

SINTESI DELLA RICERCA CIVITA SU WEB E MUSEI

CAMPIONE DI RIFERIMENTO DELLA RICERCA

Indagine sull'offerta :

- 110 musei italiani selezionati sulla base del criterio geografico e della tipologia dei musei;
- 110 musei stranieri distribuiti su tutti i continenti e di diverse tipologie.

Indagine sulla domanda (in collaborazione con UNICAB, associato Civita)

- 1000 interviste su un campione costruito a partire dai dati dell'indagine Istat sulle tecnologie informatiche nelle famiglie italiane, campione corrispondente a circa 17 milioni di individui.

ASPETTI QUANTITATIVI

Tra il 1998 e oggi il mondo del web è cambiato ed ha subito una profonda trasformazione

Tabella 1 - Distribuzione dei siti web dei musei in Italia (dominio proprio)

Area	% sul totale dei musei
Nord	8,98
Centro	4,90
Sud	3,37
% totale	17,25

Elaborazione Civita su dati Musei on line

Dall'indagine da noi condotta su Musei on line risulta che il **51,9% dei musei ha una presenza su internet (nel 1998 era stimabile intorno al 15%)** o attraverso **un proprio dominio (17,25%)** o mediante la presenza su un sito web dell'amministrazione che ne ha la titolarità. In sostanza, **in 10 anni possiamo dire che il totale della presenza sul web dei musei è più che triplicata** e, considerate anche le caratteristiche del nostro insieme museale, caratterizzato da una estrema frammentazione e da un numero di piccolissimi musei perfino non sempre aperti, possiamo dire che il dato è più che buono. Un fatto ancor più positivo se si pensa che **i grandi musei di proprietà dello Stato hanno ormai quasi tutti il proprio sito web.**

ASPETTI QUALITATIVI

- **prevale la cura dei contenuti**, con una attenzione particolare alla presentazione delle opere e dei reperti conservati nei musei (descrizione, informazioni storiche, etc.)
- **minore cura è prestata a prenotazioni, acquisti, servizi personalizzati e interattività**, sia nei confronti del pubblico che degli specialisti;
- **scarsa attenzione al multilinguismo**, che spesso non è garantito;
- l'offerta didattica, che è spesso ricca e qualificata, viene **esclusivamente presentata** e non utilizza le possibilità di interazione con gli utenti
- la **disponibilità di risorse economiche** impiegate nel web è **scarsa** e non paragonabile a quella dei musei stranieri: non si va quasi mai oltre i pochi migliaia di euro tranne qualche rara eccezione;
- **il confronto con i siti dei musei stranieri non è del tutto negativo.**

ALCUNI ELEMENTI DELLA VALUTAZIONE

La home page rappresenta il primo contatto del visitatore con il sito e riveste un'importanza fondamentale. I dati elaborati indicano che solo il 3,7% del campione ha una valutazione di non sufficienza mentre il 59,8% risulta molto buono. È interessante osservare che dei 20 casi di musei statali considerati, oltre il 70% abbia un giudizio molto buono, mentre questo dato scende al 50% per i musei di proprietà comunale (

vedi file [val_home.jpg](#))

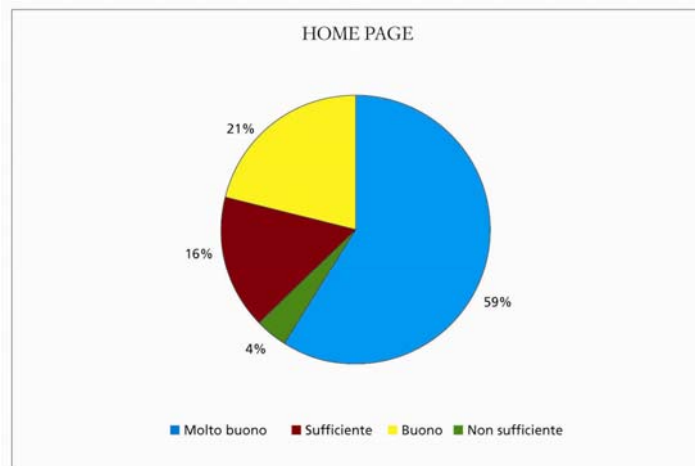


Immagine 7 - La valutazione complessiva della Home page

Per quanto riguarda la centralità dell'utente il giudizio è sostanzialmente sufficiente, ma questo è un campo in cui si potrebbe fare molto di più. In effetti riportare il pubblico al centro dell'attenzione del museo è un processo non ancora del tutto compiuto nei musei italiani.

