



**Comune
di Pistoia**



MUSEOCIVICO

REGIONE
TOSCANA



**MUSEO
DI RILEVANZA
REGIONALE**

**MUSEO CIVICO D'ARTE ANTICA
IN PALAZZO COMUNALE**

ANALISI DELLA FRUIZIONE

ANNO 2017

a cura di
Silvia Mauro

Con la supervisione di
Elena Testaferrata
Responsabile U.O. MUSEI E BENI CULTURALI
Servizio Cultura e Tradizioni, Turismo e Informatica - Comune di Pistoia
Direttrice Musei Civici di Pistoia
Responsabile della rilevazione e dell'analisi della fruizione



INDICE

1. PREMESSA	2
2. OBIETTIVI	3
3. L'INDAGINE QUANTITATIVA: IL QUESTIONARIO	5
3.1. L'ANALISI DEI DATI	5
3.2. I RISULTATI	8
4. L'INDAGINE QUANTITATIVA: L'ANALISI DEI DATI DI INGRESSO	10
4.1. I RISULTATI	10
5. L'INDAGINE QUALITATIVA: L'ANALISI DEL <i>GUEST BOOK</i>	11
5.1. I RISULTATI	12
6. APPENDICE – TABELLE E GRAFICI	14

1. PREMESSA

Presso il Museo Civico d'arte antica in Palazzo Comunale, la più antica delle quattro istituzioni che compongono il complesso dei Musei Civici di Pistoia, la rilevazione delle presenze è effettuata tramite biglietteria informatizzata gestita centralmente. La ditta Archimede Informatica di Pisa ha personalizzato il *software* per biglietterie museali MET (Museum E-Ticketing) sulla realtà pistoiese. Il sistema rappresenta un notevole supporto all'analisi dei dati periodici che vengono direttamente memorizzati attraverso tabelle appositamente predisposte e personalizzate. I dati memorizzati durante la vendita riguardano tutte le variabili di afflusso: dalla tipologia dei visitatori, desumibile dalla scontistica, all'andamento delle vendite per fascia oraria.

L'analisi della fruizione avviene attraverso la somministrazione della scheda di rilevazione della soddisfazione dei visitatori elaborata dalla Regione Toscana in due versioni di lingua (italiano e inglese), che permette un'attenta valutazione del servizio offerto.

Responsabile della rilevazione e della analisi della fruizione è Elena Testaferrata, nella sua funzione di responsabile della U.O. Musei e Beni Culturali del Comune di Pistoia e pertanto di direttrice del Museo Civico d'arte antica. L'analisi dei dati raccolti viene effettuata – entro il trimestre successivo al termine dell'anno precedente, che è oggetto dell'analisi – dal personale a vario titolo in servizio presso l'U.O. Musei e Beni Culturali, con la collaborazione e sotto la supervisione della responsabile.

Ai suddetti strumenti di ricerca di tipo quantitativo – ovvero la reportizzazione dei dati desunti dai questionari e tratti dal sistema *software* in uso per la biglietteria – sono stati abbinati anche strumenti di tipo più prettamente qualitativo, come l'analisi del *guest book* museale.

All'analisi di tipo quantitativo operata tramite questionario (con l'eccezione delle risposte date alle domande aperte dello stesso, che restituiscono informazioni e valutazioni di tipo qualitativo, valide per approfondire le aspettative, le percezioni e i comportamenti del pubblico), è infatti possibile e utile affiancare, nella disamina del pubblico dei musei, anche l'uso di tecniche di indagine di natura più squisitamente qualitativa, quali quelle mutuata dalle ricerche di ambito sociologico. E' infatti dall'uso combinato e complementare delle differenti metodologie – sia quantitative che qualitative – che le indagini sul pubblico acquistano una valenza superiore: solo unendo ai dati forniti dal questionario anche la rilevazione di corrispondenze esistenti

tra benefici ricercati ed esperienza museale vissuta, da effettuare attraverso la disamina delle note lasciate sul *guest book* museale, è possibile, ad esempio, verificare la correlazione tra modelli comportamentali e fruitivi, caratteristiche socio-culturali e processi percettivi innescati. Costruire gruppi definiti e riconoscibili di utenti – e rapportarsi quindi con ciascuno di questi calibrando con precisione le proprie strategie comunicative – è infatti l'obiettivo principale che le istituzioni museali devono necessariamente perseguire, se vogliono realmente rendere la visita di ogni singolo visitatore un'esperienza positiva e soddisfacente.

2. OBIETTIVI

Gli obiettivi perseguiti tramite l'analisi della fruizione sono i seguenti:

- individuare i principali caratteri del pubblico del museo al fine di delinearne il profilo socio-demografico (provenienza, sesso, età, istruzione);
- identificare i principali canali attraverso i quali i visitatori sono venuti a conoscenza del museo;
- analizzare le modalità di fruizione del museo stesso (l'orario di ingresso, 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, comprendente altre istituzioni museali cittadine;
- comprendere il livello di soddisfazione dei visitatori per la visita effettuata, oltre che per ogni specifica tipologia di servizio fornito (i materiali informativi, l'allestimento, la cortesia e competenza del personale, le indicazioni segnaletiche e i cartelli per raggiungere il museo);
- determinare ed evidenziare i punti di forza (gli elementi che hanno riscontrato il maggiore gradimento da parte dei visitatori) e le criticità dell'offerta museale (gli aspetti indicati dal pubblico come carenze).

Benché l'obiettivo strategico perseguito – ovvero il miglioramento della qualità e del servizio offerti dal Museo Civico di Pistoia – sia il fine ultimo della rilevazione, molteplici di fatto sono le risultanze che si originano dalla messa in atto di tali differenti tecniche di indagine sul pubblico in visita.

Ciascuna delle modalità di ricerca adottata – questionari, analisi dei dati di ingresso ed analisi del *guest book* – ha infatti contribuito a tracciare i differenti e compositi

elementi, volti, nella loro totalità, a definire e caratterizzare il profilo identitario ed i fabbisogni – culturali ed emotivi – propri delle varie tipologie di soggetti, e capaci dunque di orientarne le scelte e le modalità di fruizione.

