



Comune  
di Pistoia



## MUSEI CIVICI DI PISTOIA

MUSEO CIVICO D'ARTE ANTICA IN PALAZZO COMUNALE

MUSEO DELLO SPEDALE DEL CEPPO

MUSEO DEL NOVECENTO E DEL CONTEMPORANEO

DI PALAZZO FABRONI

## ANALISI DELLA FRUIZIONE

ANNO 2024

a cura di

Musei Civici di Pistoia

Con la supervisione di

**Elena Testaferrata**

**Responsabile U.O. MUSEI E BENI CULTURALI**

**Servizio Cultura e Tradizioni, Turismo e Informatica**

**Comune di Pistoia**

1. PREMESSA	2
2. OBIETTIVI E METODOLOGIA DI INDAGINE	5
3. MUSEO CIVICO D'ARTE ANTICA IN PALAZZO COMUNALE	8
3.1. L'INDAGINE QUANTITATIVA: IL QUESTIONARIO	8
3.2. L'INDAGINE QUANTITATIVA: L'ANALISI DEI DATI DI INGRESSO	11
3.3. L'INDAGINE QUALITATIVA: L'ANALISI DEL <i>GUEST BOOK</i>	11
4. MUSEO DELLO SPEDALE DEL CEPPO	13
4.1. L'INDAGINE QUANTITATIVA: IL QUESTIONARIO	13
4.2. L'INDAGINE QUANTITATIVA: L'ANALISI DEI DATI DI INGRESSO	16
4.3. L'INDAGINE QUALITATIVA: L'ANALISI DEL <i>GUEST BOOK</i>	17
5. MUSEO DEL NOVECENTO E DEL CONTEMPORANEO DI PALAZZO FABRONI	18
5.1. L'INDAGINE QUANTITATIVA: IL QUESTIONARIO	18
5.2. L'INDAGINE QUANTITATIVA: L'ANALISI DEI DATI DI INGRESSO	21
5.3. L'INDAGINE QUALITATIVA: L'ANALISI DEL <i>GUEST BOOK</i>	21
6. MUSEI CIVICI DI PISTOIA	22
6.1. L'ANALISI DELL'UTENZA ONLINE: IL SITO WEB	22
6.2. L'ANALISI DELL'UTENZA ONLINE: LE PAGINE FACEBOOK	22
6.3. L'ANALISI DELL'UTENZA ONLINE: IL PROFILO INSTAGRAM	24
6.4. L'ANALISI DELL'UTENZA ONLINE: GOOGLE E ALTRI SITI DI RECENSIONI	24
7. CONSIDERAZIONI FINALI E PROSPETTIVE DI SVILUPPO	27

## 1. PREMESSA

Il complesso dei Musei Civici di Pistoia – costituito dal Museo Civico d'arte antica in Palazzo Comunale, dal Museo dello Spedale del Ceppo, dal Museo del Novecento e del Contemporaneo di Palazzo Fabroni e dalla Casa-studio Fernando Melani – adottano, nello svolgimento delle proprie attività, ogni possibile accorgimento capace di garantire al proprio pubblico un'esperienza di visita che dia un'adeguata soddisfazione a bisogni, desideri, attese, aspirazioni, secondo quanto stabilito e definito nel *Regolamento dei Musei Civici di Pistoia*, di cui all'art. 24 - Servizi al pubblico.

Per conseguire tale risultato, i Musei Civici impiegano metodologie e strumenti di valutazione dell'affluenza del pubblico, effettuano ricerche per acquisire conoscenze sul gradimento degli utenti per i servizi offerti, compiono analisi qualitative e quantitative dell'utenza attuale e potenziale, e redigono infine un rapporto annuale relativo ai dati raccolti, a cui viene data adeguata trasparenza e pubblicità secondo la normativa vigente.

Secondo quanto stabilito e definito nella *Carta dei Servizi dei Musei Civici di Pistoia*, di cui all'art. 6, al fine di valutare la qualità del servizio reso, la conformità agli standard, il grado di soddisfazione dell'utenza e la possibilità di ulteriori miglioramenti, nonché comprendere meglio i flussi turistici e gli elementi sociali che sono alla base dei comportamenti del pubblico, i Musei svolgono, anche con il coinvolgimento degli utenti, periodiche verifiche sulla qualità e l'efficacia complessiva dei servizi prestati, valutando il tasso di gradimento delle proposte, il grado di soddisfazione delle aspettative dell'utenza, i dati quantitativi sull'utilizzo delle strutture.

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 dei Musei Civici di Pistoia. L'analisi dei dati raccolti viene effettuata – entro il trimestre successivo al termine dell'anno precedente, che è oggetto dell'analisi – con la collaborazione e sotto la supervisione della U.O. Musei e Beni Culturali.

L'indagine viene effettuata ogni anno sia avvalendosi di metodologie di tipo quantitativo, sia ricorrendo a strumenti di tipo più prettamente qualitativo.

Le prime si basano essenzialmente sull'analisi dei dati numerici e statistici delle presenze in ingresso e sull'effettuazione di indagini campionarie realizzate tramite la somministrazione della scheda standard di rilevazione della soddisfazione

appositamente elaborata dalla Regione Toscana.

Presso i 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 nel corso dell'anno.

Inoltre, l'analisi quantitativa della fruizione viene svolta anche attraverso la somministrazione della scheda di rilevazione della soddisfazione dei visitatori elaborata dalla Regione Toscana in due versioni di lingua (italiano e inglese), grazie alla quale è possibile effettuare un'attenta valutazione del servizio offerto.

La scheda viene somministrata in tutte le sedi della rete museale civica qualificate come musei di rilevanza regionale, e dunque presso il Museo Civico d'arte antica, presso il Museo dello Spedale del Ceppo e presso il Museo del Novecento e del Contemporaneo di Palazzo Fabroni. La compilazione della scheda non è proposta, invece, agli utenti della Casa-studio Fernando Melani, che, per le sue peculiari caratteristiche strutturali, può essere visitata solo con modalità particolari, ovvero su accompagnamento e dietro prenotazione.

