



ANALISI DELLA FRUIZIONE E GRADIMENTO DEL MUSEO CIVICO PINACOTECA CROCIANI ANNO 2019



a cura di Rosa Rossano - Pro Loco Montepulciano

con il controllo e la supervisione

del dott. Roberto Longi Direttore Scientifico del Museo Civico Pinacoteca Crociani

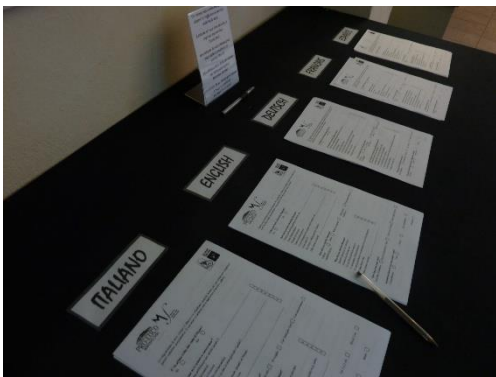
dott.ssa Grazia Torelli Responsabile Uff. servizi alla persona del Comune di Montepulciano

dott.ssa Lucia Rosa Musso Assessore Cultura, Turismo e Sport

Premessa - Modalità di svolgimento dell'indagine e obiettivi

Con la presente relazione si intende raccogliere i dati sul gradimento del pubblico che nel corso dell'anno 2019 ha visitato il Museo Civico Pinacoteca Crociani. Il Museo attua quest'indagine annuale sin dal 2010 e attraverso tale strumento ha potuto raccogliere dati utili a migliorare la qualità del servizio fino a ricevere il riconoscimento regionale.

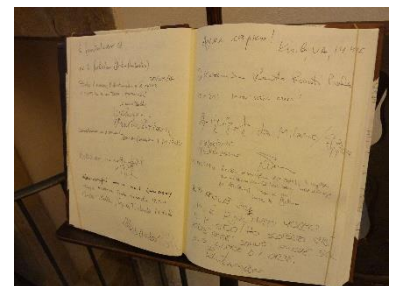
L'anno 2019 è stato un anno ricco di eventi ed iniziative (alcune a carattere gratuito): mostra "SE.ME" Esposizione personale di pittura e scultura di Giuliano Azzoni (13.04.2019 – 30.06.2019), mostra fotografica "Leggere" personale di Claudio Montecucco (a cura di Namsrai Nami, dal 20.07.2019 al 30.09.2019), mostra "Il padre Leonardo Ximenes s.j. matematico di Pietro Leopoldo e le bonifiche granducali in Toscana" (26.10.2019 – 06.01.2020), mostra "La Valle d'Aosta per immagini". (09.11.2019 – in corso), varie conferenze, presentazioni di libri (di Simona Maggiorelli e Alice Zannoni), manifestazioni tra cui Amico Museo, Notti dell'Archeologia, La Notte dei Musei, Festival di Pasqua e Musica al Museo. Da rilevare che, riguardo le mostre citate, si è trattato di esposizioni di media levatura, e questo elemento ha dato atto ad un decremento nel numero delle presenze pari ad un - 23% rispetto al precedente anno. Visitatori totali: 3.204.



Le schede di rilevazione del gradimento o *Customer satisfaction*, redatte dalla Regione Toscana, sono messe a disposizione del pubblico in uno spazio appositamente predisposto in prossimità dell'ingresso/uscita e sono disponibili nelle lingue più diffuse *Italiano-Inglese-Francese-Tedesco-Spagnolo*. I questionari cartacei sono stati messi in distribuzione per il periodo corrispondente alla realizzazione

della rilevazione, ovvero da gennaio a fine dicembre 2019, lasciando piena libertà agli utenti di compilarlo, di esprimere il loro giudizio sul servizio offerto e sul livello di gradimento della visita.

Poco prima del punto *Customer satisfaction* è inoltre predisposto anche un libro delle firme; in questo strumento, molto apprezzato, il visitatore lascia liberamente commenti, suggerimenti e quant'altro ritenga opportuno, fornendo a chi lavora nel museo ulteriori dati utili sul gradimento del museo e del servizio offerto. Molto importante è per noi avviare anche un dialogo col nostro visitatore quando egli si presenta in



biglietteria, fornendogli prime informazioni sul museo e sulla collezione; solitamente veniamo ricambiati alla sua uscita da commenti e impressioni scaturite durante la visita, utili anch'essi a suggerire eventuali migliorie.

