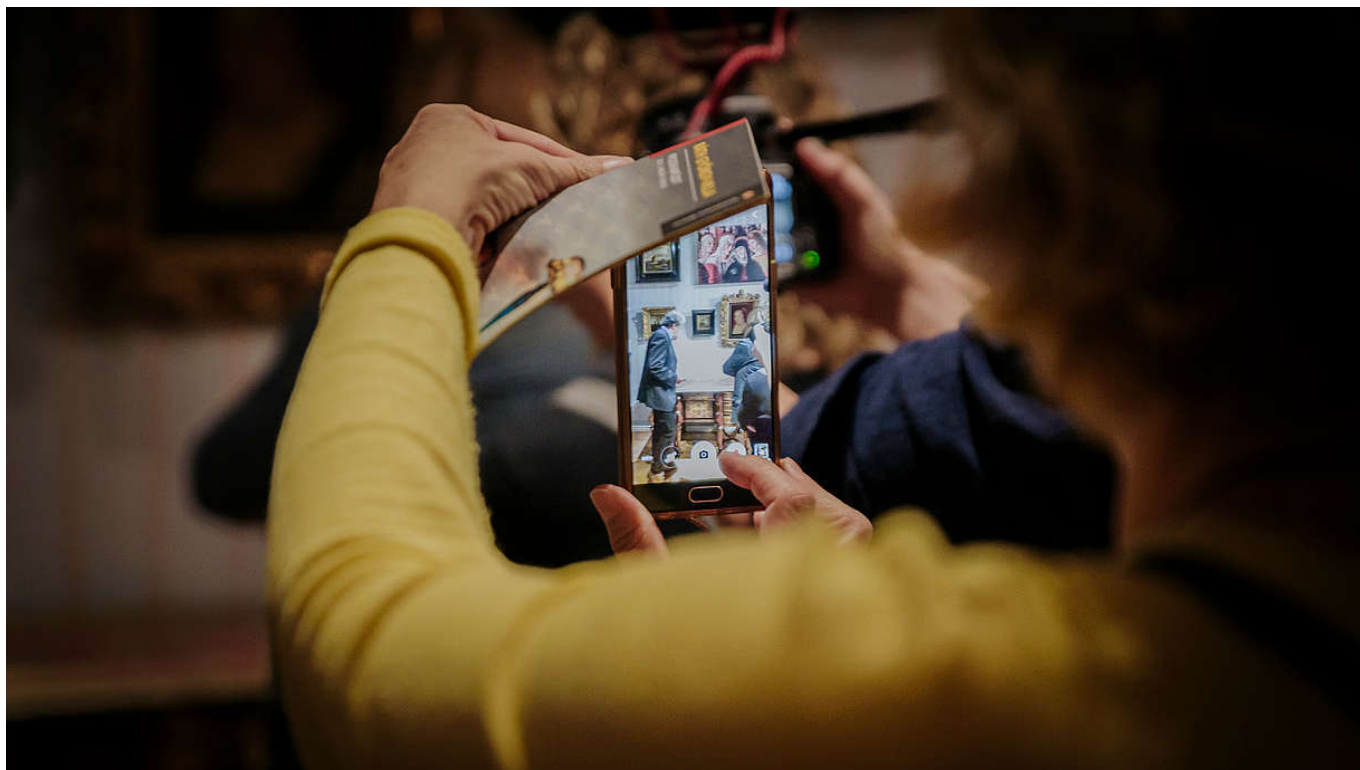


22 maggio 2020 10:03

Coronavirus, cresce anche ad aprile l'attività social dei musei



La chiusura dei musei ha incrementato anche ad aprile l'attività dei musei sui social. Sui tre canali (Facebook, Twitter, Instagram), il numero di pubblicazioni dei musei, come nel mese di marzo, si è duplicato rispetto a prima della chiusura per il Covid-19. Il monitoraggio della reputazione online di 100 musei e luoghi della cultura italiani condotto dal **Politecnico di Milano** per conto della **Direzione Musei del Mibact** - e che **AgCult** ha potuto visionare - conferma il trend crescente dell'attività online dei musei italiani.

I musei non hanno soltanto postato di più, ma hanno ricevuto un riscontro positivo nella crescita dei follower. Su Instagram un account ha guadagnato in media 8,4% follower in più, su Facebook 3,6% e su Twitter 2,4%. Le recensioni dei musei e dei luoghi della cultura calano ulteriormente in conseguenza della chiusura dei musei. Le news online più visualizzate nel mese di aprile che parlano dei musei si riferiscono ad attività da svolgere da casa per alleviare la quarantena.