Agli 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, sul quale i visitatori sono invitati a scrivere i propri pensieri e impressioni al termine della visita.

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.

Tale metodologia, applicata in modo simile nei tre musei civici sopra indicati - grazie anche alla predisposizione, a partire dal 2019, del biglietto cumulativo valido per la visita di due o tre musei - consente di allargare l'orizzonte verso un'analisi della fruizione estesa all'intera rete dei Musei Civici pistoiesi, finalizzata a verificare le modalità di fruizione dell'intero insieme, non idealmente frazionabile, costituito dai musei comunali.

Un ampliamento del campo di analisi che consente di cogliere similitudini e differenze tra le diverse e peculiari modalità di fruizione messe in atto dal pubblico della rete pistoiese, evidenziando le sinergie derivanti da una modalità di gestione integrata dell'insieme dei Musei Civici di Pistoia.

Il report si conclude, infine, con l'analisi relativa all'utenza dei canali di comunicazione online, ovvero i due profili Facebook e il profilo Instagram a disposizione della rete museale – nello specifico, la pagina dei Musei Civici di Pistoia e quella di Palazzo Fabroni –, grazie ai quali i musei comunali vengono ulteriormente promossi in un'ottica di *audience development* e di *audience engagement*.

Comprendere le caratteristiche distintive e le modalità di comportamento dei fruitori di tali strumenti comunicativi, oltre che il rapporto esistente tra utenti online e visitatori museali, sia reali che potenziali, è infatti estremamente rilevante per la messa in atto di strategie finalizzate a innescare dinamiche di allargamento e diversificazione dello stesso pubblico effettivo.

## 2. OBIETTIVI E METODOLOGIA DI INDAGINE

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 dell'esistenza del museo;
- analizzare le modalità di fruizione del museo (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 comunali o 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).

Nello specifico, sono state adottate le seguenti metodologie di indagine:

### Il questionario

La scheda per la rilevazione della soddisfazione degli utenti viene solitamente consegnata, in formato cartaceo, al termine della visita dagli operatori in servizio presso il bancone/biglietteria.

Dal 2021, inoltre, è stato reso disponibile un questionario in formato digitale, raggiungibile online dai soggetti attraverso la scansione di un QR Code posto in evidenza al termine della visita. Così come per la versione cartacea, anche il questionario online è disponibile sia in italiano che in inglese. I dati acquisiti confluiscono all'interno dell'ambiente *cloud* dei Musei Civici di Pistoia e da qui in seguito consultati per la redazione del report di analisi.

Considerato che il tempo medio per la visita di ciascuno dei musei della rete comunale è di circa 60-90 minuti, la somministrazione del questionario avviene mediamente entro un'ora e mezzo dall'ingresso.

L'invito alla compilazione, sia per la versione cartacea che per quella digitale, è sempre preceduto da una spiegazione a titolo di premessa, al fine di chiarire al visitatore

l'importanza e gli obiettivi dell'indagine.

#### L'analisi dei dati di ingresso

La rilevazione delle presenze in ingresso nei Musei Civici 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.

#### L'analisi del *guest book*

L'adozione del registro dei visitatori, o *guest book*, è stato istituito per ciascuno dei musei della rete comunale 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 e 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, 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 tratte dall'analisi dei *guest book* dei Musei Civici 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 ed il livello di soddisfazione dei visitatori.

Benché l'obiettivo strategico perseguito – ovvero il miglioramento della qualità e del servizio offerto – 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 e 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 – il pubblico è stato segmentato 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 comunali o 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 delle opinioni e dei pensieri espressi nel *guest book* e nelle risposte aperte del questionario – 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 dell'intero insieme dei Musei Civici di Pistoia quanto più possibile valida ed arricchente sotto il profilo sia culturale che sociale.

### 3. MUSEO CIVICO D'ARTE ANTICA IN PALAZZO COMUNALE

#### 3.1. L'INDAGINE QUANTITATIVA: IL QUESTIONARIO

Il pubblico che ha visitato il Museo Civico nell'anno 2024 è stato di 5.992 unità.

I questionari compilati e restituiti al personale del museo, nel medesimo intervallo di tempo, sono stati 27.

Il 89% 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" (40%), seguendo le indicazioni Internet o social (22%), utilizzando il canale informativo di pieghevoli o locandine (7%) e di pubblicazioni o guide (7%), o perché già a conoscenza dell'esistenza del museo (7%). Seguono le indicazioni di amici e parenti (7%), mentre nessuno tramite segnalazione di articoli pubblicati su riviste o giornali. Un restante 4% dei visitatori dichiara infine di aver visitato il museo per "altri motivi". A specifica domanda, solo il 15% dei soggetti dichiara di conoscere già il sito web o la pagina Facebook dei Musei Civici di Pistoia.

La visita è stata svolta, nella maggior parte dei casi, in coppia (44%). Seguono le visite effettuate da soli (22%), in compagnia di figli e altri familiari (18%) o con parenti e amici (15%).

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 10.00 e le 12.00 (26%) e tra le ore 12.00 e le 14.00 (8%). Il restante 8% visita il museo tra le 16.00 e le 18.00.

La durata media della visita è fra i 30 e i 60 minuti (56%) e tra i 60 minuti e le 2 ore (30%). Meno frequenti le visite inferiori ai 30 minuti (11%).

Per ciò che attiene alle motivazioni, la visita viene svolta, nella maggior parte dei casi, in quanto parte di un percorso turistico (43%), per trascorrere del tempo libero (21%), per visitare mostre e attività (11%), per un interesse di studio o professionale (10%) o per interesse specifico alla raccolta museale (7%). Il 4% dichiara di aver visitato il museo per accompagnare amici o parenti, mentre il restante 4% per "altri motivi".

I soggetti giungono al Museo Civico in parte dopo aver visitato altre istituzioni museali della città (25%), oppure gli altri musei della rete civica comunale, quali il Museo dello Spedale del Ceppo (22%) e il Museo del Novecento e del Contemporaneo di Palazzo Fabroni (3%).

