifestazioni di musica pop/rock. Di contro va però anche detto che il turista che segue la musica “colta” ha mediamente una capacità di spesa superiore alla capacità di spesa della musica “leggera”.⁶⁶

Possiamo dire, a conclusione di questo studio, che il fenomeno del turismo musicale sta assumendo una sua individualità e caratteristiche a sé peculiari, che permettono di renderlo oggetto di un'analisi autonoma, anche di carattere statistico ed economico.

⁶⁵ Sara d'Urso: *Il turismo musicale*, cit., p. 45.

⁶⁶ Ivi, p. 46.



BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

- <http://www.marketing-turistico.com/la-musica-da-sfondo-a-prodotto-turistico-autonomo.html>
- <http://www.provincia.cremona.it/turismo/?view=Pagina&id=3600>
- <http://www.unesco.it/cni/index.php/cultura/citta-creative>
- <http://www.rockshock.it/rolling-stones-recensione-concerto-di-roma-circo-massimo-22-giugno-2014/>
- <http://www.ilsole24ore.com/art/cultura/2014-03-15/i-rolling-stones-concerto-roma-22-giugno-140906.shtml?uuid=ABAHf13>
- http://www.marketpress.info/notiziario_det.php?art=191221
- <http://www.ilgiornaledelturismo.com/visitbritain-il-turismo-musicale-in-uk-vale-oltre-2-mld-di-sterline/>
- <http://rivista.turismo-attualita.it/2014/09/>
- <http://www.giunti.it/libri/musica/penny-lane/#>
- <http://www.giunti.it/libri/musica/floydspotting/>
- <http://www.travelandleisure.com/slideshows/americas-best-music-cities/31>
- <http://www.meetingvenice.it/heineken-jammin-festival-2008-venezia/come-arrivare-allheineken-jammin-festival/arrivare-in-autobus-allheineken-jammin-festival.html>
- http://www.ilsipariomusicale.com/public/pdf/SiparioMusicale_Presentazione_2014.pdf
- <http://www.ilsipariomusicale.com/catalogo.pdf>
- <http://www.handelhouse.org/whats-on/calendar>
- <http://www.handelhouse.org/whats-on/saturdaytalks>
- <http://www.handelhouse.org/whats-on/exhibitions>
- <http://www.theguardian.com/music/2013/dec/30/jimi-hendrix-london-flat-museum>
- <http://www.handelhouse.org/support/friends>
- <http://www.londonpass.it/>
- <http://www.visitlondon.com/>
- <http://www.londonshh.org/about.html>
- http://www.euforme.net/css/it/project_work/promozione.pdf
- <http://www.handelhouse.org/your-visit/access>
- http://it.wikipedia.org/wiki/Armonica_a_bicchieri
- <http://www.benjaminfranklinhouse.org/site/sections/education/sciencedayandfair.htm>
- <http://www.benjaminfranklinhouse.org/site/sections/news/2014pastnews.htm>



Università
Ca' Foscari
Venezia

- <http://www.benjaminfranklinhouse.org/site/sections/news/Events%20Listings%20PDF/2014%20Events%20Listing.pdf>
 - http://www.benjaminfranklinhouse.org/site/sections/about_house/BFH%20Venue%20Hire%20Guide%202014.pdf
 - <http://it.wikipedia.org/wiki/Groupon>
 - <http://sandfordaward.org/>
 - <http://www.benjaminfranklinhouse.org/site/sections/news/mbarticle.pdf>
 - http://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2014/07/Mastercard_GDCI_2014_Letter_Final_70814.pdf
 - <http://www.artfund.org/search/in/13/show/museums-and-galleries>
 - <http://www.londonpass.it/london-attractions/index.html>
-
- Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Centro Studi del Touring Club Italiano, Touring University Press *Metodo e strumenti per un Osservatorio del turismo culturale - Il caso Basilicata*, Prefazione di Gregorio Angelini, Touring Editore, Milano, 2002
 - Bywater, M.: *The Market for Cultural Tourism in Europe*, EIU Travel & Tourism Analyst n.6, 1993
 - Sara d'Urso: *Il turismo musicale*, Giuffrè Editore, Milano, 2009
 - Walter Santagata, Michele Trimarchi: *Turismo culturale e crescita del territorio. Identità tradizioni e piaceri nel Monferrato*, FrancoAngeli, Milano, 2007