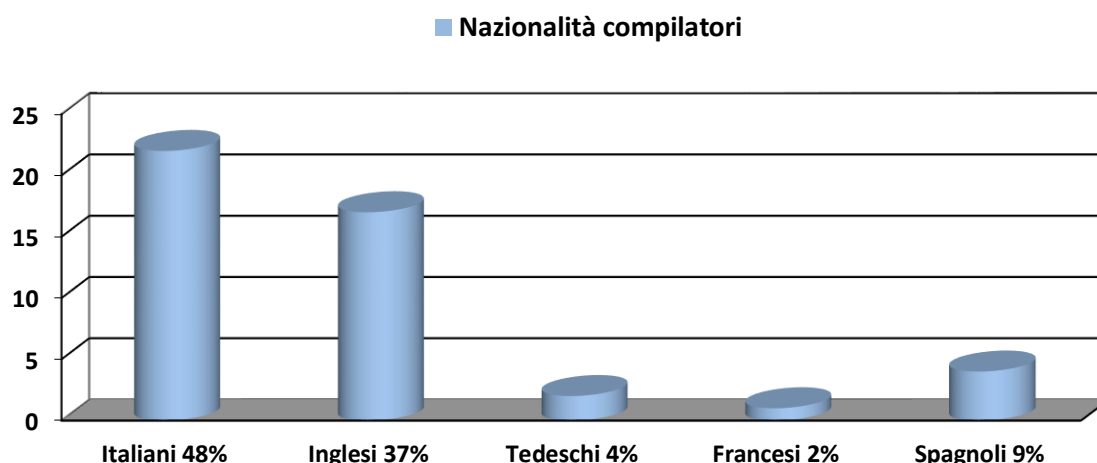
I questionari cartacei sono strutturati sulla base di una lista di domande miste a risposta chiusa e aperta, ci forniscono dati sulla tipologia dell'utenza permettendoci di delinearne il profilo socio-demografico (provenienza, sesso, età, istruzione) e valutare di conseguenza i tipi di servizi di cui essa necessita. I moduli di gradimento ci permettono poi di individuare i principali canali attraverso i quali i visitatori sono venuti a conoscenza del museo e quindi di poter migliorare la visibilità puntando sugli strumenti che risultano essere i più funzionali; possiamo analizzare le modalità di fruizione del museo stesso (se si tratta della prima visita, con chi quest'ultima è stata effettuata, nonché la durata della stessa), stabilire se la visita al museo è stata effettuata come parte di un percorso di visita più ampio, all'interno del tessuto cittadino; ci consente altresì di comprendere il livello di soddisfazione dei visitatori per quanto riguarda la visita effettuata, per ogni specifica tipologia di servizio fornito (materiali informativi, allestimento, cortesia e competenza del personale, indicazioni segnaletiche e cartellonistica per raggiungere il museo); inoltre si dà al visitatore la possibilità di lasciare consigli e commenti per partecipare attivamente al miglioramento della struttura, aspetto che permette di determinare ed evidenziare i punti di forza (gli elementi che hanno riscontrato il maggiore gradimento) e le criticità dell'offerta museale (gli aspetti indicati dal pubblico come carenze).

Risultati dell'indagine

Nel corso dell'anno 2019 sono stati raccolti 46 questionari di cui 1 in lingua francese, 2 in lingua tedesca, 4 in lingua spagnola, 17 in lingua inglese e 22 in lingua italiana.

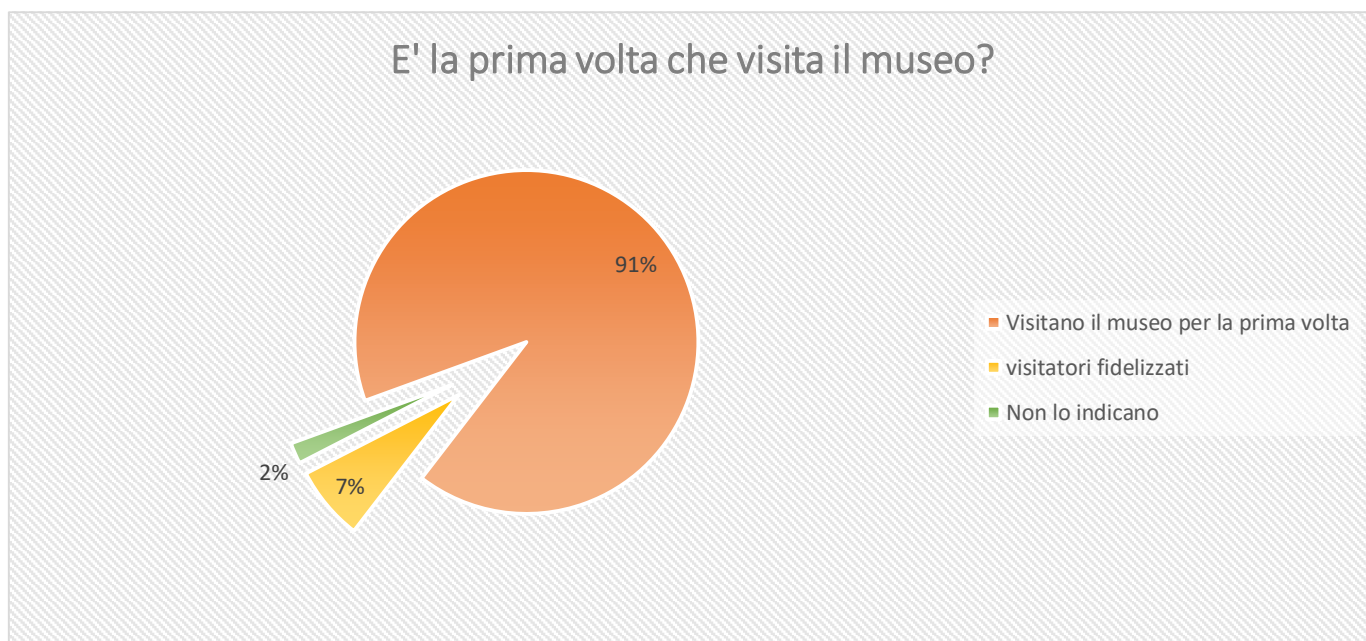
Si analizzeranno di seguito gli esiti delle singole domande sottoposte ai visitatori.