Molto elevato il livello di soddisfazione generale circa l'esperienza di visita effettuata: il 70% dei visitatori dichiara di essere molto soddisfatto, mentre il 19% 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 41% abbastanza buona, al 37% molto buona e al 15% poco buona; relativamente all'allestimento (luci, collocazione opere) è al 41% abbastanza buona, al 33% molto buona e al 18% poco o per niente buona; relativamente alla cortesia e competenza del personale è al 78% molto buona e al 15% abbastanza buona; relativamente alla segnaletica esterna del museo è al 37% molto buona, al 37% abbastanza buona, al 18% poco buona o per niente buona.

Il 41% dei visitatori che hanno risposto al questionario proviene da una diversa provincia italiana, mentre il 26% proviene dalla provincia di Pistoia. Il restante 26% della totalità proviene, infine, da uno Stato estero.

Fra coloro che rispondono, il 59% sono donne e il 33% sono uomini.

Il 44% dei visitatori ha un'età compresa tra 46 e 65 anni, il 30% tra 31 e 45 anni, l'11% ha più di 65 anni, il 4% tra 18 e 30 anni e il restante 4% sotto i 18 anni.

Il 41% dei visitatori è laureato e il 45% è in possesso del diploma delle scuole secondarie di secondo grado.

Alle domande aperte, previste dal questionario, risponde una percentuale di visitatori pari al 63% del totale.

Tra le varie osservazioni ed i suggerimenti espressi, spiccano gli apprezzamenti riguardanti gli ambienti spaziosi, la scelta di opere significative per la storia del territorio, la qualità delle opere esposte (pala di San Francesco, pala delle Pergola, i dipinti dal Seicento all'Ottocento, la collezione Puccini), il salone dell'Ottocento, l'ordinamento cronologico della collezione, l'allestimento delle opere più antiche (dal '200 al '400), la gentilezza e preparazione del personale di sala, l'utilità della guida offerta dagli Ambasciatori dell'arte.

Di contro, viene richiesto un migliore sostegno alla visita con maggiori informazioni sulle opere (37%), una migliore illuminazione dell'allestimento (34%) e un'adeguata climatizzazione per una migliore vivibilità degli ambienti (15%) nel periodo estivo. È segnalata infine la mancanza di indicazioni segnaletiche per raggiungere il museo e viene infine rimarcato come il museo sia poco reclamizzato.

-

Nel complesso appare alto il gradimento per l'esperienza generale della visita.

In conclusione, 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 come l'unità di osservazione che emerge sia 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 della tarda mattinata e del pranzo (10.00-14.00), come parte di una visita turistica più ampia della città, comprendente spesso anche gli altri musei appartenenti alla rete civica comunale, nonché alcune delle altre istituzioni museali cittadine.

#### 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 in possesso di un titolo di studio elevato, di genere femminile e con un'età media compresa tra i 46 ed i 65 anni, assieme ad un cospicuo gruppo con età media tra i 31 e 45 anni.

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 piuttosto elevato.

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. 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.

### 3.2. L'INDAGINE QUANTITATIVA: L'ANALISI DEI DATI DI INGRESSO

Il pubblico che nel 2024 ha visitato il Museo Civico di Pistoia è stato di 5.992 unità, con un picco di affluenza che si è verificato soprattutto nei mesi di dicembre (19%), novembre e aprile (entrambi 13%) e maggio (11%).

Analizzando le specifiche tipologie di biglietti venduti, è possibile notare come sia particolarmente nutrita l'utenza di tipo scolastico: nel 2024 le classi in visita, con e senza l'accompagnamento guidato direttamente organizzato e predisposto dal museo, sono state rispettivamente il 3,4% e il 2,8%. Inoltre, gli studenti universitari, che al pari delle scuole usufruiscono di un biglietto di ingresso gratuito, sono stati il 3,7% della totalità.

Anche per ciò che concerne l'età del pubblico si confermano risultati analoghi, con una percentuale di pubblico non pagante, in quanto di età inferiore ai 18 anni, pari al 2,3% della totalità dei visitatori.

Esigua infine la percentuale dei pistoiesi che hanno usufruito della tariffa ridotta per i residenti (0,3%).

La popolazione cittadina sembra, infatti, preferire di gran lunga le aperture straordinarie e gli eventi ad ingresso gratuito, quali l'iniziativa del Ministero della Cultura #domenicalmuseo, la Notte Europea dei Musei o gli Open Days, come dimostrato dall'elevato numero di ingressi gratis per permessi speciali del 2024 (55%).

In via generale, analizzando il numero degli ingressi, il Museo Civico ha registrato nel 2024 una lieve flessione rispetto all'anno precedente (6.862 ingressi nel 2023).

### 3.3. L'INDAGINE QUALITATIVA: L'ANALISI DEL *GUEST BOOK*

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 ("Una piacevole sorpresa dopo tanti anni

che veniamo da Venezia a Pistoia", "Un tuffo nel passato, vissuto con tanta tranquillità e cortesia da tutto il personale. Grazie a Pistoia!", "Grazie, tante scoperte molto interessanti!", "Complimenti", "Bel museo!", "Bella visita", "Bellissimo").

Molto apprezzato l'allestimento delle opere e la loro collocazione all'interno del Palazzo Comunale ("Opere e palazzo molto belli").

Si riconferma, infine, l'alto livello di apprezzamento per la competenza e la cortesia del personale del museo, già riscontrato nei questionari ("Helpful staff").

Anche dall'analisi del *guest book*, tuttavia, emergono alcune delle criticità rilevate nelle risposte alle domande aperte del questionario (Molto bello, merita di essere più conosciuto").

Nel complesso, la positiva esperienza di visita al museo induce i visitatori ad esprimere giudizi analogamente favorevoli nei confronti della città di Pistoia.

## 4. MUSEO DELLO SPEDALE DEL CEPPO

### 4.1. L'INDAGINE QUANTITATIVA: IL QUESTIONARIO

Il pubblico che ha visitato il Museo dello Spedale del Ceppo nell'anno 2024 è stato di 7.108 unità.