Con il ricorso a metodologie più squisitamente quantitative – basate sull'analisi dei dati numerici e statistici delle presenze in ingresso, sull'effettuazione di indagini campionarie tramite questionario, nonché sulla loro reportizzazione e relativa costruzione di grafici e tabelle – si è cercato perciò di segmentare il pubblico in gruppi, che fossero quanto più omogenei possibile in base alla provenienza geografica (zona e luogo di appartenenza), alle variabili socio-demografiche (età, sesso, istruzione), alle modalità di fruizione del museo (orario di ingresso, se si tratta della prima visita, con chi quest'ultima è stata effettuata, nonché la durata della stessa), oltre che in base alle motivazioni e ai benefici ricercati nella fruizione museale. Si è cercato, inoltre, di individuare i principali canali attraverso i quali i visitatori sono venuti a conoscenza del museo, di stabilire se la visita è stata effettuata come parte di un percorso turistico-culturale più ampio, comprendente altre istituzioni cittadine, nonché di accertare il livello di soddisfazione per l'esperienza svolta, oltre che per ogni specifica tipologia di servizio fornito dall'ente (i materiali informativi, l'allestimento, la cortesia e competenza del personale e le indicazioni segnaletiche per raggiungere il museo) e di determinare ed evidenziare, infine, i punti di forza (gli elementi che hanno riscontrato il maggiore gradimento da parte dei visitatori) e le criticità dell'offerta museale (gli aspetti indicati dal pubblico come carenze).

Con la messa in atto di tecniche di indagine di tipo più prettamente qualitativo – quali la disamina, per mezzo di analisi del *guest book*, dei loro pensieri ed opinioni – è stata, invece, ricercata l'interpretazione e la comprensione di fenomeni estremamente variegati e complessi, quali le aspettative e le percezioni del pubblico in visita.

Dalla lettura combinata di ciascuno di questi elementi – per quanto valutati in misura diversa l'uno rispetto all'altro, ovvero attribuendo gradi differenti di rilevanza ai vari risultati – è stato possibile ricavare indicazioni e suggerimenti circa i punti di forza e di debolezza attualmente presenti nel contesto museale, oltre che riguardo le possibili linee di intervento e sviluppo futuro, nella prospettiva ultima della restituzione ai soggetti di un'esperienza di visita del Museo Civico d'arte antica di Pistoia quanto più possibile valida ed arricchente, sotto il profilo sia culturale che sociale.

3. L'INDAGINE QUANTITATIVA: IL QUESTIONARIO

La scheda viene consegnata ai visitatori, al termine della visita, dagli operatori in servizio presso il bancone/biglietteria (servizio in appalto all'Associazione Temporanea d'Impresa fra Itinera srl di Livorno e consorzio Metropoli Coop. Sociale ONLUS di Firenze).

Considerato che il tempo medio per la visita del Museo Civico è di circa 60-90 minuti, la somministrazione del questionario avviene mediamente entro un'ora e mezzo dall'ingresso al museo.

La consegna del questionario nelle due diverse versioni di lingua (italiana, inglese) è sempre preceduta da una spiegazione a titolo di premessa, al fine di chiarire al visitatore l'importanza e gli obiettivi dell'indagine.

Il pubblico che ha visitato il Museo Civico nell'anno 2017 è stato di 18.417 unità.¹

I questionari compilati e restituiti al personale del museo, nel medesimo intervallo di tempo, sono stati 69.

3.1. L'ANALISI DEI DATI

Il 95% dei soggetti visita il Museo Civico per la prima volta, apprendendo dell'esistenza dell'istituzione, in massima parte, in modo casuale, "passando davanti al museo" (37%), o seguendo le indicazioni di pubblicazioni/guide turistiche, soprattutto quella del Touring Club Italiano (25%). Seguono, come canali informativi, Internet (15%), i consigli di amici e parenti (8%), gli articoli di riviste e giornali (7%), i pieghevoli e le locandine (5%) e le trasmissioni radio/TV (3%). Rispetto agli anni precedenti, la nomina di Pistoia Capitale Italiana della Cultura 2017 ha determinato una leggera crescita, di alcuni punti percentuale, di queste ultime tre categorie informative.

La visita è stata svolta, nella maggior parte dei casi, in coppia (43%). Seguono le visite effettuate in compagnia della famiglia e dei figli (22%), da soli (19%) e insieme a parenti e amici (16%).

Per ciò che riguarda l'orario di visita al museo, nella maggior parte dei casi, questa viene effettuata nell'arco di tempo compreso tra le ore 12.00 e le ore 14.00 (35%). Il 25% visita, invece, il museo tra le 16.00 e le 18.00, mentre il 21% tra le 14.00 e le 16.00. Il 19% effettua, infine, la visita tra le ore 10.00 e le ore 12.00.

¹ Nel caso dei gruppi scolastici, che frequentano l'attività didattica proposta dal museo, e delle comitive di turisti, viene consegnato un solo questionario, rispettivamente all'insegnante-capogruppo e alla guida turistica.

La durata media della visita è fra i 30 e i 60 minuti (45%) e fra 1 e 2 ore (42%). Meno frequenti sono le visite più brevi, ovvero inferiori ai 30 minuti (12%), e più lunghe, ovvero superiori alle 2 ore (1%).

Per ciò che attiene alle motivazioni, la visita viene svolta, nella maggior parte dei casi, in quanto parte di un percorso turistico (51%), per un interesse specifico circa la raccolta museale (22%) o per trascorrere del tempo libero (16%). Segue un "interesse di studio/professionale" (6%). Il 4% dei visitatori dichiara, inoltre, di aver visitato il museo per "altri motivi", indicando tra questi soprattutto la nomina di Pistoia a Capitale Italiana della Cultura 2017. Il restante 1% ha infine visitato il museo perché attratto da una iniziativa o da una mostra in corso, quale presumibilmente l'esposizione "Attorno all'opera: La *Presentazione di Gesù al Tempio* di Anton Domenico Gabbiani", allestita negli spazi del salone al terzo piano del Museo dal 29 ottobre 2017 al 7 gennaio 2018.