Grafico nazionalità dei compilatori questionari



Prima domanda: **È la prima volta che visita il museo?**

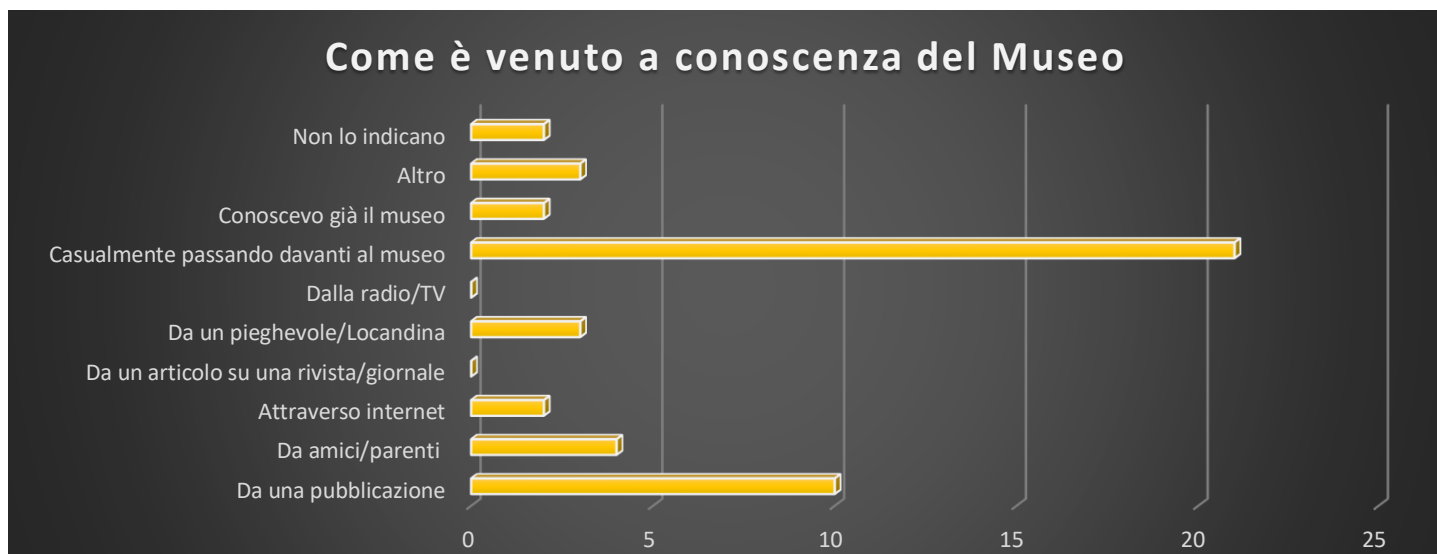
42 visitatori, vale a dire il 91%, dichiara di visitare il museo per la prima volta: si tratta di visitatori provenienti dalla provincia, da fuori regione e dall'estero che dichiarano di aver scelto il museo come parte dell'itinerario turistico della città e per trascorrere il proprio tempo libero con amici, in coppia o con la famiglia. Solo il 7% ha già visitato il museo; tuttavia ad esso si aggiungono i frequentatori di conferenze e inaugurazioni che hanno compilato il questionario in altre occasioni passate e non lo hanno ripetuto, ormai fidelizzati alle iniziative del museo. Il 2%, ovvero un visitatore ha preferito non rispondere alla domanda.



Seconda domanda: **Come ne è venuto a conoscenza?**

Buona parte dei visitatori dichiara di essere venuto a conoscenza del museo passando casualmente davanti all'ingresso (46%) o mediante locandine, totem e poster pubblicitari per il centro storico (7%). Costante la percentuale che ha scelto di visitare il museo a seguito di segnalazione di amici e parenti (9%). Inoltre, tra chi ha compilato il questionario, risulta nullo il numero di visitatori che ha conosciuto il museo tramite comunicazioni in radio o TV (0%) o da riviste (0%), sempre in calo rispetto al 2018 la percentuale di chi si è affidato ad internet (4%). Chi ha indicato "altro" (7%) come ragione ha specificato di aver ricevuto suggerimenti dall'Ufficio turistico, di essere stato spinto dalla volontà di visitare la mostra temporanea disponibile in quel momento, per motivi di studio o di essere entrati dopo aver visitato cantine o enoteche. In aumento gli utenti che hanno indicato l'uso di pubblicazioni a carattere turistico (il 22%) sono state menzionate le seguenti guide italiane e straniere: Touring Club, Lonely Planet, La Nazione, Reige fuhrer "Trotter", Le Routard, Tuscany

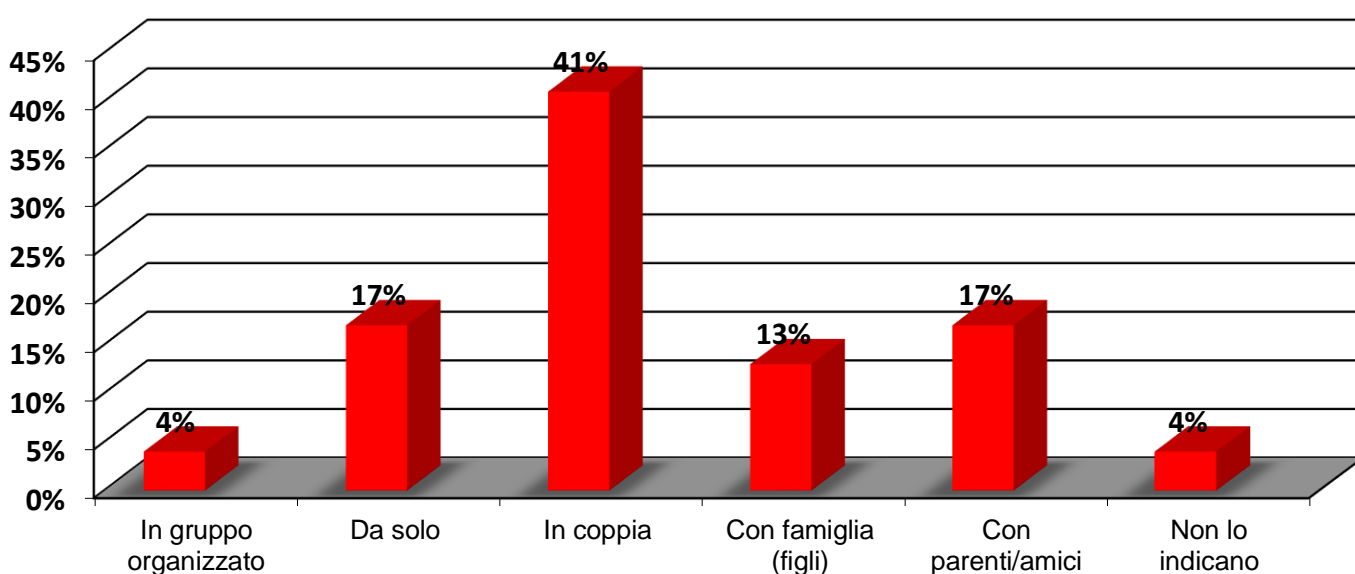
Blue Guide, Guida Michelin, Guidorama. Il 4% dichiara di essere già a conoscenza del museo. Il 4% non ha indicato nessuna motivazione.



