

**INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION
IN OCCASIONE DELLA MOSTRA
L'AMORE, L'ARTE, LA GRAZIA.
LA MADONNA DEL CARDELLINO RESTAURATA**

PALAZZO MEDICI DAL 23 NOVEMBRE 2008 AL 15 MARZO 2009

La straordinaria affluenza che si è realizzata in occasione della mostra “L’Amore, l’Arte e la Grazia. La Madonna del Cardellino restaurata”, che si è svolta nelle sale espositive di Palazzo Medici Riccardi, dal 23 novembre 2008 al 15 marzo 2009, ha offerto l’opportunità di testare concretamente l’apprezzamento o meno da parte del pubblico con una indagine di “customer satisfaction” che ha interessato 400 visitatori italiani e stranieri.

Nel corso della mostra e, precisamente, nel periodo delle feste natalizie e in alcuni giorni lavorativi nel mese di gennaio in modo da poter prendere in considerazione pubblici “differenziati”, è stato distribuito, fatto compilare e raccolto, un questionario in più lingue (Italiano, Inglese, Francese, Spagnolo e Tedesco) predisposto per l’occasione.

In analogia con le altre esperienze di “customer satisfaction” effettuate nel 1999 e nel 2004, il questionario, sia pur nella sua snellezza e semplicità, era strutturato su tre aspetti principali.

In primo luogo si riprometteva di individuare il “visitatore tipo” di Palazzo Medici Riccardi da un punto di vista dell’età, del sesso, della nazionalità e del livello culturale e professionale.

In secondo luogo era mirato a verificare il gradimento del pubblico rispetto alla mostra nel suo insieme e sugli altri aspetti che la caratterizzano quali il prezzo del biglietto, l’allestimento, i pannelli informativi, il video e l’accoglienza da parte del personale.

In terzo luogo era rivolto, da un lato, a verificare il gradimento del pubblico rispetto ai servizi attualmente presenti nel percorso museale di Palazzo Medici Riccardi quali l’accoglienza, la segnaletica, i servizi igienici e il guardaroba, l’illuminazione e, dall’altro, a conoscere, anche alla luce dei progetti attualmente in corso, quali nuove proposte quali bar, ristorante, spazio bambini e servizio navetta, sarebbero stati particolarmente apprezzati.

Per quanto riguarda il “visitatore tipo” di Palazzo Medici Riccardi il questionario ci riporta una indicazione molto netta sia per quanto riguarda l’età, con una percentuale dell’oltre il 60 % nella fascia dai 40 anni in su con una forte accentuazione degli over 65, che il sesso in cui si manifesta una netta prevalenza di donne (2/3 contro 1/3 di maschi).

Rimane bassa (5,49%) la percentuale di giovani under 20.

Questi dati manifestano tuttavia un tendenziale cambiamento dell’identikit del visitatore che, rispetto alle precedenti indagini del 1999 e del 2004, risulta “invecchiato” (gli over 65 passano

dall'8% del 1999 al 16% del 2004 e al 26% del 2009) mentre si mantiene basso l'interesse del pubblico giovanile (6% nel 1999 e nel 2009, 9% nel 2004).

Rimane invece sostanzialmente inalterato il dato sul genere che conferma quanto già acquisito nel 1999 e nel 2004: il Palazzo piace soprattutto alle donne che rappresentano una percentuale del 60% dei visitatori complessivi, in piena sintonia con quanto già verificato nelle precedenti ricerche (nel 2004 il 63% donne e il 37% uomini).

Per quanto riguarda la nazionalità del visitatore il 75% è costituito da italiani – il rimanente 25% si suddivide per metà in anglosassoni inglesi/americani/tedeschi e il resto fra latini francesi/spagnoli – anche se questo dato che si discosta da quanto verificato nelle precedenti indagini (sia nel 1999 che nel 2004 si manifestava solo una lieve maggioranza di italiani rispetto agli stranieri) che potrebbero essere dovuto alla presenza di un'opera – appunto la Madonna del Cardellino - cara al pubblico italiano in generale e a quello fiorentino in particolare.

Per quanto riguarda il titolo di studio e la professione del visitatore tipo, invece, i dati non si discostano dalle precedenti ricerche: più dell'80% ha un buon livello culturale – addirittura il 51% dichiara di essere laureato (nel 2004 il 57% laureato e il 27% studi superiori) e i liberi professionisti con il 22% del totale staccano le altre categorie quali, impiegati (6%), studenti (12%), insegnanti (10%), casalinghe (6%).

In concreto il pubblico del Palazzo è, in linea generale, un pubblico colto, forse anche con discrete possibilità economiche ed alla ricerca di esperienze culturali di qualità diverso, in sostanza, dalla massa indifferenziata che negli ultimi anni ha affollato, sotto la grande spinta dei mass media, i musei e le “grandi” mostre.

