



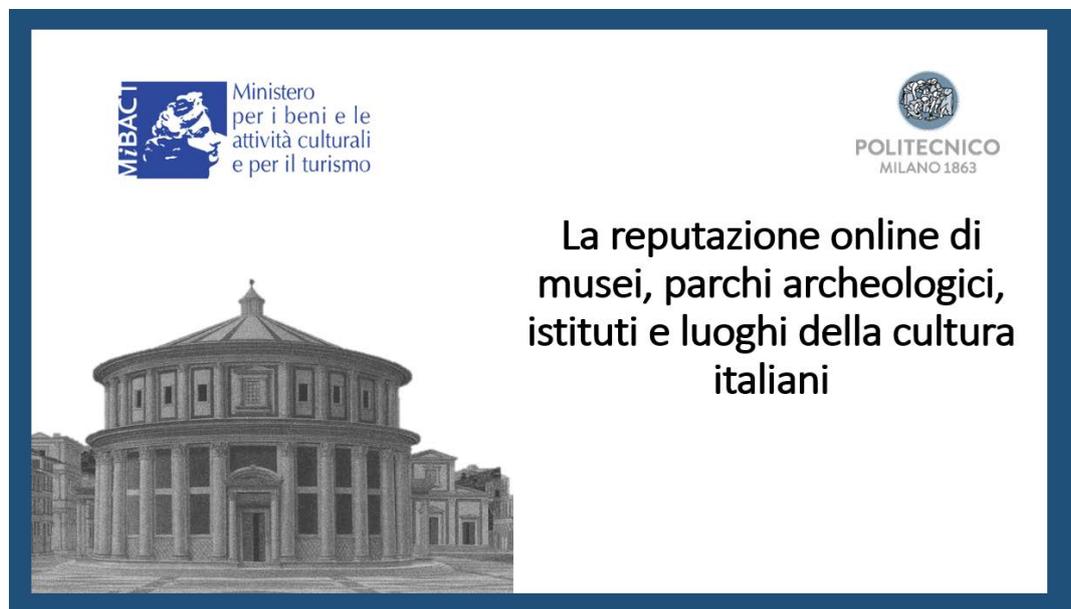
POLITECNICO
MILANO 1863

15 ottobre 2020

La reputazione online dei musei italiani

Report di sintesi

Settembre 2020



Indice del report di sintesi per il mese di settembre 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: Giornate Europee del Patrimonio 2020.**



Follower dei musei sui canali social

Nel mese di settembre 2020, si confermano i tassi di crescita dei follower in atto da marzo 2020: in media un account Instagram dei musei italiani ha aumentato i suoi follower del +2.6% rispetto al mese precedente, dell'1,5% su Facebook e dello 0,7% su Twitter. Alla fine del mese di settembre 2020, un account dei musei su Instagram è stato seguito in media da 29.751 persone, da 20.946 persone su Facebook e da 8.661 persone su Twitter.

La crescita relativa più importante si registra su Instagram per Villa Adriana che, con una base di 11.000 fan, ha incrementato del 9% i suoi follower nel mese di settembre. Su Facebook, Palazzo Barberini (Gallerie nazionali d'arte antica) registra la crescita più importante (+5%), guadagnando più di 700 follower nell'ultimo mese. Su Twitter, si distingue l'account del Parco archeologico dell'Appia Antica, che ha incrementato del 3,4% la sua base di 1.200 follower.

	Settembre 2020	VARIAZIONE % FOLLOWER SETT-AGO	VARIAZIONE % FOLLOWER AGO-LUG	VARIAZIONE % FOLLOWER LUG-GIU
 facebook	20.946	1.5%	1.8%	1.9%
 Instagram	29.751	2.6%	3.1%	4.8%
 twitter	8.661	0.7%	1.1%	0.9%

Post dei musei ed interazioni del pubblico online sui canali social

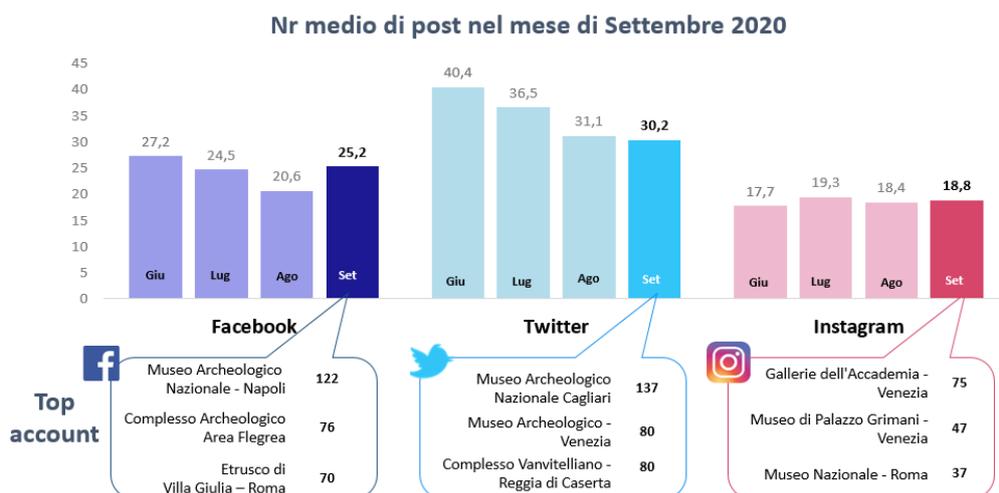
Nel mese di settembre la partecipazione del pubblico online all'attività social media dei musei è rimasta invariata rispetto al mese di agosto 2020, così come è rimasta costante l'attività online dei musei.