Terza domanda: **Con chi ha visitato il museo?**

Quest'anno alla domanda "con chi ha visitato il museo", in controtendenza rispetto al 2018, il maggior numero di visitatori dichiara di visitare il museo in coppia (41%), a seguire con il 17% troviamo le risposte "con parenti e amici" e "da soli", subito dopo vi sono i visitatori che dichiarano di visitare il museo con la propria famiglia (figli) (13%). Solamente il 4% dichiara di aver visitato il museo con un gruppo organizzato, mentre il 4% non indica alcuna motivazione.

Con chi ha visitato il Museo

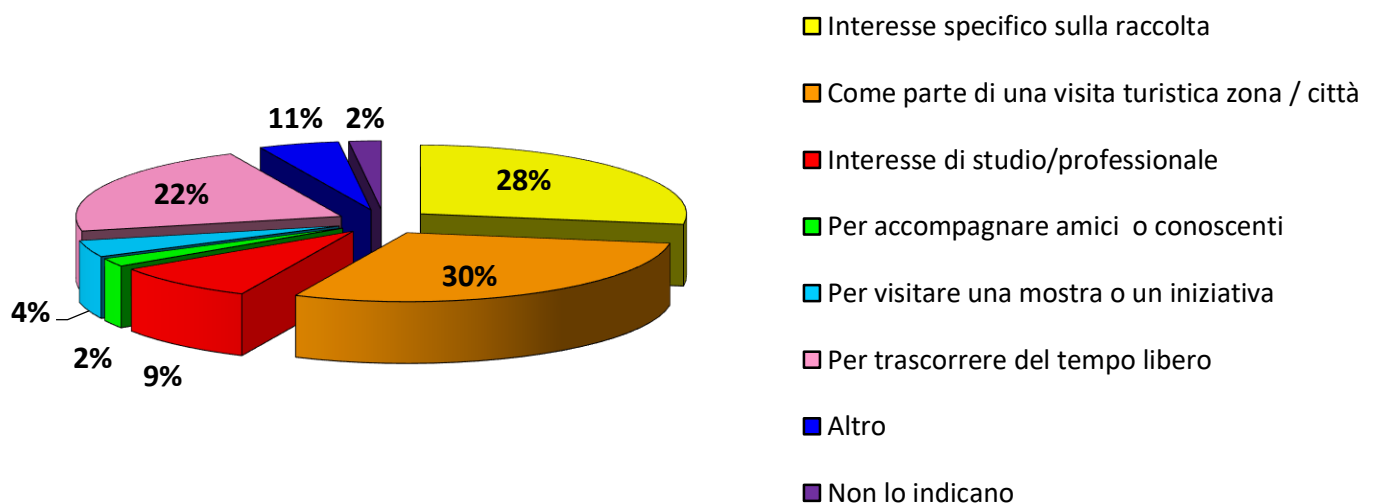


Quarta domanda: Per quale motivo ha visitato il museo?

Nel 2019 la maggior parte dei visitatori scelgono di far rientrare il museo all'interno dell'itinerario turistico cittadino (30%); si tratta dunque di visitatori non residenti del luogo mentre fra chi decide di trascorrere del tempo libero (22%) bisognerà individuare anche i residenti, questa percentuale risulta in aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno 2018.

Più che dimezzata, rispetto all'anno precedente, è la percentuale di chi dichiara di essere qui per visitare una mostra o partecipare ad una iniziativa in corso pari al 4%, mentre il 28% per un interesse specifico per la collezione. Solo il 2% visita il museo con l'unica intenzione di accompagnare un amico e il 9% dichiara di aver avuto interesse professionale o per studio. La voce "altro" ottiene un valore corrispondente al 11% e la ragione della visita risulta essere identica agli scorsi anni, ovvero, all'interesse per il dipinto attribuito a Caravaggio e presente nella collezione permanente del museo, per vedere la collezione etrusca o comunque per un interesse personale. Il 2% dei visitatori non indica alcuna motivazione.