I questionari compilati e restituiti al personale del museo, nel medesimo intervallo di tempo, sono stati 34.

Il 97% dei soggetti visita il Museo dello Spedale del Ceppo per la prima volta, apprendendo dell'esistenza dell'istituzione, in massima parte, tramite Internet (47%). Un discreto numero di visitatori lo scopre attraverso l'ausilio di pubblicazioni o guide (15%), oppure è già a conoscenza dell'esistenza del museo (12%), o lo incontra in modo casuale "passando davanti al museo" (12%), seguendo le indicazioni di amici e parenti (9%). A specifica domanda il 21% dei soggetti dichiara di conoscere già il sito web o la pagina Facebook o il profilo Instagram dei Musei Civici di Pistoia.

La visita è stata svolta, nella maggior parte dei casi, in coppia (35%). Seguono le visite effettuate con parenti e amici (24%), da soli (21%), in compagnia di figli e altri familiari (9%), o in gruppo organizzato (6%).

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 10.00 e le 12.00 (26%), tra le 12.00 e le 14.00 (21%) e tra le 14.00 e le ore 16.00 (9%). Il 12% visita, invece, il museo tra le 16.00 e le 18.00.

La durata media della visita è fra i 30 e i 60 minuti (59%) e tra i 60 minuti e le 2 ore (24%). Meno frequenti le visite inferiori ai 30 minuti (9%) e più lunghe di 2 ore (6%).

Per ciò che attiene alle motivazioni, la visita viene svolta, nella maggior parte dei casi, in quanto parte di un percorso turistico (59%), per un interesse specifico circa la raccolta museale (35%), per trascorrere del tempo libero (21%), per un interesse di studio o professionale (12%).

I soggetti giungono al Museo dello Spedale del Ceppo in parte anche dopo aver visitato gli altri musei della rete civica comunale, quali il Museo Civico d'arte antica (32%), oppure dopo aver visitato altre istituzioni museali della città (12%).

Molto elevato il livello di soddisfazione generale circa l'esperienza di visita effettuata: l'82% dei visitatori dichiara di essere molto soddisfatto, mentre il 15% 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 76% molto buona e al 24% abbastanza buona; relativamente all'allestimento (luci, collocazione opere) è all'82% molto buona e al 18% abbastanza buona; relativamente alla cortesia e competenza del personale è all'88% molto buona e al 3% abbastanza buona; relativamente alla segnaletica esterna funzionale a raggiungere il museo è al 41% molto buona, al 29% abbastanza buona e al 35% poco o per nulla buona.

Il 62% dei visitatori che hanno risposto al questionario proviene da una diversa provincia italiana, mentre il 12% dalla provincia di Pistoia. Il restante 21% della totalità proviene, infine, da uno Stato estero, come ad esempio Gran Bretagna, Polonia e Belgio.

Fra coloro che rispondono, il 59% sono donne e il 38% sono uomini.

Il 44% dei visitatori ha un'età compresa tra 46 e 65 anni, il 21% più di 65 anni, il 21% tra 31 e 45 anni e il restante 12% tra 18 e 30 anni.

Il 65% dei visitatori è laureato e il 29% è in possesso del diploma delle scuole secondarie di secondo grado. Il restante 6% possiede il diploma delle scuole secondarie di primo grado.

Alle domande aperte, previste dal questionario, risponde una percentuale di visitatori pari al 42% del totale.

Tra i giudizi, le osservazioni ed i suggerimenti espressi, spiccano gli apprezzamenti riguardanti il teatrino anatomico (18%), l'ambientazione, le collezioni degli strumenti chirurgici e il restauro degli spazi museali.

Inoltre, riscuote livelli alti di gradimento l'allestimento multimediale ed interattivo, che arricchisce la visita veicolando informazioni di supporto e approfondimento.

Per ciò che concerne il materiale di supporto alla visita, viene molto apprezzato sia il filmato che illustra la storia dell'ex ospedale psichiatrico delle Ville Sbertoli, sia la guida cartacea del museo, nonché la traduzione in lingua inglese dei supporti informativi.

Viene infine confermato l'alto gradimento, già riscontrato nelle risposte chiuse del questionario, per la professionalità e la cortesia del personale di sala.

Per il futuro, i visitatori raccomandano, inoltre, un incremento delle raccolte, l'unificazione del percorso museale con il teatrino anatomico, di cui si auspica un'operazione di restauro, ulteriori informazioni di supporto alla visita su storia e materiali esposti (anche tramite schede e/o video narrati in loco e/o sul sito), una pubblicazione a stampa specifica sul fregio robbiano. Un visitatore segnala che, prima

di giungere nell'angolo relativo alla storia del dispositivo dell'elettroshock, potrebbe essere utile inserire un avviso (*trigger warning*) per avvertire i visitatori del contenuto potenzialmente sensibile o traumatizzante che potrebbero incontrare.

Viene infine giudicata insufficiente la promozione del museo.

Resta alto, tuttavia, il gradimento complessivo per l'esperienza di visita.

In conclusione, 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 come l'unità di osservazione che emerge sia costituita da visitatori che, nella maggioranza dei casi, vengono al museo per la prima volta prevalentemente in coppia. La visita si svolge, in maggior parte (47%), nelle ore della mattina e del pranzo (10.00-14.00), come parte di una visita turistica più ampia della città (59%), comprendente spesso anche altri musei appartenenti alla rete civica comunale (32%), nonché alcune delle altre istituzioni museali cittadine (12%).

Una certa rilevanza nel campione di analisi la assumono, inoltre, le visite motivate da un interesse specifico circa la raccolta museale (35%) e quelle spinte da interessi di studio o professionali (12%). Una propensione dovuta probabilmente alla peculiare natura del Museo dello Spedale del Ceppo, votato ad un'utenza di provenienza locale, di tipo scolastico o professionale, che fruisce del museo in maniera periodica e ripetuta. Per le medesime ragioni, anche per quanto riguarda i canali informativi utilizzati dai visitatori, spicca una spiccata preferenza nei confronti di Internet. La visita, in sintesi, viene preparata dai visitatori con anticipo e in modo approfondito.