Se si osserva il numero di post dei musei sui canali social, rispetto ad agosto 2020 un museo pubblica in media 1 tweet in meno su Twitter, 1 post in più su Instagram e 4 post in più su Facebook. I musei mantengono pressoché invariati i livelli di



ingaggio¹ del pubblico online sui canali social, con l'1,9% (-0,2%) del pubblico online ingaggiato in media su Instagram, lo 0,5% (+0,2%) su Twitter e lo 0,1% (-0,6%) su Facebook.

Tra gli account social dei musei si distinguono per numero di post pubblicati: Museo archeologico nazionale di Cagliari, Museo archeologico nazionale di Venezia e la Reggia di Caserta su Twitter; il Museo archeologico nazionale di Napoli, il Parco archeologico dei Campi Flegrei e il Museo nazionale etrusco di Villa Giulia su Facebook; le Gallerie dell'Accademia di Venezia, il Museo di Palazzo Grimani e il Museo archeologico nazionale di Roma su Instagram.



I post dei musei che hanno ingaggiato di più nel mese

Si riportano di seguito i post che hanno ingaggiato di più nel mese di settembre 2020 per ciascun canale social media, quali:

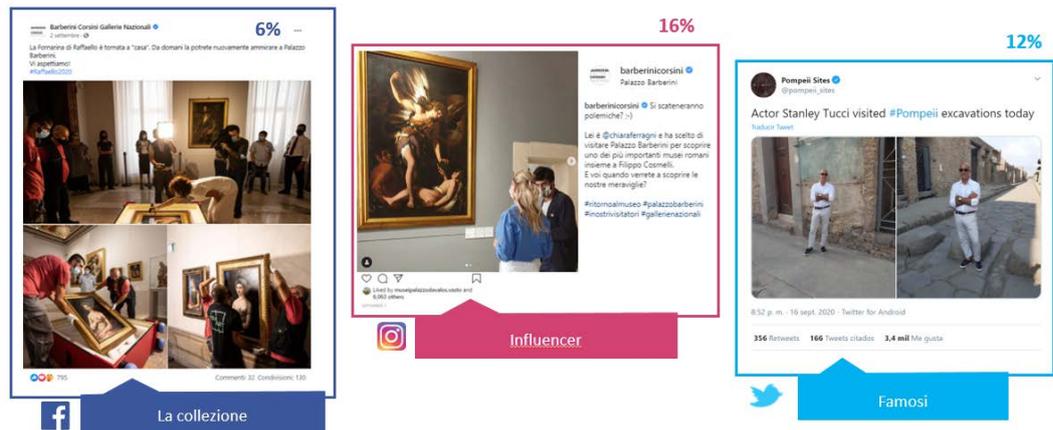
- il post della Galleria Corsini (Gallerie nazionali d'arte antica) su Facebook, +6% del pubblico online ingaggiato;
- il post della stessa Galleria Corsini su Instagram, + 12% del pubblico online ingaggiato;

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.



POLITECNICO
MILANO 1863

- il post del Parco archeologico di Pompei su Twitter, + 12% del pubblico online ingaggiato.



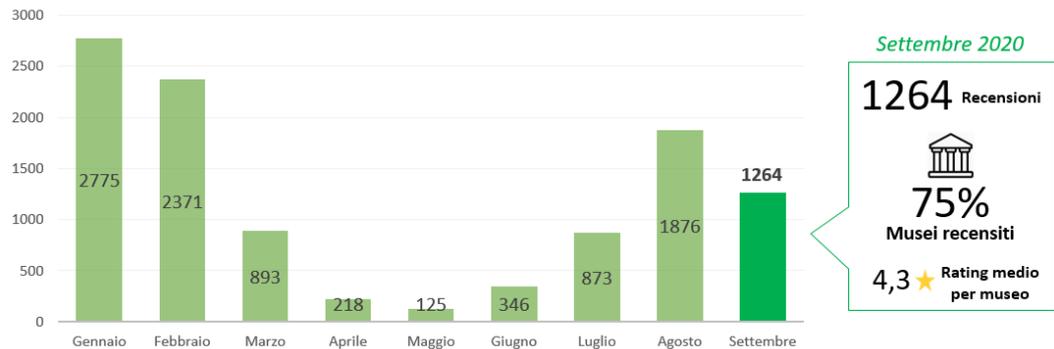
Le recensioni TripAdvisor dei luoghi della cultura italiani

Il numero di recensioni dei luoghi della cultura italiani su TripAdvisor nel mese di settembre è in calo rispetto al numero di recensioni di agosto 2020 (-32,6%). Tuttavia, nel mese di settembre 2020 sono aumentati i luoghi della cultura recensiti con il 75% dei musei (a fronte dei 100 oggetto del monitoraggio) che hanno ottenuto almeno una recensione su TripAdvisor. Questo dato è in aumento (+2%) rispetto al mese precedente ed in ripresa rispetto ai mesi di chiusura al pubblico (+9% rispetto a marzo, +24% rispetto ad aprile, +45% rispetto a maggio 2020).

