



Comune di Roma

Assessorato alle Politiche Culturali
Sovrintendenza ai Beni Culturali

I MUSEI DEL COMUNE DI ROMA

Comunicato Stampa

DATI, CURIOSITA', PROFILI DEI VISITATORI

Una ricerca che è il risultato di studi e indagini effettuate negli anni 2003-2005 sulla domanda di fruizione del pubblico nei Musei della Capitale, prendendo in esame variabili demografiche, socio culturali, informazioni sui consumi culturali, sulle condizioni della visita e sul suo gradimento

Roma, 24 maggio 2006

Un'indagine che parte nel 2003, grazie all'**Ufficio Marketing e Servizi in Concessione del Comune di Roma** che ha avviato una ricerca sul patrimonio culturale gestito dalla Sovrintendenza.

L'obiettivo principale dell'indagine era costruire un quadro esaustivo ed aggiornato, che fornisse informazioni relative a musei, monumenti, aree archeologiche, ville e parchi storici del Comune.

L'analisi dei dati era finalizzata a mettere a disposizione un sistema informativo volto alla definizione di obiettivi di efficacia ed efficienza nella gestione del patrimonio ed alla formulazione delle strategie di marketing della Sovrintendenza.

I risultati dell'indagine, suddivisi per musei, monumenti ed aree archeologiche, hanno raccolto una **importante base di dati** riguardanti:

- *il patrimonio*, con dati amministrativi, strutturali e gestionali;
- *il personale*, la consistenza, l'inquadramento, le retribuzioni, la scolarità e la formazione;
- *la gestione economica* dei musei, con un'analisi di costi e ricavi basata sul bilancio 2001 della Sovrintendenza.

Parallelamente è stata condotta un'indagine sui visitatori dei principali musei del Comune di Roma, raccogliendone il gradimento rispetto alle collezioni e ai servizi offerti.

La ricerca ha consentito di tracciare il profilo socio-demografico del visitatore e di raccogliergli commenti, suggerimenti e richieste di miglioramento.

Le curiosità sono tante. Soffermandoci ad esempio sul **profilo socio demografico** dei visitatori emerge come la percentuale maggiore (su campione) sia di taglio femminile: il **55% di donne** contro il **45% di uomini**. Addirittura il Casino dei Principi vede una percentuale femminile del 71%. Fa **eccezione il Museo Napoleonico** che può vantare invece la maggior presenza maschile: il 54%.

Omogenea invece **l'età** dei visitatori, con una leggera prevalenza nelle fasce dai 25 ai 54 anni (52% del totale), e una crescita della componente maschile in rapporto alla crescita dell'età.

Per quanto riguarda invece **la nazionalità** sembra che **gli italiani siano i più fidelizzati**, ad eccezione dei Musei Capitolini dove i visitatori stranieri costituiscono circa il 64% del campione. **Tra gli ospiti stranieri in testa gli statunitensi (7,2%)**, all'ultimo posto i cinesi (0,2%).

Anche il **titolo di studio** incide notevolmente con la propensione alla visita museale, infatti i visitatori con un **titolo di studio medio-alto** sono il **33%** per quanto riguarda i diplomati e il **47%** per i laureati.

I festivi e i periodi di vacanza sembrano essere **i momenti giusti per visitare i musei**, specialmente per i turisti, mentre i pensionati sembrano prediligere i giorni feriali a differenza delle visite serali scelte da soggetti con livello di istruzione superiore.

Un dato interessante emerge quando si analizza **la fonte di conoscenza del museo**: radio, televisione, quotidiani e internet sono invece agli ultimi posti, con l'eccezione della carte stampata. Infatti i visitatori vengono a conoscenza dell'esistenza del museo, oltre che grazie ai **i giornali (22%)**, con **i libri e le guide turistiche (18%)**, **la scuola (14%)** e **gli amici (10%)**, il famoso passaparola. Ancora poco diffuso l'utilizzo di Internet, molto apprezzato invece dagli stranieri con i libri e le guide.

La maggior parte dei visitatori raggiunge il museo con mezzi pubblici (46%) o a piedi (33%), una percentuale meno significativa utilizza mezzi propri (18%) mentre **scarso è l'uso del taxi** (3%). **L'ubicazione del Museo influenza il mezzo di trasporto usato**: un museo centrale è più facilmente raggiungibile a piedi, come nel caso dei Musei Capitolini (51%). Anche **l'età influisce sul mezzo di trasporto**: gli anziani prediligono il taxi mentre i più giovani i mezzi pubblici o la propria auto.

E **la socialità**? Anche questa voce è stata analizzata e sembra che un **titolo di studio più elevato si leghi ad una visita solitaria (22%)**, così come il Museo fa la differenza: il Museo di Roma attira il visitatore single, mentre i Mercati di Traiano le coppie o i gruppi.

