



**POLITECNICO**  
MILANO 1863

15 gennaio 2021

## La reputazione online dei musei italiani Report di sintesi Dicembre 2020



Indice del report di sintesi per il mese di dicembre 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 *#natale2020* e *#ungiornoallannotuttolanno*.

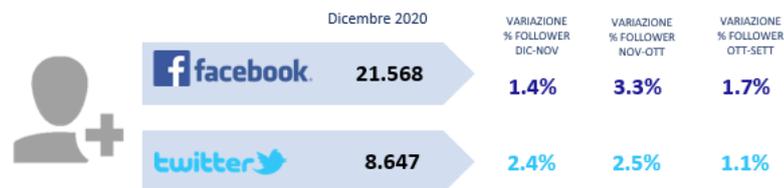


**POLITECNICO**  
MILANO 1863

### ***Follower dei musei sui canali social***

Nel mese di dicembre 2020, i tassi di crescita dei follower su Facebook e Twitter si mantengono in linea con i mesi precedenti. Su Facebook un account in media ha aumentato i suoi follower del +1,4% rispetto a novembre e su Twitter del 2,4%. Questa crescita ha portato al seguente numero medio di follower a fine dicembre: 21.568 sono i follower medi di una pagina dei musei su Facebook e 8.647 i follower medi su Twitter.

La crescita percentuale maggiore è stata quella del Parco archeologico di Pompei, che ha incrementato i follower del +10% su Facebook (+15.000 nuovi follower) e del +23% su Twitter (+10.000 nuovi follower).



*Media dei follower sui canali social dei musei e crescita media negli ultimi mesi*

### ***Post dei musei ed interazioni del pubblico online sui canali social***

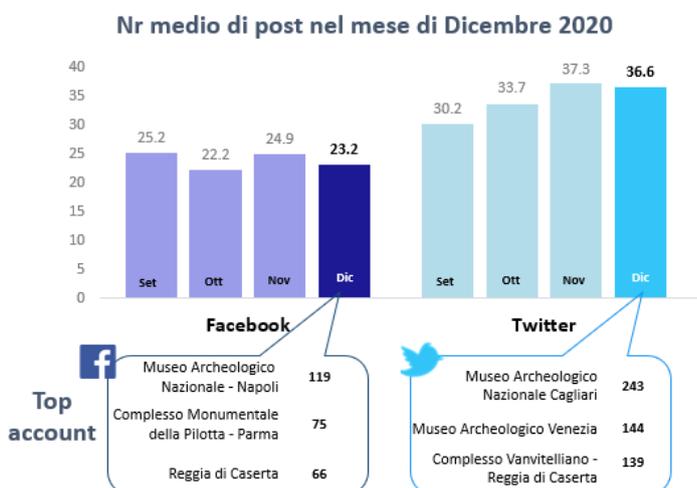
Nel mese di dicembre la partecipazione del pubblico online sui canali social dei musei è rimasta invariata rispetto al mese di novembre 2020, così come è rimasta costante il volume dell'attività online dei musei.

Con la crescita dei follower, i musei mantengono pressoché invariati i livelli di ingaggio<sup>1</sup> del pubblico online sui canali social: lo 0,7% (+0,0%) su Twitter e lo 0,4% (+0,3%) su Facebook.

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 la Reggia di Caserta su Twitter;
- il Museo archeologico nazionale di Napoli, Complesso monumentale della Pilotta a Parma, e la reggia di Caserta su Facebook.

<sup>1</sup> 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.

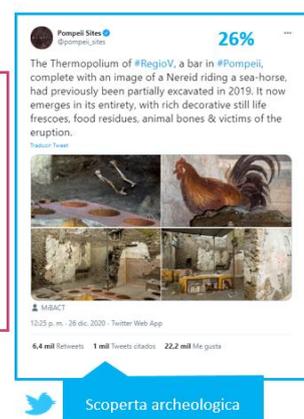


*Numero medio di post dei musei sui canali social negli ultimi mesi*

### ***I post dei musei che hanno ingaggiato nel mese***

Si riportano di seguito i post che si sono distinti per il valore di ingaggio nel mese di dicembre 2020 per ciascun canale social media:

- il post del Parco archeologico di Ostia Antica, mostrando la Tor Boacciana: 12% del pubblico online ingaggiato;
- il post di Palazzo Ducale di Mantova con la neve su Instagram: 8% del pubblico online ingaggiato;
- Su Twitter il post con maggiore ingaggio è stato il post relativo allo snack bar il Thermopolium del Parco Archeologico di Pompei: 26% del pubblico online ingaggiato.