(Vedi file: [val_centralità.jpg](#))

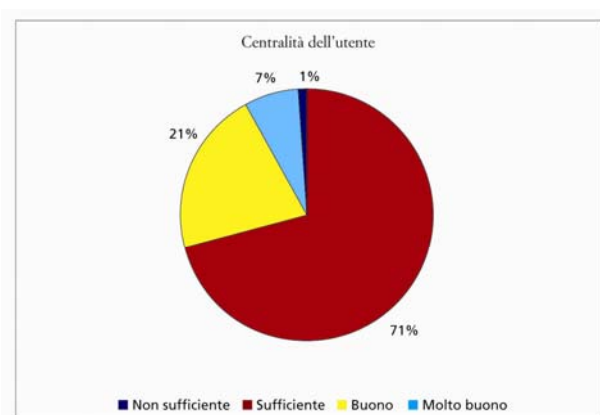


Immagine 21 - La valutazione complessiva della centralità dell'utente nei siti dei Musei italiani

I giudizi di non sufficienza aumenta nella valutazione della interoperabilità. I siti web sono per lo più poco attenti o appena sufficienti nel cercare di interagire, attraverso il proprio sito, con il proprio pubblico.

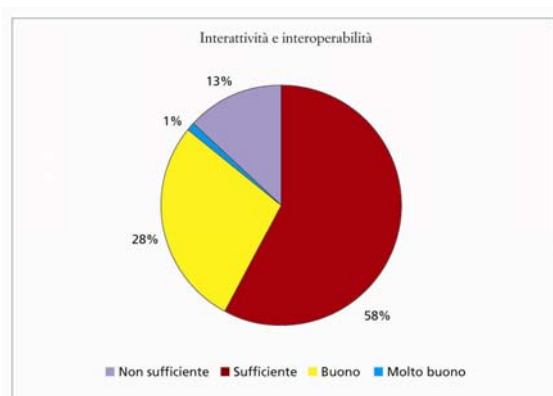


Immagine 20 - La valutazione complessiva della interattività e operabilità dei Musei italiani

VALUTAZIONE DEI CONTENUTI

I siti che hanno una valutazione dei contenuti molto alta sono quelli di arte e di arte contemporanea. In particolare i siti di arte hanno una valutazione molto buona per il 36,8% e quelli di arte contemporanea per l'11,8%

Tabella 2 – La valutazione dei contenuti del sito per tipologia di museo.

Tipologia	Sufficiente	Buono	Molto buono
Scienza e storia naturale	.	1%	3%
Scienza e storia naturale	.	3,40%	3,90%
Scienza e tecnica	.	.	3,90%
Archeologia	.	10,30%	11,80%
Arte	.	24,10%	36,80%
Arte contemporanea	50%	10,30%	15,80%
Museo d'impresa	.	3,40%	2,60%
Museo etno-antropologico	50%	10,30%	3,90%
Generale	.	3,40%	1,30%
Scienza e tecnica	.	3,40%	3,90%
Specializzato	.	31%	14,50%
Storia	.	.	1,30%

NEI MUSEI ITALIANI PIÙ VISITATORI VIRTUALI CHE REALI

Dalle risposte che i musei hanno fornito ad un brevissimo questionario, emerge che **c'è un maggior numero di visitatori virtuali rispetto a quelli reali.**

i Musei Capitolini, a fronte di una presenza di circa **300.000 visitatori**, contano **oltre 500.000 visitatori al sito**;

il Museo Tridentino di Scienze Naturali a fronte di un numero di **visitatori** compreso, per gli ultimi anni, tra **i 70 e i 100.000** ha **oltre 240.000 visitatori del sito.**

il Museo Internazionale della Ceramica di Faenza con **30.000 visitatori reali** ne conta **225.000 virtuali.**

l' Istituto e Museo di Storia della Scienza di Firenze che ha **70.000 visitatori reali** conta **almeno 10 volte di più per quanto riguarda gli accessi al sito**

RAFFRONTO TRA ITALIA E ALTRI CONTINENTI

La valutazione media delle diverse voci che abbiamo considerato vede collocarsi l'Italia in modo abbastanza buono rispetto ad altre aree geografiche del mondo.

(vedi file: raffronto.jpg)

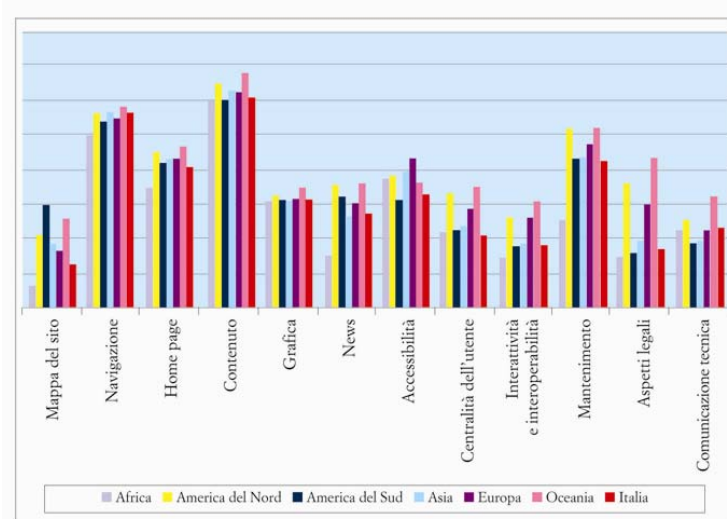
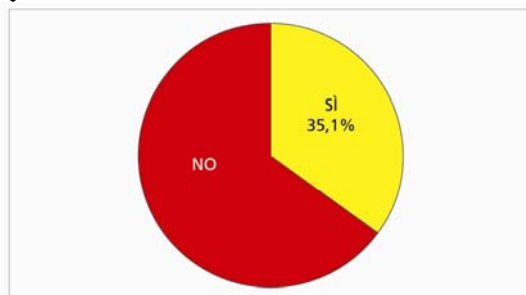