Schematizzando, potremmo quindi dire che, tra i soggetti che hanno fornito risposta al questionario, il 62% è stato spinto alla visita da motivazioni di tipo intellettuale, quali il desiderio di confermare o accrescere le proprie conoscenze su quanto esposto, mentre il 38% da fattori legati alla sfera emotiva e sociale.

I visitatori giungono al Museo Civico, in massima parte, dopo aver visitato altri musei cittadini (59%), quali il Museo del Novecento e del Contemporaneo di Palazzo Fabroni (con spiccata preferenza nel periodo compreso tra il 18 giugno e il 20 agosto, quando nelle sale destinate alle esposizioni temporanee era allestita la mostra "Omaggio a Giovanni Pisano"), il Museo Marino Marini, il Museo del Ricamo e i Musei dell'Antico Palazzo dei Vescovi.

Molto elevato il livello di soddisfazione generale circa l'esperienza di visita effettuata: il 75% dei visitatori dichiara di essere molto soddisfatto, mentre il 25% abbastanza soddisfatto.

Per ciò che attiene, invece, il gradimento per gli specifici servizi erogati dal museo, la soddisfazione circa i materiali informativi a disposizione (schede, pannelli, didascalie) è al 52% molto buona, al 40% abbastanza buona, al 6% poco buona e al restante 2% per niente buona; relativamente all'allestimento (luci, collocazione opere) è al 60% molto buona, al 31% abbastanza buona, al 6% poco buona e al restante 3% per niente buona; relativamente alla cortesia e competenza del personale è al 99% molto buona e al restante 1% abbastanza buona; relativamente alla segnaletica esterna del museo al 45% è molto buona, al 34% abbastanza buona, al 20% poco buona e al restante 1% per niente buona.

Il 12% dei visitatori che hanno risposto al questionario proviene dalla provincia di Pistoia e l'84% da una diversa provincia italiana (di questo 84%, il 60% proviene dall'Italia centrale, il 33% dall'Italia settentrionale e il restante 7% dall'Italia meridionale; dalla Toscana, nello specifico, proviene il 46% del totale dei visitatori). Il restante 4% della totalità proviene, infine, da uno Stato estero, quale Germania, Francia e Gran Bretagna.

Fra coloro che rispondono, il 55% sono donne e il 45% sono uomini.

Il 39% dei visitatori ha un'età compresa tra 46 e 65 anni, il 27% ha tra 31 e 45 anni, il 19% ha più di 65 anni, il 9% tra 18 e 30 anni e, infine, il restante 6% meno di 18 anni. Il 63% dei visitatori è laureato, il 24% è in possesso del diploma delle scuole medie superiori, il 7% è in possesso del diploma elementare e il 6% di quello delle medie inferiori.

Alle domande aperte, previste dal questionario, risponde una percentuale di visitatori pari al 49% del totale.

Tra i giudizi, le osservazioni ed i suggerimenti espressi, spiccano gli apprezzamenti riguardanti la qualità delle opere e il loro allestimento negli spazi museali [alla domanda aperta su quale sia l'elemento di maggior gradimento, i visitatori rispondono: "L'allestimento molto gradevole", "La disponibilità delle opere al contatto visivo ravvicinato", "L'ordinamento delle sale", "L'allestimento cronologico"].

Molto apprezzate, in particolare, risultano le opere pittoriche [come elemento di maggior gradimento: "La qualità del materiale pittorico"] e, più in generale, le opere di arte antica del primo piano (pittura pistoiese e fiorentina dal XIII al XVI secolo) e quelle delle sezioni poste al piano ammezzato del museo, ovvero la Sezione del Novecento e il Centro di Documentazione Giovanni Michelucci ["Bellissima la sezione del '900 con Michelucci"]. Molto positivi anche i giudizi sulla collezione posta al terzo piano (Collezione Puccini e pittura pistoiese e fiorentina dal XVII al XVIII secolo).

Viene giudicata con molto favore anche l'ambientazione del Palazzo Comunale in cui è situato il museo [come elemento di maggior gradimento: "L'ambientazione in un Palazzo medievale", "Ottima collocazione"].

Per ciò che riguarda il materiale di supporto alla visita, si esprimono giudizi molto positivi sul valore esplicativo delle schede mobili, a disposizione negli appositi raccoglitori [come elemento di maggior gradimento: "I fogli di analisi delle opere", "Schede informative: ricchi i contenuti"] e sul video informativo relativo all'opera di Bernardino Detti *Madonna della Pergola*.

Viene infine confermato il gradimento riscontrato dall'aiuto fornito dal personale di sala, lodato per la sua cortesia anche nelle risposte aperte ["Gentilezza e disponibilità"].

Di contro, viene spesso lamentata l'illuminazione carente di alcune opere e, durante i mesi estivi, la temperatura elevata raggiunta dai piani elevati, privi di impianto di condizionamento ["Climatizzazione assente non garantisce gradevolezza alla visita"].

Da un punto di vista fruitivo, vengono giudicati insufficienti i supporti informativi presenti nelle sale ["Ci sono poche spiegazioni", "Aggiornare le didascalie"] e viene lamentata la mancanza di audioguide.

Viene, inoltre, rimarcato come il museo sia poco reclamizzato, anche a causa di una inadeguata segnaletica stradale [come elemento considerato carente: "Comunicazione all'esterno", "Poco pubblicizzato"].

Nel complesso appare tuttavia alto il gradimento per l'esperienza generale della visita ["Non mi aspettavo un museo così vario e ricco di opere. Molto bello!", "Tutto bellissimo!"].

3.2. I RISULTATI

Dall'analisi dei risultati dell'indagine emerge quanto segue:

La modalità di visita

A livello di analisi complessiva, relativamente alla propensione generale alla fruizione museale, si può evidenziare che l'unità di osservazione che emerge è costituita da visitatori che, nella stragrande maggioranza dei casi, vengono al museo per la prima volta, prevalentemente in coppia. La visita si svolge, in maggior parte, nelle ore del pranzo (12.00-14.00), come parte di una visita turistica più ampia della città, comprendente spesso anche alcuni degli altri musei pistoiesi.