#### 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 di genere femminile (59%), con un'età media compresa tra i 46 e gli over 65 anni (65%) ed in possesso di un titolo di studio elevato.

Il campione di analisi appare inoltre composto anche da soggetti con un'età compresa tra 18 e 30 anni (12%). Tale fascia di età, relativamente giovane, è probabilmente ascrivibile alla vocazione educativa del Museo dello Spedale del Ceppo, che rientra nella categoria dei musei scientifici.

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 elevato.

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.

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.

#### 4.2. L'INDAGINE QUANTITATIVA: L'ANALISI DEI DATI DI INGRESSO

Il pubblico che nel 2024 ha visitato il Museo dello Spedale del Ceppo è stato di 7.108 unità, con un picco di affluenza che si è verificato soprattutto nei mesi di aprile (12%), ottobre (12%), agosto (10%) e maggio (9,5%).

Analizzando le specifiche tipologie di biglietti venduti nel 2024, è possibile notare come il pubblico sia composto in modo particolare da visitatori di età inferiore a 18 anni, pari al 5,8% della totalità.

Particolarmente rappresentata anche l'utenza costituita da gruppi turistici organizzati,<sup>1</sup> pari al 6,6% della totalità del pubblico

---

<sup>1</sup> Ai fini dell'applicazione della tariffa ridotta, vengono considerati gruppi quelli composti da almeno quindici persone.

Nel 2024 le classi in visita sono state pari al 4%, mentre gli studenti universitari, che al pari delle scuole usufruiscono di un biglietto di ingresso gratuito, sono stati il 4,6% della totalità.

Esigua infine la percentuale dei pistoiesi che hanno usufruito della tariffa ridotta per i residenti (0,6%), mentre gli ingressi gratuiti per permessi speciali sono stati pari al 28,7%.

In via generale, analizzando il numero degli ingressi del 2024, il Museo dello Spedale del Ceppo ha registrato un trend positivo di crescita, con un incremento del numero delle presenze del 10% rispetto ai 6.419 ingressi del 2023.

#### 4.3. L'INDAGINE QUALITATIVA: L'ANALISI DEL *GUEST BOOK*

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 ("Bella scoperta, grazie!", "Museo e collezioni molto interessanti, torneremo!").

Un elevato livello di gradimento, già riscontrato nei questionari, viene espresso per la competenza e la cortesia del personale del museo ("Personale molto preparato").

Molto apprezzato anche l'allestimento interattivo e multimediale del Museo dello Spedale del Ceppo, che accresce il potenziale informativo dei tradizionali sussidi informativi alla visita ("Molto interessante e bene allestito e spiegato").

## 5. MUSEO DEL NOVECENTO E DEL CONTEMPORANEO DI PALAZZO FABRONI

### 5.1. L'INDAGINE QUANTITATIVA: IL QUESTIONARIO

Il pubblico che ha visitato il Museo del Novecento e del Contemporaneo di Palazzo Fabroni nell'anno 2024 è stato di 3.528 unità.

I questionari compilati e restituiti al personale del museo, nel medesimo intervallo di tempo, sono stati 26.

Il 57% dei soggetti visita il Museo di Palazzo Fabroni per la prima volta, apprendendo dell'esistenza dell'istituzione tramite Internet (57%), oppure perché già a conoscenza dell'esistenza del museo (7%), oppure casualmente "passando davanti al museo" (21%), utilizzando il canale informativo di pieghevoli o locandine (14%), oppure seguendo le indicazioni di amici e parenti (7%). A specifica domanda il 29% dei soggetti dichiara di conoscere già il sito web o i profili social dei Musei Civici di Pistoia.

La visita è stata svolta, nella maggior parte dei casi, in coppia (43%). Seguono le visite in compagnia di parente e amici (29%), assieme a figli e altri familiari (14%) e quelle effettuate da soli (7%).

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 14.00 e le 16.00 (36%), le 12.00 e le ore 14.00 (29%), tra le 16.00 e le 18.00 (21%) e tra le 10.00 e le 12.00 (7%).

La durata media della visita è fra i 30 e i 60 minuti (43%) e tra i 60 minuti e le 2 ore (36%). Meno frequenti le visite inferiori a 30 minuti (14%).

Per ciò che attiene alle motivazioni, la visita viene svolta, nella maggior parte dei casi, in quanto parte di un percorso turistico (50%); il 29% dichiara di aver visitato il museo per trascorrere del tempo libero, il 14% è mosso per interesse specifico alla raccolta museale, e il rimanente 14% per visitare una mostra o partecipare ad una iniziativa.

I soggetti giungono al Museo di Palazzo Fabroni in massima parte dopo aver visitato gli altri musei della rete civica comunale, quali il Museo Civico d'arte antica (64%) e/o il Museo dello Spedale del Ceppo (64%), oppure dopo aver visitato altre istituzioni museali della città (29%).

Molto buono il livello di soddisfazione generale circa l'esperienza di visita effettuata: il 29% dei visitatori dichiara di essere molto soddisfatto, mentre il 36% 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 36% molto buona, al 29% abbastanza buona e al 28% poco o per niente buona; relativamente all'allestimento (luci, collocazione opere) è al 43% molto buona e al 43% abbastanza buona; relativamente alla cortesia e competenza del personale è all'86% molto buona e al 7% abbastanza buona; relativamente alla segnaletica esterna del museo è al 50% abbastanza buona, al 21% poco o per niente buona e al restante 21% molto buona.

Il 29% dei visitatori che hanno risposto al questionario proviene dalla provincia di Pistoia e il 64% da una diversa provincia italiana. Il restante 1% della totalità proviene, infine, da uno Stato estero.

Fra coloro che rispondono, il 57% sono uomini e il 36% sono donne.

Il 64% dei visitatori ha un'età compresa tra 46 e 65 anni, il 21% tra 31 e 45 anni.