I recensori online dei musei hanno prediletto nel mese di settembre la lingua italiana (64% delle recensioni mensili) ed inglese (18% delle recensioni mensili), mentre il restante 18,3% delle recensioni è stato scritto in più di 13 lingue, tra cui francese (7% delle recensioni), tedesco (4% delle recensioni), olandese (1,8% delle recensioni) e spagnolo (1,7%). L'analisi delle recensioni dei musei mostra che il 64% delle recensioni mensili si riferisce a servizi offerti dal museo. Le tematiche più segnalate in tali recensioni sono state costi dei servizi, orari di apertura e accoglienza (29% delle recensioni), completezza delle informazioni online ed *onsite* (24% delle recensioni) e posizione ed accessibilità dei luoghi della cultura (23% delle recensioni).



Recensioni mensili su TripAdvisor



Giornate Europee del Patrimonio 2020 #GEP2020

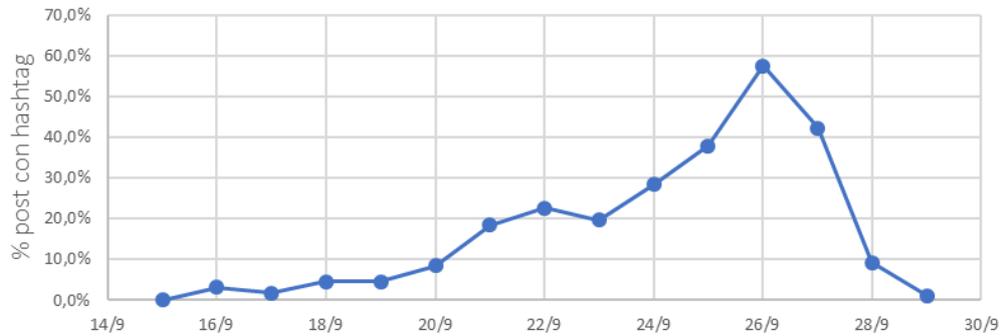
Nel mese di settembre 2020, l'hashtag **#gep2020** è stato il più diffuso nei post su tutti i canali social dei musei. Utilizzato nell'8,2% dei post social, **#gep2020** ha dominato la classifica degli hashtag più diffusi, superando **#museitaliani** (7,8% dei post), **#mibact** (7,2% dei post) e **#viaggioinitalia** (4,6% dei post).



L'hashtag **#gep2020** è apparso nel 29,4% dei post ne pubblicati dai musei italiani a partire dal 15 settembre 2020, raggiungendo un picco di diffusione sabato 26 settembre 2020, giornata in cui l'hashtag è apparso nel 58% dei post dei musei.



#gep2020



A livello di singolo canale social, **#gep2020** è stato l'hashtag più ricorrente nei post dei musei su Facebook (12% dei post) e su Twitter (6% dei tweet), mentre su Instagram **#gep2020** è apparso nel 13% dei post. Nel mese, **#gep2020** è stato anche l'hashtag più utilizzato dagli account dei musei su ciascun canale social, con il 65% degli account che ha usato l'hashtag su Instagram, il 54% su Facebook ed il 41% Twitter.

Gli account dei musei che hanno utilizzato più frequentemente l'hashtag **#gep2020** nei loro post mensili² sono stati:

- su Facebook: Grotte Di Catullo e Museo Archeologico di Sirmione (37,5% dei post), Museo Nazionale di Villa Pisani (36,4%) e Gallerie dell'Accademia di Venezia (30%);
- su Instagram: Complesso Monumentale del Castello, Giardino e Parco d'Agliè (68,7%), Castello e Parco di Miramare (35,7%) e Scavi di Ostia Antica (31,2%);
- su Twitter: Galleria Nazionale delle Marche (37,5%), Rocca Roveresca di Senigallia (30,8%) e Galleria d'Arte Moderna di Roma (22,2%)

Si riportano di seguito i post che presentano hashtag **#gep2020** e che hanno ingaggiato di più il pubblico online nel mese di settembre per ciascun canale social media, quali:

² I valori sono stati calcolati rapportando, per ciascun account social, il numero di post con hashtag **#gep2020** rispetto ai post totali pubblicati nel mese dal museo e escludendo dalla classifica il 25% dei musei che hanno pubblicato meno post nel mese.



POLITECNICO
MILANO 1863

- il post del Museo Nazionale di Castel Sant'Angelo su Facebook, +0.9% del pubblico online ingaggiato;
- il post della Reggia di Caserta su Instagram, +6% del pubblico online ingaggiato;
- il post del Museo archeologico nazionale di Aquileia su Twitter, +6% del pubblico online ingaggiato.