LA CRESCITA DEI FOLLOWER

Il numero medio di follower è in continua crescita dal mese di febbraio su tutti i canali social dei musei oggetto della rilevazione. Instagram è il canale più seguito in media (25.191 follower) alla fine del mese di aprile e che è stato caratterizzato da un maggior incremento percentuale di follower online: da febbraio a marzo, una pagina dei musei ha ottenuto in media + 7,2% e ha registrato un ulteriore aumento del 8,4% tra marzo ed aprile. Su Facebook, una pagina dei musei ha incrementato in media del +5,1% i suoi follower tra febbraio e marzo ed ha registrato un'ulteriore crescita del 3,6% tra marzo ed aprile, raggiungendo così un reach medio di 18.700 follower. Sebbene numero medio e tassi di crescita siano più contenuti, anche su Twitter le pagine dei musei hanno mediamente incrementato la loro base follower,

passando da +2,8% tra febbraio e marzo a +2,4% da marzo ad aprile, per raggiungere 8282 follower in media alla fine di aprile.

MUSEI CHIUSI, CALANO LE RECENSIONI SU TRIPADVISOR

Nel mese di aprile 2020, si sono conteggiate complessivamente 208 recensioni nel mese, relative al 51% dei musei analizzati, il cui rating complessivo su Tripadvisor è stato pari a 4,5/5. Il numero complessivo di recensioni, già in diminuzione del 62% nel mese di marzo, è ulteriormente diminuito del 77% rispetto a marzo 2020. In particolare, si registra un primo calo tra il 1 e l'8 marzo 2020, con una riduzione del numero medio di recensioni giornaliere da 86 a 73. Tale riduzione si è accentuata (-78%) nel periodo appena successivo alla chiusura nazionale dei musei (16 recensioni giornaliere in media fino a fine marzo) ed è ulteriormente dimezzato nel mese di aprile (8 recensioni giornaliere in media). La riduzione del numero di recensioni si riflette anche su una diminuzione del numero di musei recensiti nel mese, in calo del 15% rispetto al mese precedente. In particolare, in media un museo ha ricevuto il 43% in meno delle recensioni rispetto a marzo 2020.

LE NEWS PIÙ VISUALIZZATE SI RIFERISCONO AD ATTIVITÀ DA SVOLGERE DA CASA

Mentre nei mesi di febbraio e marzo 2020 le news online più visualizzate relative ai musei affrontavano il tema della chiusura dei luoghi della cultura e della cancellazione di eventi dovuta alla diffusione del Coronavirus, nel mese di aprile le news online più visualizzate sono relative a modi per trascorrere la quarantena direttamente da casa attraverso la fruizione di eventi culturali online.

LE RILEVAZIONI DEL POLITECNICO

Con la diffusione di canali social e siti di recensione, è diventato cruciale anche per le istituzioni museali intercettare il gradimento e monitorare i commenti degli utenti, per migliorare la propria visibilità e sviluppare delle relazioni con i propri visitatori reali e potenziali. La piattaforma, sviluppata dal Politecnico di Milano per conto della Dg Musei in periodo pre-Covid-19, permette la visualizzazione in tempo reale dell'intensità delle interazioni tra il museo e il pubblico, la percezione complessiva e la percezione sui singoli servizi offerti. I dati vengono rilevati sui canali social, come Facebook, Instagram o Twitter, ma anche sui siti di recensione, come TripAdvisor o Google Maps, e poi analizzati.

PIANO TRIENNALE PER LA DIGITALIZZAZIONE E L'INNOVAZIONE DEI MUSEI

Questo lavoro, come già detto, non è legato alla crisi da coronavirus ma si è rivelato utilissimo in questo periodo. Il progetto è stato previsto un anno fa all'interno del Piano Triennale per la Digitalizzazione e l'Innovazione dei Musei portato a termine dal direttore generale Musei Antonio Lampis. Il focus nel processo di digitalizzazione è il miglioramento dei servizi al pubblico. Per questo la Dg Musei aveva realizzato una guida con lo scopo di fornire un quadro di riferimento nell'adozione di soluzioni digitali. Nell'ambito della costruzione dell'Ecosistema Digitale dei Musei Italiani, la Direzione Generale intendeva supportare le istituzioni museali appartenenti al Sistema museale nazionale nello sviluppo di attività di customer satisfaction anche realizzando una serie di linee di azione tra cui rientrava anche questa rilevazione.

Tra gli obiettivi principali del piano era previsto di incrementare i processi di tutela attraverso gli standard catalografici disponibili e nuovi percorsi di valorizzazione; presentare il patrimonio culturale sia grazie all'esposizione e narrazione delle opere che in termini di commercializzazione di servizi; rendere i musei spazi di condivisione; offrire strumenti sul tema dell'accessibilità in

un'ottica di sistema; attivare partnership con imprese private.

Ag|Cult

Agenzia giornalistica **AgCult**
registrazione al Tribunale di Roma 195/2017
Via Cattaro, 28 - 00198 Roma
redazione@agcult.it