Il 79% dei visitatori è laureato e il 14% è in possesso del diploma delle scuole secondarie di secondo grado.

Alle domande aperte, previste dal questionario, risponde una percentuale di visitatori pari al 35% del totale.

Tra i giudizi, le osservazioni ed i suggerimenti espressi, spiccano gli apprezzamenti riguardanti l'ambientazione (terrazza, palazzo, salone), l'allestimento del giardino e il restauro degli spazi museali. Molto apprezzata inoltre la qualità delle opere esposte, dell'allestimento e l'eleganza del palazzo.

Di contro, i visitatori richiedono inoltre, per il periodo estivo, un sistema adeguato di climatizzazione delle sale (68%), maggiori informazioni di supporto alla visita, una guida del museo da acquistare, l'incremento del percorso e delle attività espositive, e in città, una cartellonistica più adeguata.

Resta alto, tuttavia, il gradimento complessivo per l'esperienza di visita.

In conclusione, 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 come l'unità di osservazione che emerge sia costituita da visitatori che, nella maggioranza dei casi, vengono al museo per la prima volta (58%), prevalentemente in coppia (43%). La visita si svolge, in maggior parte, nelle ore della tarda mattina e del primo pomeriggio (12.00-16.00), per visitare una mostra o partecipare ad una iniziativa in corso. Una propensione motivata probabilmente dalla

peculiare natura del museo, votato anche ad un'utenza di provenienza locale, che fruisce del museo in maniera ripetuta in occasione di eventi speciali.

Oltre al Museo di Palazzo Fabroni, il pubblico dichiara spesso di aver visitato anche altri musei appartenenti alla rete civica comunale, in particolar modo il Museo Civico d'arte antica e il Museo dello Spedale del Ceppo (64%), nonché altre istituzioni museali cittadine.

#### 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 di genere maschile, con un'età media compresa tra i 46 e i 65 anni ed in possesso di un titolo di studio elevato.

Il campione di analisi appare inoltre composto in modo rilevante anche da soggetti con un'età compresa tra 31 e 45 anni.

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 livelli molto buoni 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 elevato.

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.

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, in cui emergono ripetute osservazioni relative alla climatizzazione nei periodi estivi.

## 5.2. L'INDAGINE QUANTITATIVA: L'ANALISI DEI DATI DI INGRESSO

Il pubblico che nel 2024 ha visitato il Museo del Novecento e del Contemporaneo di Palazzo Fabroni è stato di 3.528 unità, con un picco di affluenza che si è verificato soprattutto nei mesi di maggio (17%), aprile (15%) e marzo (12%).

Analizzando le specifiche tipologie di biglietti venduti, è possibile notare come sia particolarmente rappresentata l'utenza di tipo scolastico: nel 2024 le classi in visita, con e senza l'accompagnamento guidato direttamente organizzato e predisposto dal museo, sono state rispettivamente il 12% e il 7%. Inoltre, gli studenti universitari, che al pari delle scuole usufruiscono di un biglietto di ingresso gratuito, sono stati il 3,2% della totalità.

Esigua la percentuale di pistoiesi che hanno usufruito della tariffa ridotta (2,3%), mentre molto rilevante è quella degli ingressi gratuiti in occasione delle iniziative e delle aperture straordinarie (53%).

In via generale, analizzando il numero degli ingressi, il Museo del Novecento e del Contemporaneo di Palazzo Fabroni ha registrato nel 2024 una lieve flessione rispetto all'anno precedente (4.103).

## 5.3. L'INDAGINE QUALITATIVA: L'ANALISI DEL *GUEST BOOK*

Analogamente a quanto già emerso dai questionari, anche tramite il *guest book* i visitatori esprimono buoni livelli di soddisfazione e apprezzamento generali per l'esperienza di visita ("Bellissima e interessante, grazie").

Un elevato livello di gradimento, già riscontrato nei questionari, viene espresso per la competenza e la cortesia del personale del museo ("Grazie al personale").

Molto apprezzato l'allestimento del giardino e delle sale dedicate alla collezione permanente ("Bellissimo giardino e museo").

Così come nelle risposte alle domande aperte del questionario, anche nel *guest book* i visitatori richiedono tuttavia che siano allestite nuove mostre temporanee negli spazi al secondo piano ("Avrei voluto visitare tutto il museo ma il secondo piano era chiuso per mancanza di nuove mostre").

## 6. MUSEI CIVICI DI PISTOIA

### 6.1 L'ANALISI DELL'UTENZA ONLINE: IL SITO WEB\*

A partire dal 2018 è online all'indirizzo <http://musei.comune.pistoia.it/> il sito web istituzionale dei Musei Civici di Pistoia, realizzato dal Comune di Pistoia grazie al finanziamento della Regione Toscana sul Piano della Cultura 2017/bando destinato ai musei ed ecomusei di rilevanza regionale.

Il Museo Civico d'arte antica in Palazzo Comunale, il Museo dello Spedale del Ceppo, il Museo del Novecento e del Contemporaneo di Palazzo Fabroni e la Casa-studio Fernando Melani, identificati attraverso un unico logo, vengono così promossi anche attraverso il sito web dedicato, il quale, in un'ottica di *audience development* e di *audience engagement*, estende ulteriormente le potenzialità informative e partecipative delle quattro realtà museali civiche, sia per il pubblico già interessato alla visita che per quello potenziale.

L'intento perseguito dal portale è rendere più efficace il messaggio comunicativo e restituire, in ultimo, una sensazione di vicinanza e familiarità ai temi oggetto delle collezioni civiche. Ciò contribuisce ad avvicinare il pubblico e il non pubblico all'esperienza di visita dei Musei Civici di Pistoia e, conseguentemente, ad un godimento più pieno del patrimonio collettivo e delle opportunità culturali da questi ultimi offerte.

Allo scopo di consentire il monitoraggio e la definizione dei contenuti del sito in linea con le richieste e le preferenze dei visitatori, già in fase di progettazione sono stati attivati strumenti di analisi delle statistiche di accesso al portale e delle modalità di utilizzo e navigazione dello stesso.