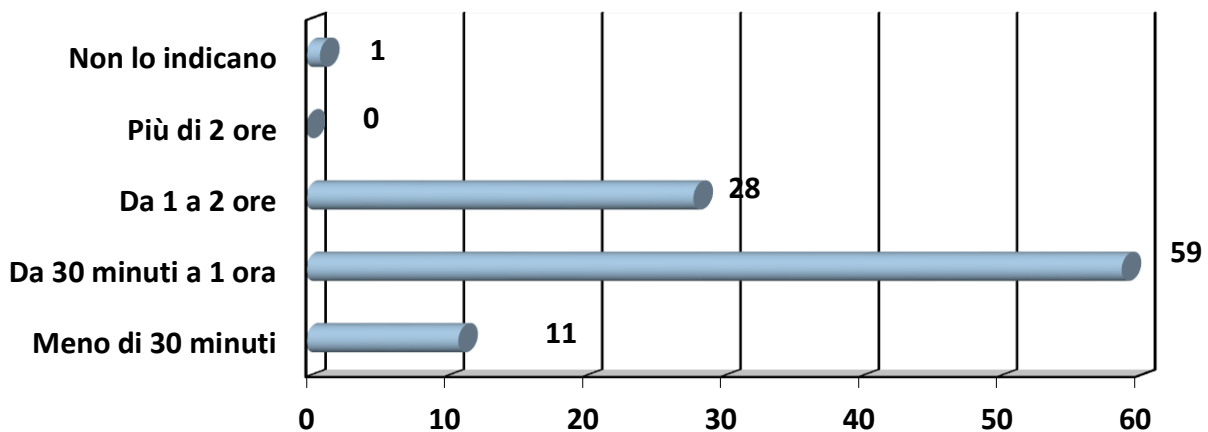
Per quale motivo ha visitato il Museo



Quinta domanda: Quanto tempo è durata la visita?

Per questo dato i valori sono simili all'anno precedente: la durata media di visita è dai 30 minuti ad un'ora (59%); il 28% si è soffermato da una a due ore all'interno del museo, l'11% dichiara di aver impiegato meno di 30 minuti, e nessuno oltre le due ore, un altro 2% non lo indica.

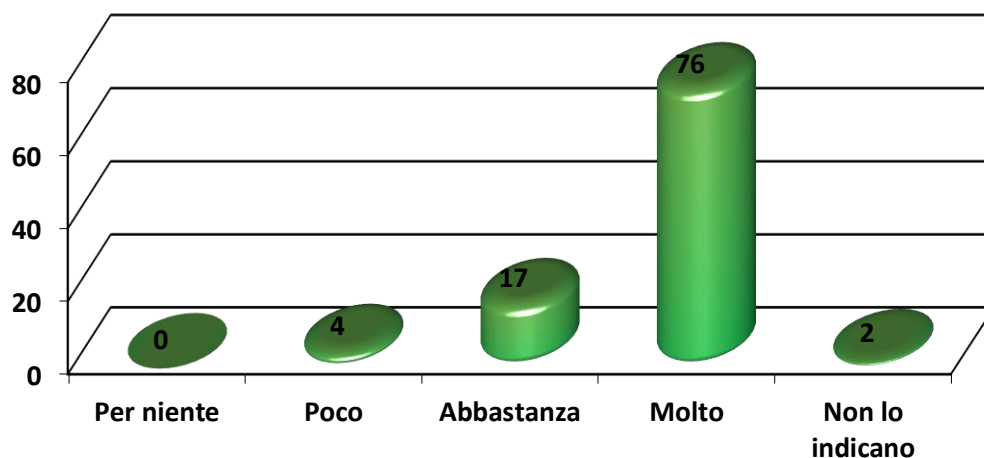
Quanto tempo è durata la visita del Museo



Sesta domanda: *In generale è soddisfatto della visita?*

Relativamente alla rilevazione della soddisfazione generale circa l'esperienza della visita, si evidenzia che il tipo di pubblico analizzato, tendenzialmente esigente e informato, dimostra complessivamente ottimi livelli di soddisfazione. Il 76% si dice molto soddisfatto e il 17% abbastanza soddisfatto; solo il 4% dichiara qualche insoddisfazione, mentre il 2% non lo indica.

Grado di soddisfazione



Settima domanda: *Ritiene soddisfacenti i seguenti servizi?*

La domanda prende in considerazione diversi aspetti: materiali informativi (schede, pannelli, didascalie...), allestimento (luci, collocazione delle opere...), cortesia e competenza del personale,

indicazioni segnaletiche e cartelli utili per raggiungere il museo. È da segnalare che una minoranza ha scelto di non rispondere a nessuno dei dati indicati.

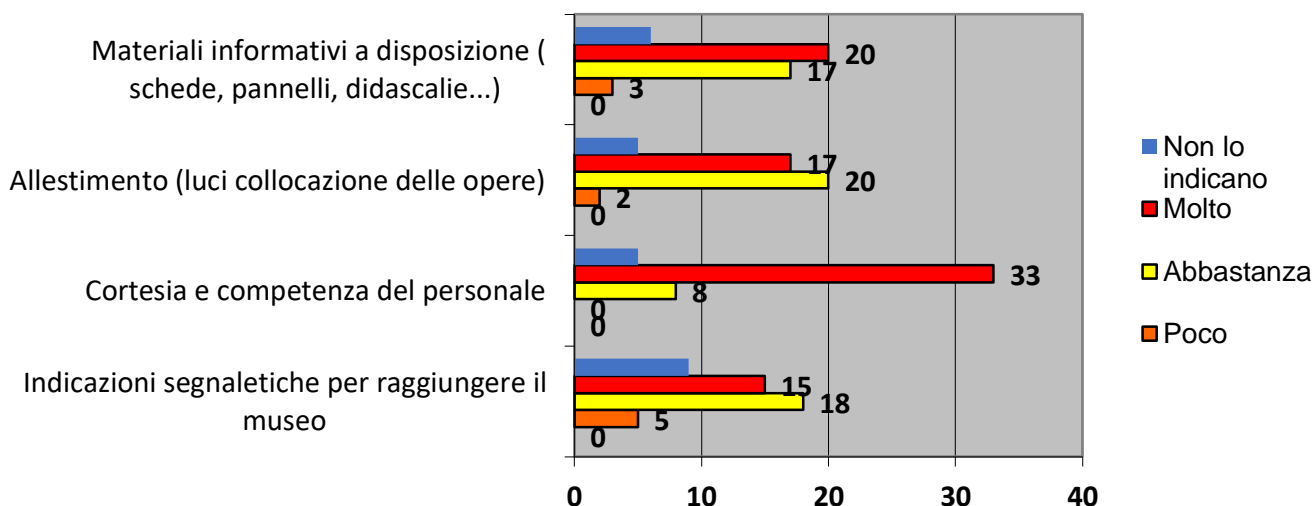
Per quanto riguarda il primo aspetto, se gli utenti hanno gradito la comunicazione interna del museo a livello di pannelli e didascalie che illustrano la storia del museo, della collezione e delle opere, 20 hanno dichiarato di essere molto soddisfatti e 17 abbastanza. Invece, in calo rispetto allo scorso anno, 3 visitatori si sono detti poco soddisfatti, azzerati il numero dei visitatori per niente soddisfatti, 6 visitatori non hanno espresso alcun giudizio.