Il museo, tuttavia, viene spesso trovato "per caso" dai visitatori, che, a questo riguardo, segnalano una pubblicizzazione dell'offerta scarsa.

Il profilo socio-demografico

A livello di analisi complessiva, relativamente al profilo socio-demografico, si può evidenziare come l'unità di osservazione che emerge sia costituita prevalentemente da utenti con un'età media compresa tra i 46 ed i 65 anni, in possesso di un titolo di studio elevato.

Una buona percentuale di visitatori risponde alle domande aperte, dimostrando così non solo desiderio di partecipazione alle politiche museali, ma anche di essere un pubblico attento e consapevole, oltre che culturalmente preparato.

La rilevazione della soddisfazione

A livello di analisi complessiva, relativamente alla rilevazione della soddisfazione generale circa l'esperienza di visita, si evidenzia che il tipo di pubblico analizzato, tendenzialmente esigente e informato, dimostra complessivamente ottimi livelli di soddisfazione.

Le criticità ed i giudizi

Ad un livello più puntuale di analisi, relativamente a criticità e giudizi espressi sugli specifici servizi forniti dal museo (i materiali informativi, l'allestimento, la cortesia e competenza del personale, le indicazioni segnaletiche e i cartelli per raggiungere il museo), dalle risposte fornite dai soggetti alle domande chiuse del questionario, si può evidenziare un livello di soddisfazione tendenzialmente buono.

In particolare, appare rilevante evidenziare, data l'importanza del ruolo che il fattore umano riveste all'interno delle strutture museali, come il pubblico abbia espresso un giudizio molto positivo soprattutto in merito alla competenza e cortesia del personale. Non va dimenticata, a questo riguardo, la notevole valenza comunicativa del personale di sala, che riveste per il visitatore sia un'importante funzione di orientamento, che un fondamentale ruolo di natura relazionale, trasformandosi spesso nel primo veicolo di comunicazione museale.

I giudizi tendenzialmente favorevoli sui vari servizi erogati dal museo, espressi dai soggetti tramite le risposte alle domande chiuse del questionario, vengono confermati anche dalle risposte date alle domande aperte.

Viene nondimeno espresso un generale desiderio di miglioramento circa il sistema di illuminazione di alcune opere, riguardo il condizionamento delle sale durante i mesi estivi, nonché circa il potenziamento del sistema informativo di supporto alla visita (eccezion fatta per le schede mobili e il video sull'opera di Bernardino Detti *Madonna della Pergola*, giudicati al contrario con molto favore).

Anche la segnaletica stradale e le indicazioni per raggiungere il museo sembrano apparire non adeguati al pubblico, che suggerisce spesso, nelle risposte aperte del questionario, una maggiore reclamizzazione dell'offerta museale.

Vengono, invece, espressi giudizi positivi sull'ambientazione dell'antico Palazzo Comunale, in cui è situato il museo.

Molto favorevoli anche i pareri di visitatori circa la qualità e la particolarità della raccolta. Molto apprezzate, in particolare, risultano le opere delle sezioni poste al primo piano del museo e le collezioni del piano ammezzato.

4. L'INDAGINE QUANTITATIVA: L'ANALISI DEI DATI DI INGRESSO

La rilevazione delle presenze del Museo Civico d'arte antica di Pistoia viene effettuata tramite biglietteria informatizzata gestita centralmente. Il *software* utilizzato consente di memorizzare i dati, suddividendoli in differenti tabelle a seconda della tipologia di biglietto venduto e dell'eventuale sconto applicato.

Ai fini dell'analisi è importante sottolineare come l'ingresso al Museo Civico, dagli inizi del mese di aprile 2017, a seguito dell'approvazione del bilancio di previsione (delibera della Giunta Comunale del 23 marzo 2017), sia diventato gratuito per tutti i visitatori, come previsto dal *dossier* per la candidatura a Capitale Italiana della Cultura.

Infine, in seguito all'inaugurazione della mostra "Attorno all'opera: La *Presentazione di Gesù al Tempio* di Anton Domenico Gabbiani" – rimasta aperta al pubblico, nel salone del terzo piano del museo, dal 29 ottobre 2017 al 7 gennaio 2018 – sono state tuttavia reintrodotte le tariffe di ingresso e, conseguentemente, è tornata in funzione anche la suddivisione automatica per tipologia di biglietto venduto.

4.1. I RISULTATI

Dall'analisi dei dati di ingresso è possibile trarre alcune indicazioni generali.²

Il pubblico che nel 2017 ha visitato il Museo Civico di Pistoia è stato di 18.417 unità, con un picco di affluenza che si è verificato soprattutto nei mesi di aprile (26%), maggio (10%) e dicembre (8%). Un incremento attribuibile, quindi, al periodo delle vacanze pasquali e natalizie ma, con ogni probabilità, influenzato anche dall'andamento del turismo dovuto alla nomina di Pistoia Capitale Italiana della Cultura e al suo calendario di eventi in città.

Come già emerso dall'analisi dei questionari, i gruppi turistici organizzati,³ ai quali è riservato un ingresso al museo scontato, sono stati tuttavia una minoranza (1%) rispetto alla totalità del pubblico. Più nutrita, invece, l'utenza di tipo scolastico: le classi in visita, con e senza l'accompagnamento guidato direttamente organizzato e

² Per i dati completi vedi tabella 4 in appendice.

³ Ai fini dell'applicazione della tariffa ridotta, vengono considerati gruppi quelli composti da almeno quindici persone.

predisposto dal museo, nel 2017 sono state rispettivamente il 3% e il 2%. Gli studenti universitari, che al pari delle scuole usufruiscono di un biglietto di ingresso gratuito, sono stati invece un numero più limitato (1%).

Anche per ciò che concerne l'età del pubblico, si confermano i risultati dei questionari, con una percentuale di pubblico non pagante, in quanto di età inferiore ai 18 anni, pari al 5% della totalità dei visitatori (il 6% secondo le risposte fornite ai questionari).

La discordanza rispetto ai risultati degli anni passati (gli ingressi gratis per questa categoria sono stati il 20%, sia nel 2016 che nel 2015) è stata originata dalla contrazione della fascia di età non pagante, che dagli inizi del mese di aprile 2017 non comprende più il pubblico con più di 60 anni (delibera della Giunta Comunale del 23 marzo 2017).