\* Per motivi tecnici relativi alla gestione dei dati personali da parte dei servizi esterni di analisi dei siti web, sono attualmente in corso di verifica nuove modalità di acquisizione, raccolta e analisi delle informazioni. Pertanto, i dati di *web analytics* del sito dei Musei Civici per l'anno 2024 non risultano al momento disponibili.

### 6.2 L'ANALISI DELL'UTENZA ONLINE: LE PAGINE FACEBOOK

Il sito web dei Musei Civici di Pistoia è affiancato dalla corrispondente pagina Facebook (@museicivicipistoia), che supporta la strategia comunicativa dei musei comunali nei confronti dell'utenza online, estendendone la portata informativa e partecipativa.

Utilizzando lo strumento di analisi fornito dal social, analogamente a quanto fatto con il sito web, è possibile estrapolare utili informazioni per la profilazione degli utenti e la comprensione del loro grado di coinvolgimento nei confronti dei contenuti della pagina Facebook.

#### Il pubblico

Analizzando le caratteristiche demografiche dell'utenza, è possibile notare come i *follower* della pagina, 1.349 in totale (con un incremento del 6% rispetto al 2023), sia composto prevalentemente da donne (il 66% del totale), con un'età compresa tra i 35 e i 44 anni (19%), tra i 45 e i 54 (16%), tra i 25 e i 34 (8%) e tra i 55 e i 64 (13%). Seguono follower di genere femminile con più di 65 anni (8%) e tra i 18 e i 24 anni (1%). Gli uomini (il 33% del totale dei *follower*) hanno un'età compresa tra i 45 e i 54 (8%), tra i 35 e i 44 anni (8%) e tra i 55 e i 64 anni (7%). Seguono fan di genere maschile con più di 65 anni (6%), tra i 25 e i 34 (4%) e tra i 18 e i 24 anni (1%).

La provenienza geografica dei *follower* della pagina è quasi esclusivamente italiana (97%) e, più nello specifico, toscana, con una netta preponderanza di soggetti pistoiesi (35%).

#### Il comportamento

Per ciò che concerne il comportamento, ovvero la reazione dei soggetti nei confronti dei contenuti della pagina, è possibile valutare alcuni aspetti di insieme.

Nel corso del 2024 la pagina è stata visitata 2.905 volte (+6%, attestandosi fino a un totale di 1.194 'Mi piace' (con un incremento del 3% rispetto al 2023) provenienti per la massima parte da soggetti che hanno volutamente cercato e visitato la pagina.

Inoltre, per ciò che riguarda le persone raggiunte, Facebook stima in circa 24.755 il numero di coloro che hanno visualizzato i contenuti della pagina nel 2024, con un picco che è stato raggiunto in corrispondenza dei mesi primaverili.

In merito ai canali di incremento del traffico online dei Musei Civici di Pistoia, va menzionato il rilevante apporto derivante dalla specifica pagina Facebook di Palazzo Fabroni, che, a partire dal mese di dicembre 2019, si è aggiunta al novero degli strumenti comunicativi a disposizione della rete civica museale. La pagina di Palazzo Fabroni porta in dote un bacino di utenza di tutto rilievo, composto da un numero cospicuo di *follower* (2.092; +4,2% dall'anno precedente), ai quali nel 2024 si sono aggiunti i circa 49.565 soggetti raggiunti dai contenuti della pagina (+57%). Poiché tale pubblico appare contraddistinto da caratteristiche demografiche e di provenienza geografica del tutto simili a quelle dell'utenza della pagina Facebook dei Musei Civici,

risultando composto prevalentemente da giovani donne di provenienza locale, non va trascurato l'effetto di risonanza e di sommatoria esistente tra i due diversi strumenti social a disposizione dei Musei Civici di Pistoia.

Significativo anche il totale delle visite del 2024 (2.629; + 16%), che hanno visto un generale picco di incremento nel mese di maggio.

Dalla disamina dei dati emerge come la categoria degli utenti della pagina Facebook dei Musei Civici di Pistoia – così come quella degli utenti della pagina Facebook di Palazzo Fabroni – sia costituita prevalentemente da soggetti italiani di provenienza locale. L'utenza delle due pagine, inoltre, risulta composta soprattutto da donne, con un'età media più bassa rispetto a quella dei reali visitatori dei Musei Civici.

In generale, si tratta di soggetti attratti dai contenuti museali, con una buona propensione al coinvolgimento. Un'utenza che potrebbe dunque rivelarsi di notevole importanza per la messa in atto di strategie e dinamiche di allargamento e diversificazione dello stesso pubblico museale.

### 6.3 L'ANALISI DELL'UTENZA ONLINE: IL PROFILO INSTAGRAM

Nell'agosto 2022 i Musei Civici hanno inaugurato un nuovo mezzo di comunicazione social, dotandosi di un apposito profilo Instagram (@museicivicipistoia). Questo strumento è stato da allora utilizzato con regolarità per la creazione di post e storie inerenti le collezioni, opere, artisti, attività ed eventi promossi.

Entro l'anno 2022 il canale contava 478 *follower* e nell'arco del 2024 ha raggiunto i 1235 *follower* (+158%) con una copertura totale di 19.664 persone per 362 interazioni. Questo pubblico è costituito principalmente da donne (61%), distribuite in modo abbastanza omogeneo tra le fasce comprese tra i 35-44 anni (29%) e i 25-24 anni (27%), un po' meno sono quelle nella fascia tra i 45-54 anni (18%). Il bacino geografico di riferimento è costituito dall'Italia (91%), con percentuali tuttavia rilevabili negli Stati Uniti (2%) e Francia (0,8%). Le città di provenienza dei *follower* risulta ovviamente Pistoia (15%), seguita da una cospicua percentuale da Firenze (8%), Roma (6%), Prato e Siena (entrambe 2,2%).