L'oggetto principale della ricerca era tuttavia quello di sollecitare una valutazione del visitatore, che alla luce dei risultati sopra esposti si può definire “visitatore esperto”, sia sulla mostra che sugli altri aspetti di contorno.

Il risultato è stato più che lusinghiero se oltre il 95% dà un giudizio complessivo di ottimo/buono mentre solo lo 0,25% si dichiara insoddisfatto.

Il giudizio si mantiene complessivamente costante anche sugli altri aspetti anche se con una maggiore articolazione: sul video, per esempio, la percentuale di gradimento è del 77% mentre al 2,50% non è piaciuto ma va tenuto conto di una alta percentuale (14%) che non esprime giudizi perché, come avviene in tutte le mostre, non tutti sono interessati a vederlo.

I pannelli esplicativi del restauro e l'allestimento nel suo insieme presentano invece una minore percentuale di persone che non si pronunciano in merito (8%) e ottengono quasi il 90% di consensi positivi.

Estremamente positivo anche il giudizio sul servizio di accoglienza sia dal parte del personale addetto alla mostra che di quello addetto al controllo con il metal detector: la professionalità e la gentilezza del personale è stata apprezzata dall'85% dei visitatori e solo l'1,75% ha avuto motivi di lamentela.

Un'ultima annotazione sul prezzo del biglietto che, come è noto, comprende la visita alla mostra ed al percorso museale di Palazzo Medici Riccardi: la stragrande maggioranza dei visitatori (65%) lo ha ritenuto in linea con le altre mostre mentre un 20% lo ha ritenuto caro e un 11%, invece, addirittura economico.

Si è infine provveduto a raccogliere eventuali osservazioni ed appunti da parte del visitatore riscontrando che l'unica criticità riguarda la necessità di un servizio audio guide probabilmente per offrire una lettura più "facile e leggera" a tutto il percorso sulla mostra anche se questo servizio appare indispensabile solo in mostre caratterizzate da un gran numero di opere esposte.

Il secondo aspetto della ricerca è stato quello di verificare la qualità dei vari servizi offerti dal percorso museale di Palazzo Medici Riccardi anche alla luce delle innovazioni che si stanno realizzando con l'apertura di nuovi spazi (come la Galleria dei Medici recentemente inaugurata), di nuovi percorsi (Sale della Prefettura e dell'Istituto Storico della Resistenza rientrate nella disponibilità della Provincia ed ulteriore recupero dei sotterranei) e di nuovi servizi (guardaroba, bookshop e ristorante/caffetteria presso i locali del Circolo).

In primo luogo è stato però chiesto ai visitatori un giudizio su quanto offerto attualmente anche per capire se rispetto alle precedenti ricerche vi sia comunque stato o meno un miglioramento.

Il giudizio complessivo risulta più che soddisfacente a conferma che gli investimenti fatti negli ultimi anni per migliorare la qualità del percorso museale di Palazzo Medici Riccardi abbiano dato buoni frutti.

Il giudizio è omogeneo per tutti gli aspetti considerati dato che il servizio di accoglienza, la pulizia degli ambienti, i servizi igienici, l'illuminazione e il guardaroba vengono considerati ottimi/buoni da quasi il 90% degli intervistati - i critici rappresentano solo lo 0,50%.

Nella precedente ricerca del 2004 il livello complessivo dei servizi offerti risultava meno apprezzato (il 77% lo riteneva ottimo/buono) mentre nella ricerca del 1999 non era richiesto un giudizio sui servizi esistenti.

Tra il pubblico della "Madonna del Cardellino", una percentuale minore di gradimento riguarda invece la segnaletica (il 75% la giudica ottima /buona e un 10% la reputa insufficiente) che risente probabilmente delle varie funzioni che vivono nel Palazzo e della non linearità del percorso, anche se gli interventi recenti hanno comunque portato un miglioramento della situazione verificato dal fatto che nel 2004 il 15% la riteneva insoddisfacente.

Come avvenuto nelle precedenti ricerche è stato richiesto all'intervistato quali nuovi servizi sarebbero necessari per un ulteriore miglioramento dei servizi.

Anche se a questa domanda non risponde quasi un quarto degli intervistati, l'orientamento della maggioranza (oltre il 60%) è per un servizio di ristorazione e di caffetteria seguito da spazi per bambini e servizio navetta con gli alberghi.

Questi dati confermano sostanzialmente i rilevamenti svolti nelle precedenti ricerche e confermano come le scelte della Provincia di realizzare a breve un ristorante/caffetteria e un bookshop aperto anche ai "piccoli" vada nella giusta direzione.