Analogamente esigua anche nel 2017, invece, la percentuale dei pistoiesi che hanno usufruito della tariffa ridotta per i residenti (meno dell'1%).

Estremamente elevato, infine, il numero di ingressi gratis per permessi speciali, pari all'81% della totalità (il 40% nel 2016 e addirittura solo il 27% nel 2015), dovuto all'entrata in vigore della gratuità per Pistoia Capitale Italiana della Cultura (dagli inizi di aprile a quasi tutto il mese di ottobre).

Come è ovvio, è stata del resto l'intera totalità degli ingressi al Museo Civico, in questo anno così peculiare per la città di Pistoia, ad essere andata incontro ad una crescita di portata straordinaria, con un incremento pari al 130% rispetto al 2016 (anno in cui il museo aveva registrato 8.006 ingressi) e addirittura pari al 186% rispetto al 2015 (anno in cui il museo aveva registrato 6.443 ingressi).⁴

5. L'INDAGINE QUALITATIVA: L'ANALISI DEL *GUEST BOOK*

Il registro dei visitatori, o *guest book*, è stato istituito dal Museo Civico allo scopo di fornire agli utenti uno spazio ulteriore per l'espressione dei loro pensieri ed opinioni, che fosse ancor più libero e destrutturato rispetto alle domande a risposta aperta del questionario.

I principi di condotta ed i vincoli etici che guidano e regolano l'agire pubblico, quali l'utilità e l'interesse generale, ma anche la volontà, sempre più forte e sentita da parte delle istituzioni, di favorire forme inclusive di partecipazione dei soggetti, investono,

⁴ Vedi il grafico a corredo di tabella 4 in appendice.

infatti, anche gli enti museali, sollecitando l'applicazione in questi ultimi di ogni possibile modalità di registrazione e ascolto della voce del proprio pubblico.

Le indicazioni che sono state tratte dall'analisi del *guest book* del Museo Civico di Pistoia, per quanto non generalizzabili, danno tuttavia conto delle sensazioni e delle emozioni suscitate dall'esperienza di visita e consentono di raccogliere giudizi e suggerimenti spontanei circa i servizi offerti dal museo ed il livello di soddisfazione dei suoi visitatori.

5.1. I RISULTATI

Analogamente a quanto già emerso dai questionari, anche tramite il *guest book* i visitatori esprimono elevati livelli di soddisfazione e apprezzamento generali per l'esperienza di visita al Museo Civico di Pistoia ["Interessante e bellissimo"; "Meraviglioso, grazie per i momenti che ci avete regalato"; "Un museo davvero incantevole!"; "Davvero un bellissimo museo in una 'sorpresa' di città. Grazie!"].

Molto apprezzato, in particolare, l'antico Palazzo Comunale in cui è situato il museo, giudicato un luogo rispondente e confacente alla raccolta ["Palazzo bellissimo"], nonché la disposizione e l'allestimento delle opere stesse ["Bellissimi spazi e bellissime opere"; "Ottima organizzazione museale"; "Complimenti per allestimento ed esposizione storico-artistica"; "Complimenti! Non è più così facile (purtroppo) trovare complessi museali tenuti così bene e così ben strutturati e organizzati"].

Di contro, analogamente a quanto riscontrato nei questionari, viene lamentato il caldo eccessivo nel periodo estivo ["Museo splendido ma caldissimo"] e l'illuminazione delle opere ["Migliorare le luci"].

La collezione esposta viene, invece, giudicata rilevante, sia per la quantità che per la varietà e l'importanza delle opere presentate ["Una bellissima sorpresa: un museo di opere stupende, allestito in un grande spazio. Opere d'arte di primaria importanza. Complimenti!"; "Che dipinti incredibili – specie quelli del Trecento!"; "Una stupenda collezione da ammirare profondamente"; "Bernardino Detti: favoloso!"; "Molto bella e interessante la documentazione sull'opera di Giovanni Michelucci"].

I visitatori affermano, quindi, di aver ampliato le proprie conoscenze su Pistoia, raccomandando al riguardo una ancor più decisa valorizzazione del patrimonio storico-artistico della città ["Pistoia è uno scrigno di gioielli"; "Molto istruttivo"; "Bravi continuate a valorizzare la vostra città"; "Che bella sorpresa la vostra città!"].

Tra i sussidi informativi per la visita risultano particolarmente apprezzate le schede mobili [“Ho apprezzato le schede delle opere. Sistema economico e funzionale”].

Un livello di gradimento molto alto viene espresso per la mostra “Attorno all’opera: La *Presentazione di Gesù al Tempio* di Anton Domenico Gabbiani”, aperta al pubblico dal 29 ottobre 2017 al 7 gennaio 2018 [“Opere bellissime quelle di Gabbiani, non da meno quelle di Gherardini!”; “Quei 4 quadri sono stupefacenti”; “Bravo il professor Spinelli e l’Amministrazione tutta”; “Una mostra davvero interessante, ho scoperto un museo che non conoscevo”; “Mostra bellissima”; “La *Presentazione di Gesù al Tempio* è un’opera bellissima. Complimenti”].

Giudicato con molto favore, inoltre, l’ingresso gratuito istituito in occasione della nomina a Capitale Italiana della Cultura [“Ringraziamo il Comune di Pistoia che ci ha permesso di godere di queste bellezze e dei servizi gratuitamente e in orario continuato”; “Grazie per la gratuità!”; “Grazie per aver offerto la visita gratuita alle belle raccolte del Comune”; “Un ringraziamento alla città di Pistoia che mette a disposizione di tutti ed in modo gratuito queste splendide opere”].

Si riconferma, infine, l’alto livello di apprezzamento per la competenza e la cortesia del personale del museo, già riscontrato nei questionari [“Complimenti per l’accoglienza del vostro personale nell’invitare a vedere queste bellissime opere. Certamente ritorneremo”; “The staff are very helpful. Thank you”].

In conclusione, da notare l’apprezzamento di un visitatore che, sottolineando la propria provenienza da Mantova, scrive: “Una vera Capitale della Cultura”.