Il catalogo del museo resta sempre **l'elemento preferito** in caso di acquisto, seguito da libri e gadget. Gli stranieri acquistano più libri degli italiani che scelgono il catalogo.

Il 1° marzo 2005 è stato creato il Sistema Musei Civici di Roma e la gestione dei servizi è stata affidata a Zètema Progetto Cultura.

In questo contesto Zètema ha avviato una prima indagine sui visitatori, allo scopo di aggiornare le informazioni sul pubblico dei musei comunali già raccolte negli anni precedenti. **Oltre 16.000 visitatori si sono prestati a rispondere al questionario.**

Ecco le risposte:

- **52%** dei visitatori raggiunge i musei in gruppi organizzati, il **38%** in coppia e il **10%** da solo;

- **51%** sono donne, con una predilezione per il Museo Canonica e il Museo di Roma in Trastevere; gli uomini scelgono invece il Museo Napoleonico (**59%**) e il Museo delle Mura (**60%**)
- **61%** hanno un'età tra i 26 e i 65 anni;
- **67%** sono stranieri. Il gruppo di stranieri più numeroso è rappresentato dagli statunitensi (17%), seguiti dai inglesi (10%), tedeschi (8%), spagnoli (7%) e francesi (6%).

A **dicembre 2005**, prima del termine del primo anno di gestione del Sistema Musei Civici, **Zètema ha ritenuto opportuno integrare lo studio sul profilo dei visitatori** con un'indagine che evidenziasse il gradimento del pubblico per l'offerta culturale e i servizi di supporto proposti dai singoli Musei.

Il voto medio espresso (su una scala da 0 a 3) è 2,18.

Tutti i Musei del circuito risultano avere un buon grado di apprezzamento da parte del pubblico rispetto ai servizi, e cioè biglietteria, accoglienza, custodia, segnaletica, allestimenti, pannelli descrittivi, libreria, guardaroba, audioguide, pulizia.

I servizi maggiormente apprezzati sono risultati **biglietteria, accoglienza, custodia e pulizia.**

Per quanto riguarda i servizi editoriali nella prima parte del 2006 l'offerta, sviluppata sulla base del profilo e degli acquisti dei visitatori, è stata aggiornata, specializzata ed aumentata.

Il 30% dei visitatori suggeriva in particolare di incrementare la quantità e migliorare la chiarezza e la visibilità delle indicazioni relative ai percorsi di visita e alla disposizione dei servizi, che chiedevano.

Sulla segnaletica sono già stati fatti e sono in corso interventi di miglioramento in tutti i musei.

Il processo che ha portato, dalla gestione frammentata di musei, monumenti ed aree archeologiche, alla creazione del Sistema Musei Civici, che comprende i maggiori siti del Comune di Roma, ha incrementato un sistema di promozione integrata per una sempre maggiore crescita del turismo culturale ed un'offerta sempre più organica per i visitatori.

L'Amministrazione Comunale, non intende però valorizzare solo i siti museali del proprio Sistema. Infatti, grazie all'accordo con la Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici del Lazio ha attivato, dallo scorso mese di aprile, la **Roma Pass, la prima card turistico-culturale della capitale** che unisce in un unico progetto i musei comunali ai musei e ai siti statali. Grazie a questo nuovo strumento, per tutti i Monumenti, Musei, Aree archeologiche, Comunali e Statali, viene offerto ai turisti **un unico mezzo** con il quale godere di agevolazioni economiche, servizi per migliorare la qualità della fruizione culturale e per facilitare le visite nella città.

La card consente:

- Ingresso **gratuito** ai primi due siti e/o musei scelti
- Ingresso **ridotto** a tutti i successivi siti e/o musei.
- Ingresso **ridotto** a mostre ed eventi convenzionati.
- Accesso **gratuito** al trasporto pubblico (ROMA PASS Transport).
- **Agevolazioni** collaterali (area ingresso riservate, etc).

Una card che ha avuto un grande successo: già nel primo mese di vita, **ne sono state vendute 11.827** (6105 nei musei comunali e nei PIT, 5722 nei musei statali).

Dunque un sistema turistico culturale, quello adottato a Roma, che si inserisce in un **contesto competitivo profondamente mutato caratterizzato dall'allargamento dell'offerta di intrattenimento**. Un contesto in cui i musei, nel perseguimento della loro missione di conservazione, creazione e diffusione della cultura devono necessariamente interrogarsi sulla natura, sulle motivazioni e sui livelli di soddisfazione del proprio pubblico, cercando di interpretarli con l'obiettivo di un *affinamento* sempre maggiore della proposta.

Ufficio Stampa Zètema Cultura

Patrizia Bracci tel. 06 82077337 p.bracci@zetema.it

Fabiana Magri tel. 06 82077386 f.magri@zetema.it

www.zetema.it www.museiincomuneroma.it