

Nei musei crescono la presenza del digitale e l'apprezzamento dei visitatori

Pubblicato: 01 Luglio 2016

Web e canali social consentono di ricavare il 'sentiment' dei visitatori dei musei. I dati possono costituire una sorta di audit del sistema culturale nazionale

Si va colmando il divario digitale che separa le diverse istituzioni internazionali della cultura. Lo dimostra una recente indagine sui **20 Musei Autonomi del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo** che hanno deciso di fare rete anche attraverso l'uso del web e dei social media, soprattutto per "ascoltare" la voce dei visitatori, nell'ottica di una costruzione di un **audit virtuale della comunicazione culturale contemporanea**. Si tratta di una vera e propria classifica rilevata grazie ad un sistema di monitoraggio che ha individuato la reputazione online attraverso il sito web, i canali social e l'analisi della soddisfazione generale, quindi della percezione che le persone hanno dei musei. Le variabili analizzate sono state attività ed eventi, spazi, servizi, ristorazione, accessibilità e costi. **Dal 1° gennaio al 31 maggio 2016 la soddisfazione generale dei visitatori è stata pari all'80,2%**, un dato positivo e in crescita del 3% rispetto allo stesso semestre del 2015. **L'Accoglienza è l'elemento che ha registrato un aumento maggiore tra il 2015 e il 2016 con un +43,8%**, a seguire è cresciuta positivamente la **percezione delle Attività e degli eventi +25,5%**, **degli Spazi +2%** e **dei Servizi + 31.9%**. È lo stesso ministro Dario **Franceschini** a commentare questi dati: *"Il sistema museale nazionale ha finalmente superato ogni timidezza e sta sperimentando con efficacia strumenti ormai imprescindibili per far conoscere e apprezzare le opere presenti nelle collezioni, le mostre e le attività"*. Sempre la stessa ricerca ha individuato il **TAI score** (Travel Appeal Index Score) cioè il **voto complessivo della presenza sul web**, analizzato per tutti i canali social, per i contenuti, l'ottimizzazione, la gestione e le performance. In testa alla classifica delle istituzioni maggiormente apprezzate troviamo la **Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea di Roma con il 91,7%**, seguita dal **Museo Nazionale Archeologico di Taranto (91,2%)** e la **Galleria Nazionale delle Marche (90,5%)**. Il monitoraggio ha

riguardato anche i canali di Tripadvisor, Facebook, Google Plus, Foursquare, HolidayCheck, Yelp e Zoover che dimostrano come in un anno i contenuti pubblicati dagli utenti per raccontare la loro esperienza di visita nei 20 Musei Autonomi siano cresciuti complessivamente del 240%.

L'analisi è stata condotta nei seguenti Musei Autonomi: Galleria Borghese, Galleria dell'Accademia di Firenze, Galleria Estense di Modena, Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea di Roma, Galleria Nazionale dell'Umbria, Galleria Nazionale delle Marche, Galleria degli Uffizi, Gallerie dell'Accademia di Venezia, Museo Archeologico Nazionale di Napoli, Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria, Museo Archeologico Nazionale di Taranto, Museo di Capodimonte, Museo Nazionale del Bargello, Palazzo Ducale di Mantova, Palazzo Reale di Genova, Pinacoteca di Brera, Galleria Nazionali d'Arte Antica di Roma (Palazzo Corsini, Palazzo Barberini), Parco Archeologico di Paestum, Polo Reale di Torino (Palazzo Reale di Torino, Giardini Reali, Biblioteca Reale, Armeria Reale, Museo di Antichità, Palazzo Chiabrese), Galleria Estense di Modena.