

A soli cinque mesi dall'inizio dell'innovativo progetto voluto dal MiBACT per monitorare la reputazione online dei Musei italiani, i risultati sono sorprendenti

Grazie all'utilizzo dello strumento Travel Appeal, i 20 Musei Statali più importanti hanno registrato un aumento del 240% di recensioni lasciate dai visitatori

Roma, 13 giugno 2016 – Quando il progetto è partito in gennaio, la situazione dei Musei presi in esame evidenziava una soddisfazione generale dei visitatori, ma una scarsa interazione col pubblico dovuta ad una insufficiente gestione dei canali online.

Ad oggi i direttori dei 20 Musei Statali Autonomi che stanno attivamente utilizzando lo strumento Travel Appeal fornito dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali e Turismo, possono monitorare in tempo reale l'immagine digitale del Museo definendone il livello di Appeal turistico ed analizzare più consapevolmente punti di forza, criticità e tendenze. Per Appeal si intende l'indice risultante dalla misurazione di molteplici variabili che sono state classificate in due macro dimensioni: *la reputazione online*, ovvero quello che i visitatori dicono sui siti di recensioni, sulle OTA e canali di vendita, sui social network e in Rete; *il sito web e i canali social* gestiti direttamente dal Museo, valutati sotto il profilo tecnico, di ottimizzazione, di gestione, della qualità dei contenuti e delle performance.

I risultati che emergono da questi primi cinque mesi di attività dei 20 Musei Statali, a confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente, si basano sull'analisi della soddisfazione dei visitatori attraverso l'elaborazione di tutti i contenuti rilevati nei canali di recensione, di comunicazione e sui social network strutturati e classificati secondo i seguenti parametri: Accoglienza, Spazi, Eventi, Servizi, Posizione, Ristorazione, Accessibilità, Costi.

Il dato più eclatante è la crescita complessiva, tra tutti i canali monitorati, del 240% dei contenuti (recensioni e post dei social network) pubblicati dagli utenti per raccontare la loro esperienza di visita. Secondo fattore rilevante riguarda gli addetti alla gestione della comunicazione dei Musei che hanno iniziato a rispondere alle recensioni presenti online. Si passa così dallo 0 al 2% di recensioni con risposta su TripAdvisor. Anche i contenuti pubblicati nei social network direttamente dai responsabili dei Musei è più che raddoppiato confrontando i due periodi.

La soddisfazione generale dei visitatori, tra Gennaio e Maggio 2016, si attesta al 31 Maggio 2016 con l'80,2% di Sentiment positivo, del 2,6% in aumento rispetto allo stesso periodo del 2015, con picchi che superano l'83%. La Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea di Roma è al primo posto per soddisfazione generale dei visitatori con il 91,7% di Sentiment positivo. Tutti gli altri Musei registrano comunque un punteggio compreso tra il 64 e il 91%.

“Le cifre divulgate oggi da Travel Appeal rivelano quanto i musei italiani abbiano cominciato a colmare il divario digitale che li divideva dalle principali istituzioni culturali internazionali, da tempo impegnate nell'utilizzo della rete e dei social network per la propria promozione. Il sistema museale nazionale ha finalmente superato ogni timidezza e sta sperimentando con efficacia strumenti ormai imprescindibili per far conoscere e apprezzare le opere presenti nelle collezioni, le mostre e le attività”. Dario Franceschini, *Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo*

Per maggiori informazioni:

[Travel Appeal](#) è una startup partecipata da [H-FARM](#) che si occupa di comunicazione digitale e big data analytics per il mondo del turismo. Travel Appeal è una tecnologia proprietaria per raccogliere e analizzare i dati delle destinazioni e, attraverso un algoritmo proprietario, fornire un punteggio normalizzato. Travel Appeal è alla base di svariati prodotti per l'analisi e il monitoraggio della reputazione sul web. Il prodotto già affermato sul mercato è un Reputation Manager di nuova generazione destinato alle strutture ricettive, ai ristoranti, ai musei e alle destinazioni turistiche per gestire e ottimizzare la propria immagine digitale e offrire strumenti automatizzati per migliorare l'appeal, fornendo indicazioni strategiche e azioni pratiche, monitorando e misurando i risultati ottenuti in tempo reale. Fondata nel novembre 2013, il team è attualmente composto da 16 persone.

Ufficio Stampa - Yellow Chip

Alessia Carpinelli Tricarico – atricarico@yellowchip.it 347 4353846