In merito all'allestimento, 17 visitatori dichiarano di essere molto soddisfatti, 20 sono abbastanza soddisfatti, 2 visitatori indicano di essere poco soddisfatti e 0 di non esserlo per niente, 5 sono invece quelli che non lo indicano.

Mentre riguardo il giudizio sulla competenza e cortesia del personale vengono espressi ancora una volta valori molto positivi. Su 46 visitatori che hanno risposto al quesito 33 si dicono molto soddisfatti, 8 abbastanza e nessuno si dichiara poco soddisfatto o per niente soddisfatto, anche in questo caso 5 visitatori non esprimono un giudizio.

L'ultimo punto riguarda la comunicazione esterna e la valutazione di segnaletica e cartellonistica utilizzata dal visitatore per raggiungere il museo: 15 visitatori sono molto soddisfatti, 18 visitatori sono abbastanza soddisfatti, 5 sono poco soddisfatti e 0 per niente, 9 non lo indicano, anche per quanto concerne questo dato il trend riscontrato è in positivo, in quanto un maggior numero di visitatori si è detto complessivamente soddisfatto delle indicazioni.

Grafico Gradimento servizi offerti

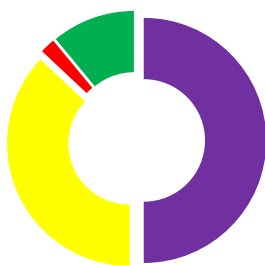


Profilo socio-demografico dei visitatori

I quesiti sulla provenienza, il sesso, l'età, il grado di istruzione ci consentono di capire chi è il visitatore che frequenta il museo. Il 50% dei visitatori che compilano il questionario sono stranieri, principalmente europei (da Inghilterra, Francia, Germania, Spagna, Austria) e americani (USA, Brasile, Canada) e qualcuno proveniente dall'Australia; il 39% sono italiani di cui 1 visitatore della provincia senese e gli altri 17 provenienti dalle altre regioni (le città indicate sono: Roma, Firenze, Arezzo, Trento, Bergamo, Imperia, Milano, Genova, Padova, Brescia, Venezia, Macerata, Verona, Viterbo, Torino). Il restante 11% (5 visitatori) non risponde alla domanda.

Provenienza dei visitatori

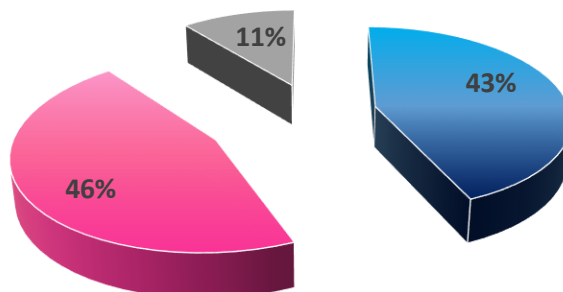
■ Estero ■ Italia ■ Provincia ■ Non lo indicano



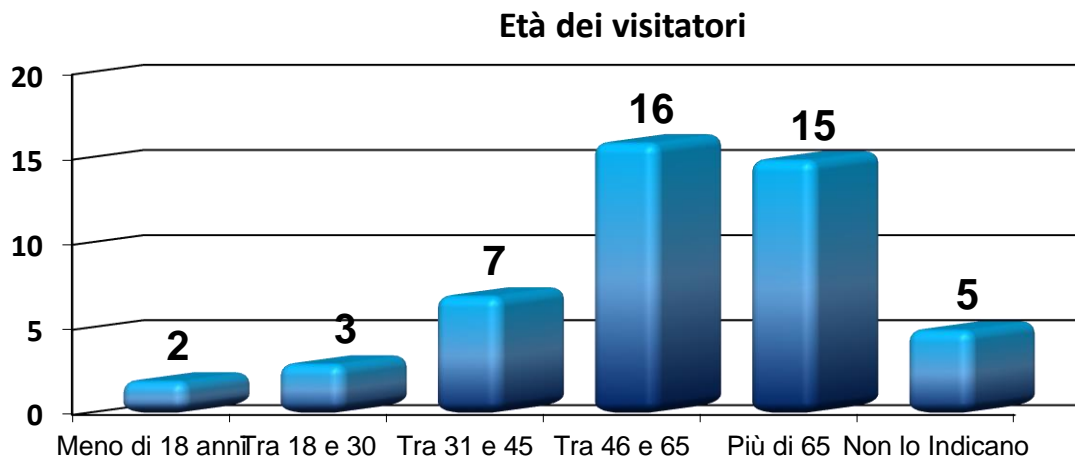
Su 46 compilatori dei questionari 21 sono donne, 20 uomini, i restanti 5 non lo hanno indicato.

