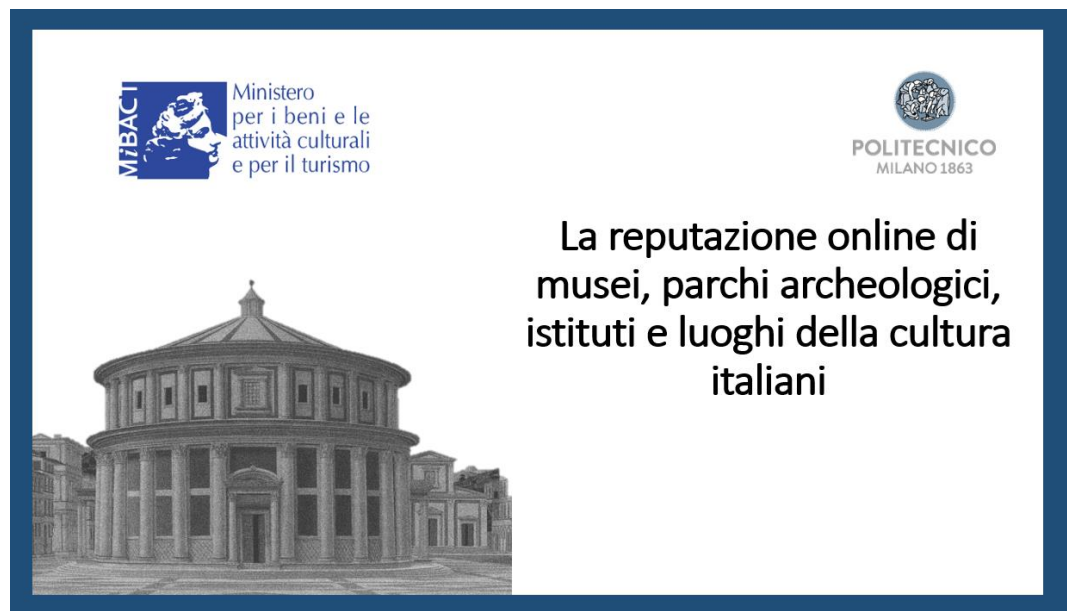




POLITECNICO
MILANO 1863

13 novembre 2020

La reputazione online dei musei italiani Report di sintesi Ottobre 2020



Indice del report di sintesi per il mese di ottobre 2020:

- Follower dei musei sui canali social;
- Post dei musei ed interazioni del pubblico online sui canali social;
- Recensioni dei musei su TripAdvisor;
- Focus del mese: Trending hashtag tra i musei italiani: #slim2020 e #lartedellamoda.



Follower dei musei sui canali social

Nel mese di ottobre 2020, sono incrementati i tassi di crescita dei follower su tutti i canali social media. Un account Instagram ha aumentato i suoi follower in media del +3.7% rispetto al mese precedente, su Facebook dell'1,5% e su Twitter dell'1,1%. Questa crescita ha portato al seguente numero medio di follower a fine ottobre: 21.378 sono i follower medi di una pagina Facebook, 31.010 sono i follower medi di un account Instagram e 8.738 sono i follower su Twitter.

Tutti i musei hanno visto crescere i loro follower sui canali social media. La crescita percentuale maggiore è stata quella della Rocca di Senigallia, che ha incrementato i follower del +37% su Instagram e del +5% su Facebook e Twitter. L'aumento dei follower è legato ad un aumento del numero di post effettuati nel mese su tutte le piattaforme.