6. APPENDICE – TABELLE E GRAFICI

Tabella 1 – Profilo socio-demografico dei visitatori del Museo Civico d'arte antica di Pistoia, anno 2017

Genere	Nr. visitatori	Percentuale
Maschile	31	45%
Femminile	38	55%

Età	Nr. visitatori	Percentuale
Meno di 18 anni	4	6%
Tra 18 e 30	6	9%
Tra 31 e 45	19	27%
Tra 46 e 65	27	39%
Più di 65	13	19%

Titolo di studio	Nr. visitatori	Percentuale
Elementare	5	7%
Medie inferiori	4	6%
Diploma medie superiori	16	24%
Laurea o titoli post-laurea	43	63%

Luogo di provenienza	Nr. visitatori	Percentuale
Provincia di Pistoia	8	12%
Altra provincia italiana	58	84%
Estero	3	4%

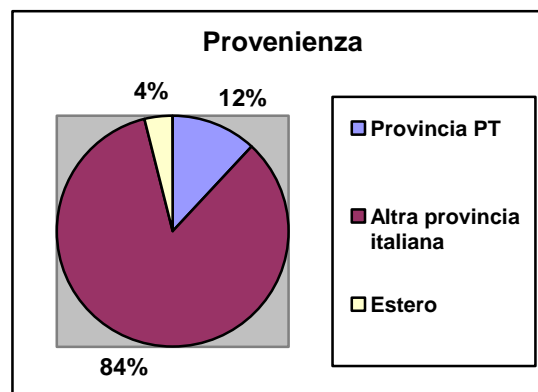
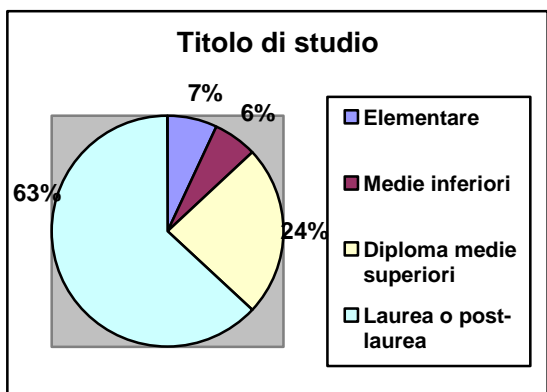
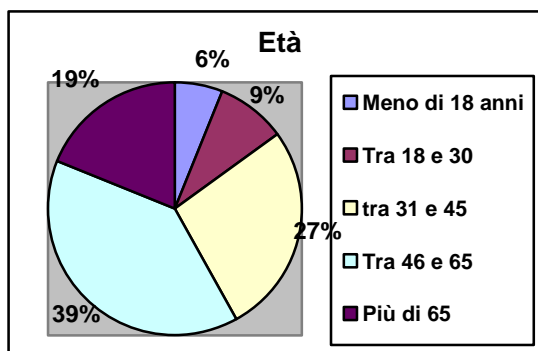
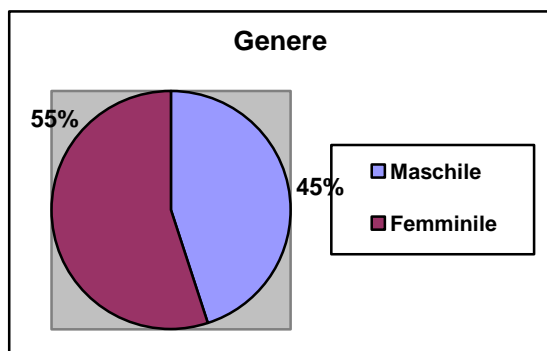


Tabella 2 – Modalità di fruizione museale e canali informativi dei visitatori del Museo Civico d'arte antica di Pistoia, anno 2017

Prima volta al museo	Nr. visitatori	Percentuale
Sì	63	91%
No	6	9%

Durata della visita	Nr. visitatori	Percentuale
Meno di 30 minuti	8	12%
Da 30 minuti a 1 ora	31	45%
Da 1 a 2 ore	29	42%
Più di 2 ore	1	1%

Orario di visita	Nr. visitatori	Percentuale
10.00/12.00	11	19%
12.00/14.00	20	35%
14.00/16.00	12	21%
16.00/18.00	14	25%

Con chi è stata effettuata la visita	Nr. visitatori	Percentuale
Da soli	13	19%
In coppia	30	43%
Con famiglia (figli)	15	22%
Con parenti/amici	11	16%
In gruppo organizzato	0	0%

Quali altri musei della città sono stati visitati	Nr. visitatori	Percentuale
Museo Marino Marini	17	41%
Altri musei	24	59%

Come si è venuti a conoscenza dell'esistenza del Museo Civico	Nr. visitatori	Percentuale
Da una pubblicazione/guida	19	25%
Da amici/parenti	6	8%
Attraverso Internet	11	15%
Da un pieghevole/locandina	4	5%
Da un articolo su una rivista/giornale	5	7%
Dalla radio/TV	2	3%
Casualmente, passando davanti al Museo	28	37%
Altro	0	0%

