

10 Mercoledì 28  
Marzo 2012

CORRIERE  
DELL'UMBRIA



*L'abbonamento di dieci euro dà diritto a entrare gratis tutto l'anno nei siti in elenco*

Siti: A sinistra, il museo della ceramica a Deruta. A destra il museo di Montefalco. Sotto, museo a Bevagna



**Circuiti** La convenzione "Terre e musei" garantisce al turista un viaggio completo, pratico e conveniente. Si possono visitare nove centri umbri con un "pass" o un unico biglietto

## Una "card" per scoprire l'arte in nove comuni

di Sabrina Busiri Vici

► PERUGIA - Nel 2012 è tra le mete più ambite dai vacanzieri pasquali, adorata da sempre dagli innamorati tanto che il National Geographic l'ha elevata al rango di regione più romantica d'Italia, l'Umbria piace e va scoperta. Magari con qualche facilitazione in più e in modo pratico. Arriva, dunque, una "card" per rendere più semplice e conveniente fare il tour dell'Umbria e addentrarsi nelle aree meno conosciute, fuori dai sentieri più battuti. A proporre l'abbonamento, che ricorda la fortunata esperienza portata avanti in Piemonte, è il circuito "Terre e Musei dell'Umbria". La proposta è questa per dieci euro gli amanti dell'arte si mettono in tasca un abbonamento per visitare i siti museali di nove comuni: Amelia, Bevagna, Cascia, Deruta, Montefalco, Montone, Spello, Trevi, Umbertide. Per facilitare anche il visitatore occasionale e il turista del weekend, la promozione prevede un'altra opportunità: chiunque acquisti un normale biglietto di ingresso in uno dei siti museali della regione Umbria, avrà diritto a entrare con prezzo ridotto in tutti gli altri musei del circuito "Terre e Musei dell'Umbria", esibendo semplicemente il biglietto acquistato che non ha scadenza e potrà essere utilizzato in qualsiasi momento dell'anno.

"La convenzione intercomunale - spiegano i promotori - è nata per creare un



sistema di circolarità promozionale in cui il museo diventa il perno della promozione culturale e turistica regionale, in quanto luogo di valorizzazione del territorio circostante sia dal punto di vista artistico-culturale che economico-produttivo, nonché luogo tipico di riferimento e di raccolta virtuale".

La tipologia della convenzione può rientrare nel servizio definito dal marketing di settore di "destination card" nato proprio per rispondere al modello di "vacanza ideale" del turista mordi e fuggi cioè quello capace di co-

niugare un'offerta conveniente a un itinerario piacevole e alla rapidità negli spostamenti. Il tutto senza dimenticare la piena funzionalità dell'apparato ricettivo. C'è anche un altro aspetto da non sottovalutare, specialmente in una regione dai mille "campanili" come l'Umbria, ed è proprio l'opportunità che la card offre di superare certi steccati al fine di ricercare la collaborazione tra comuni e territori.