Sesso dei visitatori

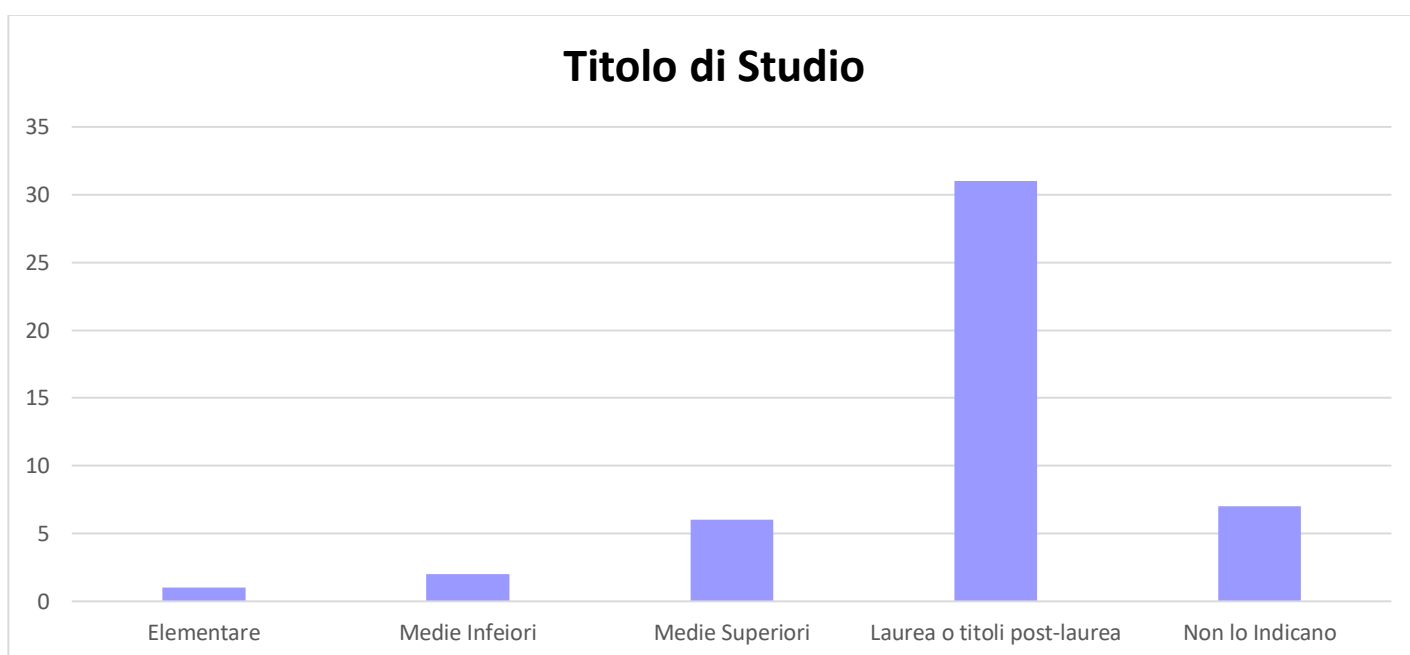
■ Uomini ■ Donne ■ Non lo Indicano



La gran parte sono di età compresa tra i 46 e i 65 anni (16 visitatori), seguono i visitatori di età superiore a 65 che sono 15, poi i visitatori tra 31 e 45 anni d'età che sono 7, seguono infine i visitatori con età tra i 18 e i 30 compresa che sono 3 e i giovanissimi con età inferiore ai 18 anni (2 visitatori), accompagnati al museo da genitori, nonni o all'interno di un gruppo ; 5 visitatori non rispondono alla domanda.



Riguardo alla formazione scolastica si rileva un livello principalmente alto con una prevalenza di visitatori in possesso di titolo di studio universitario o post-universitario, ovvero 31 visitatori che hanno risposto alla domanda; 6 hanno invece un diploma di scuola media superiore, 2 un diploma di scuola media inferiore e 1 ha frequentato solo le scuole elementari. Gli ultimi due dati in rapporto all'età indicata e al terzo quesito (**Con chi hai visitato il museo?**) rivelano che il 4% dei compilatori sono giovani con un'età inferiore ai 18 anni accompagnati durante la visita da uno o più adulti (con famiglia o con gruppo organizzato). 7 visitatori non hanno indicato alcuna opzione.



Criticità e giudizi indicati nei quesiti a risposta aperta

Quasi tutti i visitatori hanno risposto anche alle domande aperte esprimendosi in merito all'aspetto del museo che hanno più gradito, indicando quali aspetti andrebbero invece migliorati ed evidenziando critiche e suggerimenti. Tra gli aspetti di maggior gradimento vengono indicati la varietà della collezione che spazia dai reperti archeologici di epoca etrusca al materiale lapideo, dalle terrecotte robbiane alla maiolica trecentesca, dai codici miniati alla pittura – che copre un arco cronologico che va dal XIII al XIX secolo. Molti indicano apprezzamento soprattutto per la pregevole sezione robbiana e per il dipinto di Caravaggio, che alcuni indicano come ragione principale della visita dichiarando di apprezzare anche lo schermo touchscreen che ne illustra il restauro, oltre a fornire indicazioni sulla storia del museo e della collezione. Molti anche gli apprezzamenti riguardanti la competenza del personale e la tranquillità del luogo. Tra le criticità da migliorare viene menzionato il sistema di illuminazione di alcune opere. Sugeriscono l'aggiunta di un sottofondo musicale lungo il percorso, un miglioramento generale delle didascalie e delle interattività, un incremento nella sponsorizzazione del museo stesso e l'aggiunta del POS per poter effettuare i pagamenti.