Post dei musei ed interazioni del pubblico online sui canali social

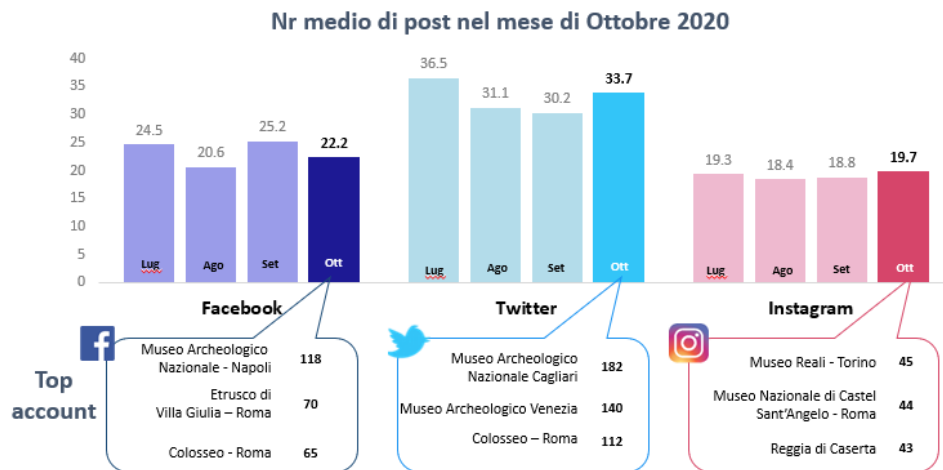
Nel mese di ottobre la partecipazione del pubblico online all'attività social dei musei è rimasta invariata rispetto al mese di settembre 2020, così come è rimasta costante l'attività online dei musei (i.e. numero medio di post pubblicati nel mese). I musei mantengono pressoché invariati i livelli di ingaggio¹ del pubblico online sui canali social, con 2,1% (+0,2%) del pubblico online ingaggiato in media su Instagram, lo 0,5% (+0,0%) su Twitter e lo 0,1% (+0,0%) su Facebook.

¹ Ingaggio del pubblico online calcolato come valore medio della somma di like, condivisioni e commenti ricevuti dai post di ciascun account social dei musei, rapportato alla base di online follower della pagina social.



Tra gli account social dei musei si distinguono per numero di post pubblicati:

- il Museo Archeologico Nazionale di Cagliari, il Museo Archeologico Nazionale di Venezia e il Parco Archeologico del Colosseo su Twitter;
- il Museo Archeologico Nazionale di Napoli, il Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia, e il Parco Archeologico del Colosseo su Facebook;
- i Musei Reali di Torino, il Museo Nazionale di Castel Sant'Angelo e la Reggia di Caserta su Instagram.



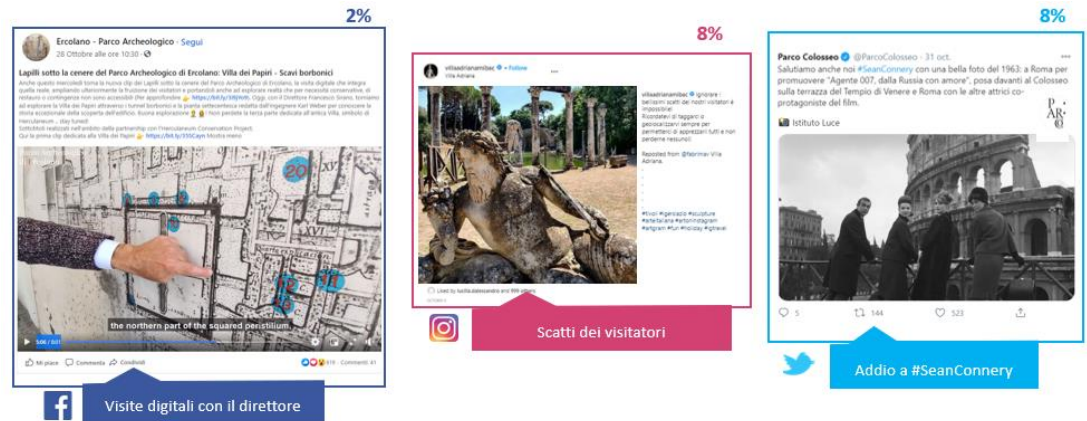
I post dei musei che hanno ingaggiato nel mese

Si riportano di seguito i post che si sono distinti per il valore del engagement generato nel mese di ottobre 2020 per ciascun canale social media:

- il post del Parco Archeologico di Ercolano su Facebook che ha proposto una visita digitale del museo: 2% del pubblico online ingaggiato;
- il post di Villa Adriana su Instagram, lo scatto di un loro visitatore: 8% del pubblico online ingaggiato;
- il post del Parco Colosseo su Twitter, con un addio a Sean Connery: 8% del pubblico online ingaggiato.