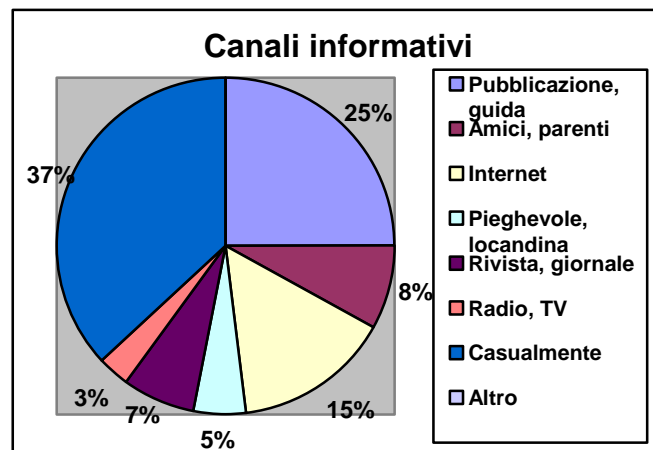
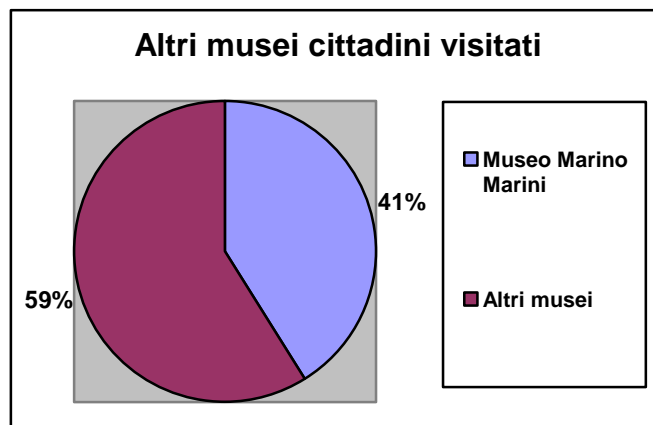
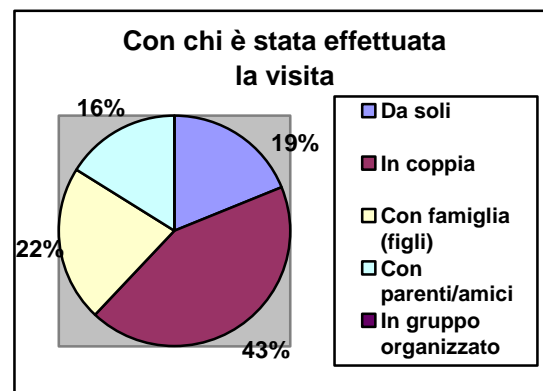
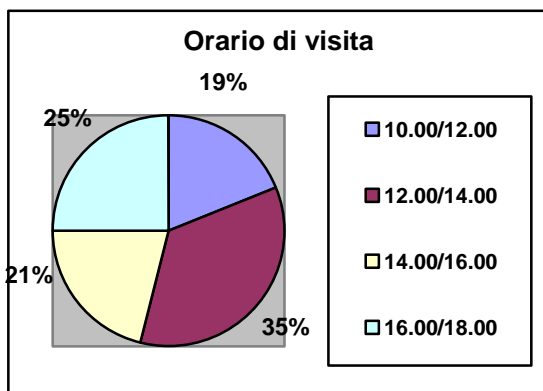
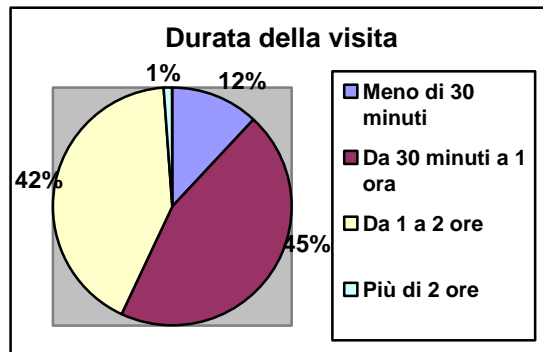
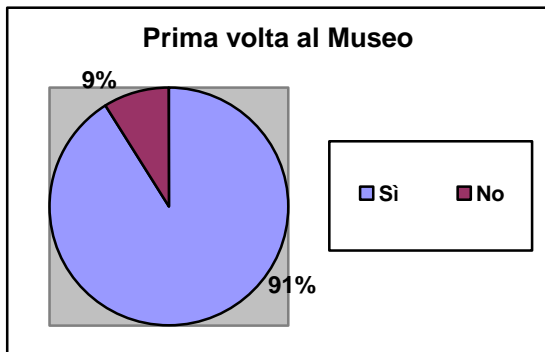


Tabella 3 – Motivazioni, soddisfazione generale e gradimento per i servizi dei visitatori del Museo Civico d’arte antica di Pistoia, anno 2017

Motivo della visita	Nr. visitatori	Percentuale
Interesse specifico sulla raccolta	16	22%
Come parte di una visita turistica nella zona/città	37	51%
Interesse di studio/professionale	4	6%
Per accompagnare amici/conoscenti	0	0%
Per visitare una mostra o partecipare ad una iniziativa	1	1%
Per trascorrere del tempo libero	12	16%
Altro	3	4%

Soddisfazione generale circa la visita	Nr. visitatori	Percentuale
Per niente soddisfatto	0	0%
Poco soddisfatto	0	0%
Abbastanza soddisfatto	17	25%
Molto soddisfatto	52	75%

Soddisfazione per i materiali informativi (schede, pannelli, didascalie)	Nr. visitatori	Percentuale
Per niente soddisfatto	1	2%
Poco soddisfatto	4	6%
Abbastanza soddisfatto	27	40%
Molto soddisfatto	35	52%

Soddisfazione per l’allestimento (luci, collocazione delle opere)	Nr. visitatori	Percentuale
Per niente soddisfatto	2	3%
Poco soddisfatto	4	6%
Abbastanza soddisfatto	21	31%
Molto soddisfatto	40	60%

Soddisfazione per la cortesia e competenza del personale	Nr. visitatori	Percentuale
Per niente soddisfatto	0	0%
Poco soddisfatto	0	0%
Abbastanza soddisfatto	1	1%
Molto soddisfatto	66	99%

Soddisfazione per le indicazioni segnaletiche e i cartelli per raggiungere il Museo	Nr. visitatori	Percentuale
Per niente soddisfatto	1	1%
Poco soddisfatto	13	20%
Abbastanza soddisfatto	22	34%
Molto soddisfatto	29	45%