Considerazioni conclusive

Nel complesso, la presente indagine sulla soddisfazione dell'utenza può dirsi positiva, sia per la quantità dei dati raccolti, sia per la preziosità delle informazioni che è stato possibile ricavarne. In sintesi la soddisfazione generale è buona, i visitatori apprezzano l'atmosfera tranquilla del luogo e la varietà della collezione; gradiscono la competenza e cortesia del personale e la disponibilità che questo dimostra nel fornire oltre che prime informazioni sul museo anche suggerimenti per orientarsi nella visita di Montepulciano e del territorio limitrofo. Risulta essere apprezzata anche la presenza di alcune tecnologie (schermo touchscreen e QRcode), messe a disposizione all'interno del percorso per fornire informazioni.

La problematica più rilevante, già evidenziata negli anni precedenti, rimane la scarsità di materiale informativo in lingua diversa dall'italiano. Questo handicap è in buona parte stato risolto, nell'anno 2019, grazie all'introduzione di audioguide disponibili in 5 lingue (italiano, inglese, francese, tedesco e spagnolo) che sono state realizzate grazie al contributo annuale ai musei ed ecomusei di rilevanza regionale. Grazie a questa innovazione molti dei visitatori non hanno compilato il modulo di gradimento ma hanno lasciato bellissimi commenti sia sul libro firme che direttamente alle nostre operatrici, questo a testimoniare come il lavoro svolto in questi anni abbia portato alla risoluzione del principale problema che veniva evidenziato nelle relazioni precedenti.

Inoltre per migliorare i punti critici stiamo lavorando alla miglioria della pubblicità esterna (verranno sistemati nuovi standardi e pannelli lungo il paese per evidenziare la presenza del museo), come anche la possibilità di avvalersi di altri strumenti elettronici (come ad esempio l'implementazione del catalogo on line), sperando che questo possa portare un incremento del numero dei visitatori.

Tabella - riepilogo dati complessivi

E' la prima volta che visita il Museo	Nr. visitatori	Percentuale
Sì	42	91%
No	3	7%
Non lo indicano	1	2%
Come ne è venuto a conoscenza		
Da una pubblicazione/guida	10	22%
Da amici/parenti	4	9%
Attraverso Internet	2	4%
Da un pieghevole/locandina	3	7%
Da un articolo su una rivista/giornale	0	0%
Dalla radio/TV	0	0%
Casualmente, passando davanti al Museo	21	46%
Altro	3	7%
Conoscevo già il museo	2	4%
Non lo indicano	2	4%
Con chi ha visitato il Museo?	Nr. visitatori	Percentuale
Da soli	8	17%
In coppia	19	41%
Con famiglia (figli)	6	13%
Con parenti/amici	8	17%
In gruppo organizzato	4	9%
Non lo indicano	1	2%
Per quale motivo ha visitato il Museo?	Nr. visitatori	Percentuale
Interesse specifico sulla raccolta	13	28%
Come parte di una visita turistica nella zona/città	14	30%
Interesse di studio/professionale	4	9%
Per accompagnare amici/conoscenti	1	2%
Per visitare una mostra o partecipare ad una iniziativa in corso	2	4%
Per trascorrere del tempo libero	10	22%

Altro	5	11%
Non lo indicano	1	2%
Quanto tempo è durata la visita?	Nr. visitatori	Percentuale
Meno di 30 minuti	5	11%
Da 30 minuti a 1 ora	27	59%
Da 1 a 2 ore	13	28%
Più di 2	0	0%
Non lo indicano	1	2%
In genere è soddisfatto della visita?	Nr. visitatori	Percentuale
Per niente	0	0%
Poco	2	4%
Abbastanza	8	17%
Molto	35	76%
Non lo indicano	1	2%
Soddisfazione per i materiali informativi (schede, pannelli, didascalie)	Nr. visitatori	Percentuale
Per niente	0	0%
Poco	3	7%
Abbastanza	17	37%
Molto	20	43%
Non lo indicano	6	13%
Soddisfazione per l'allestimento (luci, collocazione delle opere)	Nr. Visitatori	Percentuale
Per niente	0	0%
Poco	2	4%
Abbastanza	20	43%
Molto	17	37%
Non lo indicano	5	11%
Soddisfazione per la cortesia e competenza del personale	Nr. visitatori	Percentuale

Per niente	0	0%
Poco	0	0%
Abbastanza	8	17%
Molto	33	72%
Non lo indicano	5	11%
Soddisfazione per le indicazioni segnaletiche ed i cartelli per raggiungere il Museo	Nr. visitatori	Percentuale
Per niente	0	0%
Poco	5	11%
Abbastanza	18	39%
Molto	15	33%
Non lo indicano	9	20%
Dove abita?	Nr. visitatori	Percentuale
In questa provincia	1	2%
In Italia	17	37%
All'estero	23	50%
Non lo indicano	5	11%
Sesso	Nr. visitatori	Percentuale
Maschio	20	43%
Femmina	21	46%
Non lo indicano	5	11%
Qual è la sua età?	Nr. visitatori	Percentuale
Meno di 18 anni	2	4%
Tra 18 e 30	3	7%
Tra 31 e 45	7	15%
Tra 46 e 65	16	35%
Più di 65	15	33%
Non lo indicano	5	11%
Qual è il suo titolo di studio?	Nr. visitatori	Percentuale
Elementare	1	2%

Medie inferiori	2	4%
Diploma medie superiori	6	13%
Laurea o titoli post-laurea	31	67%
Non lo indicano	7	15%