POLITECNICO
MILANO 1863



Le recensioni TripAdvisor dei luoghi della cultura italiani

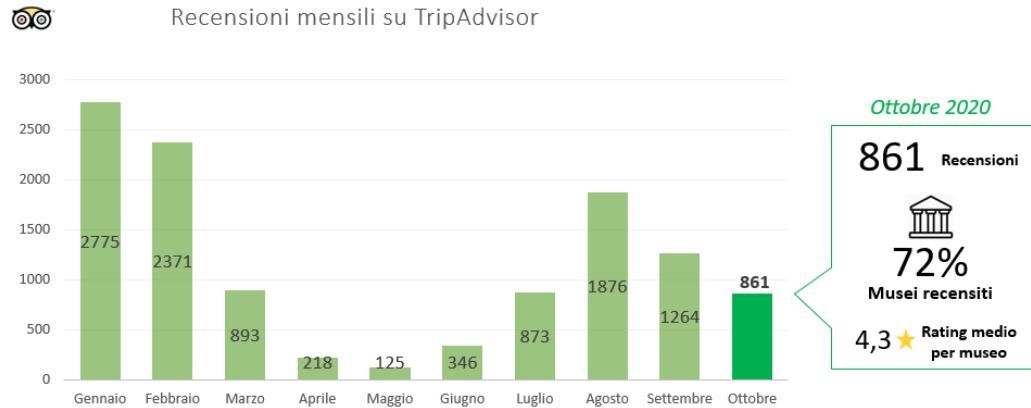
Il numero di recensioni dei luoghi della cultura italiani su TripAdvisor nel mese di ottobre 2020 è in calo rispetto al numero di recensioni del mese precedente (-32% rispetto a settembre 2020). Tuttavia, dei 100 luoghi della cultura oggetto del monitoraggio, il 72% dei musei ha ricevuto almeno una recensione nel mese di ottobre su TripAdvisor. Questo dato è in leggera diminuzione (-3%) rispetto al mese precedente, a conferma della ripresa rispetto ai mesi di chiusura al pubblico (+6% rispetto a marzo, +21% rispetto ad aprile, +42% rispetto a maggio 2020).

I recensori online dei musei hanno prediletto nel mese di ottobre la lingua italiana (57% delle recensioni mensili) ed inglese (21% delle recensioni mensili), mentre il restante 22% delle recensioni è stato scritto in 10 lingue diverse. Tra queste, le lingue di recensione più comuni sono tedesco (8% delle recensioni), francese (7% delle recensioni), spagnolo (2,3%) e olandese (2% delle recensioni).

L'analisi delle recensioni dei musei mostra che il 57% delle recensioni mensili si riferisce a servizi offerti dal museo, mentre il rimanente 43% è relativo a emozioni legate alla visita. Le tematiche più segnalate nelle recensioni relative ai servizi offerti dai musei sono state accoglienza, orari di apertura e costi dei servizi (29% delle segnalazioni), completezza delle informazioni online ed onsite (25% delle segnalazioni) e posizione, accessibilità ed allestimenti nei luoghi della cultura (26% delle segnalazioni).



POLITECNICO
MILANO 1863



Trending hashtag tra i musei italiani: #slim2020 e #lartedellamoda

Nel mese ottobre 2020, gli hashtag più frequenti tra i post social media dei musei italiani sono stati **#museitaliani** (17% dei post) e **#mibact** (16% dei post). Tra gli hashtag più utilizzati dagli account social dei musei italiani si distinguono inoltre gli hashtag **#fumettineimusei** e **#slim2020** collegati alla XX Settimana della lingua italiana. Considerando i post social dei musei su Facebook, Instagram e Twitter, **#fumettineimusei** e **#slim2020** sono stati utilizzati in media nell'11% dei post giornalieri dei musei nella settimana tra il 19 ed il 25 ottobre 2020. Su Twitter, **#fumettineimusei** e **#slim2020** sono stati gli hashtag più utilizzati dagli account dei musei, condivisi rispettivamente dal 41% e dal 38% degli account. I musei italiani hanno utilizzato frequentemente tali hashtag anche su Instagram (34% e 38% degli account rispettivamente) e Facebook (30% e 33% degli account rispettivamente). L'analisi degli hashtag più condivisi dagli account dei musei mostra anche l'utilizzo di hashtag legati alla campagna "L'arte della moda", quali **#viaggiointalia** (utilizzato dal 38%, 24% e 23% degli account su Instagram, Twitter e Facebook rispettivamente), **#lartedellamoda** (utilizzato dal 13%, 14% e 19% degli account su Instagram, Twitter e Facebook rispettivamente) e **#apritimoda** (utilizzato dal 9%, 7% e 14% degli account su Instagram, Twitter e Facebook rispettivamente).



POLITECNICO
MILANO 1863