*Post che si sono distinti per ingaggio degli utenti sui canali social dei musei*

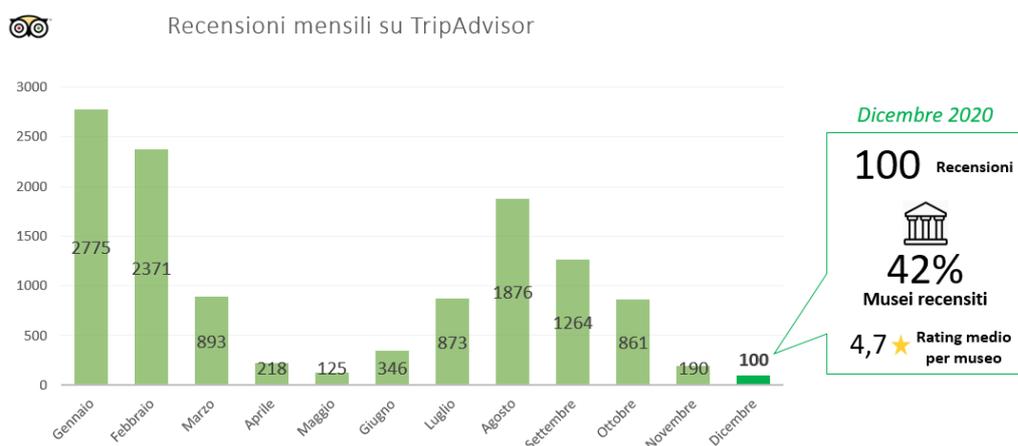


### ***Le recensioni TripAdvisor dei luoghi della cultura italiani***

Il numero di recensioni dei luoghi della cultura italiani su TripAdvisor nel mese di dicembre 2020 è in calo rispetto al numero di recensioni del mese precedente (-47% rispetto a novembre 2020). Dei 100 luoghi della cultura oggetto del monitoraggio, il 42% dei musei ha ricevuto almeno una recensione nel mese di dicembre su TripAdvisor. Anche questo dato è in diminuzione (-19%) rispetto al mese precedente.

In linea con i mesi precedenti, la lingua italiana è stata la prediletta dai recensori online dei musei, che nel mese di dicembre hanno scritto 2 recensioni su 3 in italiano. Altre lingue di recensione comuni nel mese di dicembre sono state inglese (16% delle recensioni mensili), russo (4% delle recensioni) e portoghese (2% delle recensioni).

L'analisi delle recensioni italiane dei musei mostra che il 54% di queste si riferisce a servizi offerti dal museo, mentre il rimanente 46% è relativo puramente ad emozioni legate alla visita. Le tematiche più segnalate nelle recensioni relative ai servizi offerti dai musei nel mese sono state accoglienza, orari di apertura e costi dei servizi (37% delle segnalazioni) e completezza delle informazioni online ed onsite (23% delle segnalazioni).

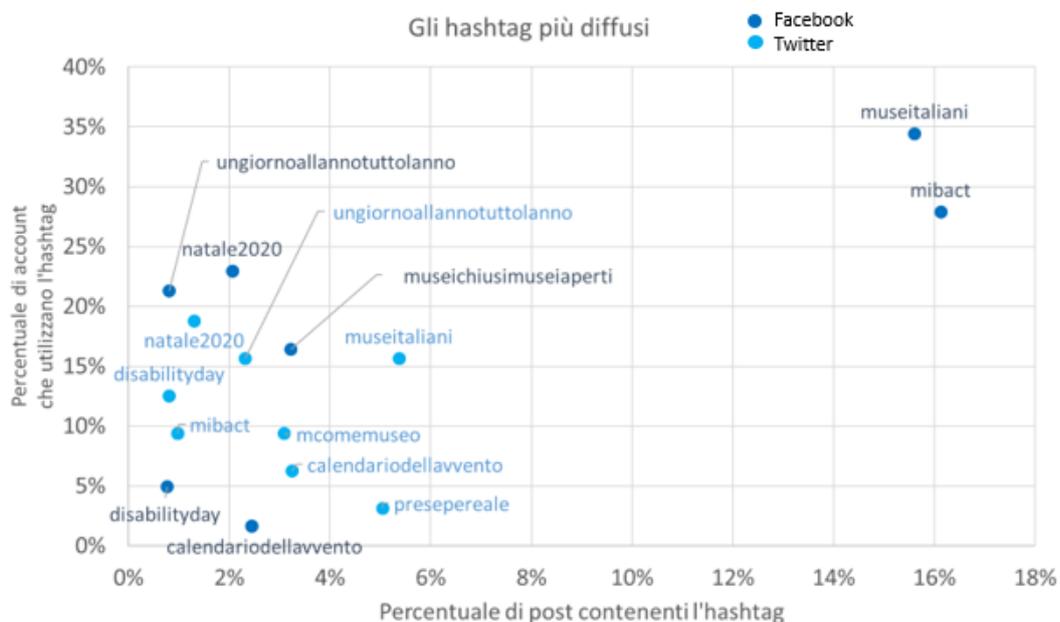


*Numero di recensioni dei musei da gennaio 2020 a dicembre 2020*



### ***Trending hashtag: Natale e Giornata internazionale della disabilità***

Nel dicembre 2020, gli hashtag **#museitaliani** e **#mibact** si confermano i più diffusi tra i post Facebook dei musei, apparsi nel 16% dei post del mese ed utilizzati da più del 28% degli account dei musei. Su Twitter, gli hashtag che hanno accomunato più account dei musei nel mese sono stati invece hashtag stagionali, tra cui **#natale2020** (condiviso dal 19% degli account dei musei) e **#ungiornoallannotuttoilanno** (condiviso dal 16% degli account dei musei). Quest'ultimo è apparso nell'11% dei post dei musei pubblicati il 3 dicembre 2020, Giornata internazionale delle persone con disabilità per l'anno 2020.



*Utilizzo degli hashtag nei post dei musei (asse orizzontale) e tra gli account dei musei (asse verticale) sui canali social*