Immagine 23 - Raffronto per le diverse categorie tra le grandi aree geografiche del mondo (valori medi)

LA DOMANDA

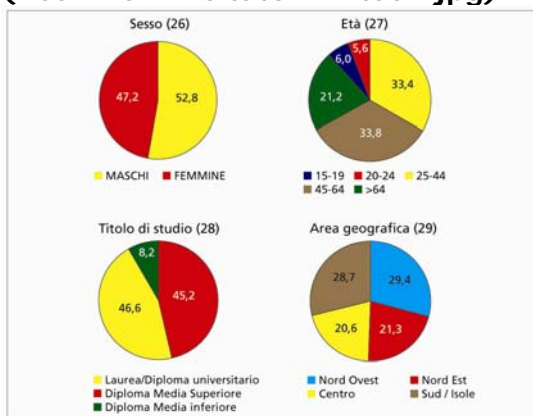
Gli utilizzatori di internet che accedono ai siti del museo sono il 35,1% del totale, in prevalenza maschi, con il 67% circa incluso nella fascia di età tra i 25 e i 64 anni e solo l'11% tra i 15 e i 24 anni. Si tratta di circa 6 milioni di visitatori da cui però sono esclusi i più giovani. I visitatori si muovono sui siti per raccogliere informazioni, ma anche per curiosità ed è questa la molla che spinge alla visita.

(Vedi file: **accedono ai siti dei musei.jpg**)



- Percentuale di navigatori che accede a siti web di musei
Fonte: Indagine Centro Studi Associazione Civita e Unicab - Domanda: "Nell'ambito delle attività per le quali si collega ad Internet, Le è capitato di visitare/consultare siti di Musei?"

(Vedi file: **i visitatori virtuali.jpg**)



- Composizione socio-demografica e provenienza dei visitatori virtuali
Fonte: Indagine Centro Studi Associazione Civita – Unicab

Tab. 12 – Ragioni che spingono alla visita del sito (% di risposte affermative)

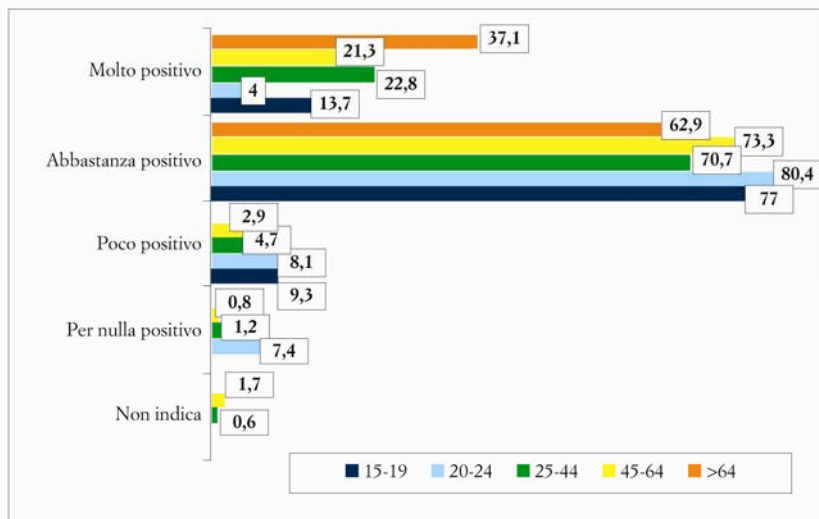
	Louvre	Uffizi	Vaticani	Capitolini	Leonardo Mi	Prado	British
programmazione visita	11,2	13	8,1	5,2	5,3	3,3	1,7
motivi di studio	12	11,2	4,5	2,7	5,6	3,1	0
scaricare filmati, foto, etc,	10,5	13,6	5,7	2,2	6,4	4,5	3,1
acquisto di servizi	14	6,6	11,9	11,1	4,1	0	0
acquisto di prodotti	7	0	0	0	10,1	7	7
curiosità	17,9	14,6	9,2	5,1	3	2,7	2,6

Fonte: Indagine Centro Studi Associazione Civita – Unicab

IL GIUDIZIO SUI SITI WEB DEI VISITATORI

Il giudizio sui siti dei musei è sostanzialmente positivo. La maggior parte dei giudizi critici riguarda le fasce di età comprese tra i 15 e i 24 anni.

(Vedi file: **giudizio visitatori siti.jpg**)



- Il giudizio per età