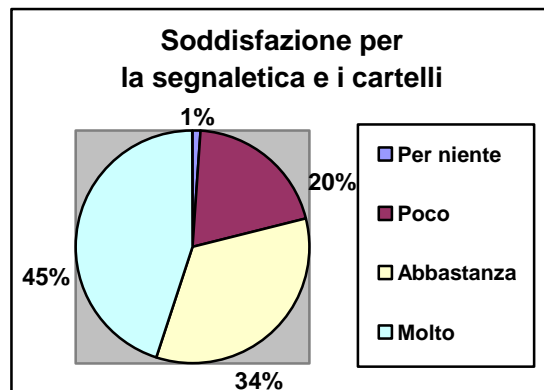
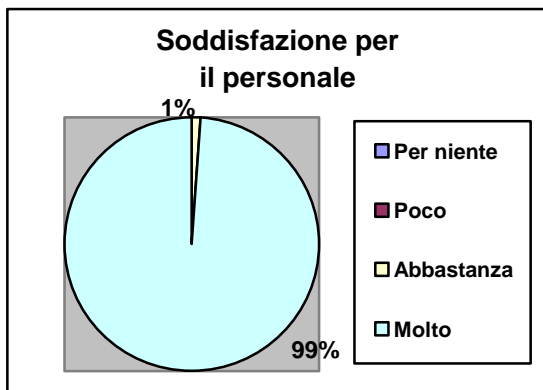
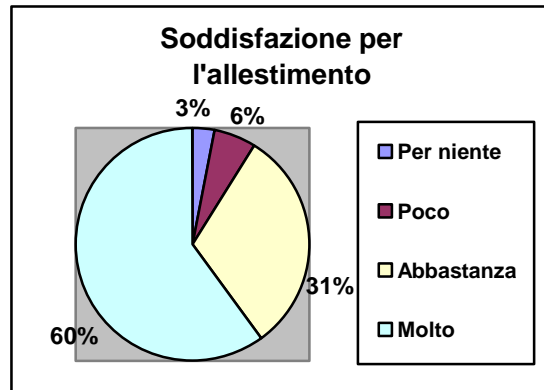
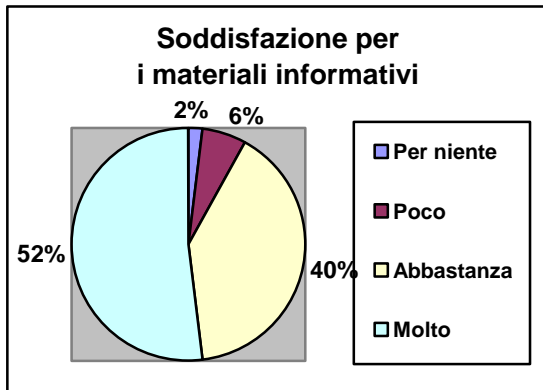
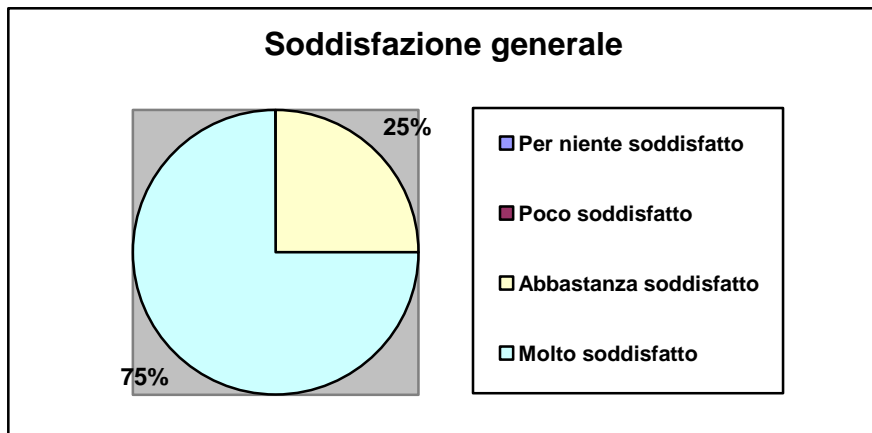
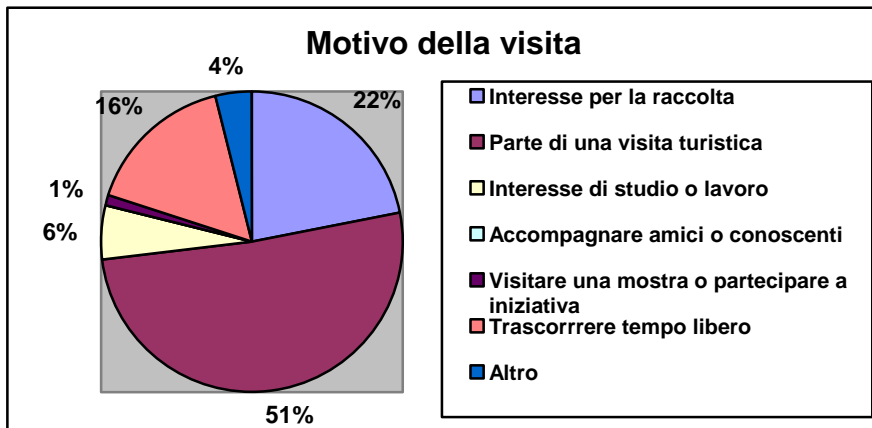


Tabella 4 – Presenze in ingresso suddivise per tipologia di biglietto venduto del Museo Civico di Pistoia d'arte antica di Pistoia, anno 2017

Tipolog. biglietto	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	TOT
Intero	94	88	74	2	0	0	0	0	0	39	136	282	715
Gratuito Stud.Uni.	25	7	29	1	0	0	0	0	0	3	21	101	187
Ridotto Residenti	3	5	12	0	0	0	0	0	0	6	23	29	78
Rid. San Giorgio	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Ridotto Gruppi	16	20	37	33	0	0	0	0	0	0	32	30	168
Gratuito Età	116	105	166	12	0	0	0	0	2	35	216	271	923
Ridotto IN TCI	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	7	7	16
Gratuito Per.Spec.	344	79	367	4326	1550	1161	829	2504	1593	1421	184	555	14913
Gratuito Scuole	0	19	94	210	62	0	0	0	0	0	0	61	446
Gratuito Cat.Spec.	18	35	45	5	0	0	0	0	0	11	56	61	231
Gratuito Accomp.	4	6	33	15	2	0	0	3	0	0	2	6	71
Gratuito Didattica	19	0	119	159	148	0	0	0	19	0	61	44	569
Cumulat.	17	46	13	0	5	15	0	0	0	0	0	2	98
TOT	658	410	990	4763	1767	1176	829	2507	1614	1515	738	1450	18417