### 6.4 L'ANALISI DELL'UTENZA ONLINE: GOOGLE E ALTRI SITI DI RECENSIONI

Un'altra importante fonte di informazioni è offerta da Google e da altri siti di raccolta di recensioni, quali Tripadvisor e Altraopinione.org. Analizzando valutazioni e commenti

dei visitatori emerge per i Musei Civici un quadro molto positivo e in crescita. Il Museo Civico di Arte antica è valutato su *Google* 4.3 su 5, con 13 recensioni e alcuni commenti che manifestano grande apprezzamento sia delle collezioni sia del palazzo - "sale impressionanti", "museo interessante sia per l'architettura del palazzo che per le opere in esso contenute. Molto bella la collezione dei dipinti medievali", "bellissime opere d'arte antiche" - nonostante le condizioni non sempre ottimali della visita, dovute al mancato rinnovamento di allestimento e impianti ("l'illuminazione non è sempre perfetta [...] alcune stanze sono quasi impraticabili dal caldo, serve accendere un po' d'aria condizionata"). Su *Tripadvisor*, lo stesso museo è il primo tra i musei della città secondo la classifica dei visitatori con 107 preferenze, 4 commenti e una valutazione di 4.0 su 5, nonché 15° tra le 160 attività censite dal sito per Pistoia. Anche *Altraopinione.org* offre un quadro positivo con 64 recensioni e 40 commenti, che mettono in risalto il valore storico del museo in relazione alla città, evidente anche dall'esterno: "Fa parte della storia della città e ospita una interessante raccolta di arte locale e toscana", "museo civico, ricco di testimonianze storiche", "Prima di entrare [...] soffermatevi e godetevi l'androne e le sculture in esso esposte".

Identica è la valutazione raggiunta su *Google* da Palazzo Fabroni, ossia 4.4 su 5, ma maggiore è il numero di recensioni, ben 32 con 44 commenti: da sottolineare che numerose persone hanno visitato il museo più volte "ogni volta si è ripetuta un'esperienza emozionale", manifestando talora grandissimo entusiasmo "è un luogo magico dove ci si riconcilia con il mondo" sia per le opere di pittura, che per sculture e fotografie; apprezzamenti anche per le mostre temporanee e per il personale "gentile e socievole". Il museo è al 3° posto tra i musei su *Tripadvisor*, con 21 recensioni e un punteggio di 4.5 su 5: anche da questo sito emerge la ricorrenza delle visite nel tempo da parte dell'utenza, attirata dalle mostre; apprezzamenti per il giardino e la "splendida cornice del palazzo", recuperato grazie al "restauro accurato", ed è significativa la crescita in senso positivo maturata dal museo nel corso degli anni dalla sua definitiva apertura. Il quadro positivo è confermato da *altraopinione.org* con 113 recensioni e 48 commenti.

Infine, il Museo dello Spedale del Ceppo spicca per il numero altissimo di recensioni su *Google*, ben 164 con una valutazione media di 4.4 su 5, emergendo come museo molto amato dai visitatori anche per la sua originalità e la chiarezza dell'allestimento:

"affascinante", "molto allestito bene e molto toccante", "particolare, ben strutturato", "molto intuitivo", "impressionante esposizione", "veramente originale e finalmente diverso dai soliti", con apprezzamento per il personale "appassionato" e con "grande conoscenza del luogo in un inglese perfetto e raffinato". Su *Tripadvisor* l'Ospedale del Ceppo stranamente non è censito tra i musei, ma figura tra le attività da fare a Pistoia, raggiungendo quasi il podio: è infatti al 4° posto su 174 attività, con un punteggio di 4.5 su 5 e 5 nuove recensioni che, analogamente a quanto già rilevato, mostrano particolare apprezzamento per l'originalità e la particolarità delle collezioni del museo, dalla facciata iconica, grazie al loggiato e al fregio robbiano che da solo "vale la visita". Numeri importanti anche su *Altraopinione.org*, con 1287 recensioni e 94 commenti.

Per ciò che riguarda il canale di provenienza, inoltre, come già evidenziato, le due pagine Facebook, il profilo Instagram e il sito web dei Musei Civici dimostrano di saper operare in stretta sinergia. Tutti gli strumenti sono infatti capaci di potenziarsi in modo reciproco, generando e indirizzando il traffico degli utenti l'uno a diretto vantaggio dell'altro, nella prospettiva ultima di una positiva ricaduta anche in termini di *audience development* degli utenti dei musei comunali.

## 7. CONSIDERAZIONI FINALI E PROSPETTIVE DI SVILUPPO

A livello di analisi generale emerge come l'intera rete dei Musei Civici di Pistoia abbia registrato, nel 2024, un numero di presenze totali (16.628 ingressi) in lieve flessione rispetto al 2023 (17.384), restando quindi all'interno di un trend positivo, dopo la spinta propulsiva post-pandemica registrata nel 2021 e nel 2022, e dunque confermando una propensione alla crescita e allo sviluppo.

La predisposizione del biglietto cumulativo per i tre musei civici (con l'esclusione della Casa-studio Fernando Melani, ad ingresso gratuito) ha ulteriormente rafforzato negli ultimi anni il complesso museale, capace di veicolare, se fruito nella sua interezza, un messaggio narrativo quanto mai completo e interconnesso circa l'evoluzione storico-artistico compiuta dalla città di Pistoia nel corso dei secoli.

Le differenti peculiarità che caratterizzano i visitatori delle tre istituzioni museali, contraddistinti da attributi socio-demografici e di provenienza geografica, nonché da motivazioni e modalità fruibili non del tutto sovrapponibili, induce pertanto a raccomandare una sempre più decisa promozione del biglietto cumulativo. Come già evidenziato, ciascuna delle tre istituzioni può divenire un significativo volano nei confronti delle altre due.

Infatti, se i musei dello Spedale del Ceppo e di Palazzo Fabroni appaiono contraddistinti in misura maggiore da un'utenza di provenienza locale, indirizzata perlopiù verso una fruizione periodica e ripetuta, di tipo scolastico o professionale, oppure legata ad eventi speciali per la città, come l'inaugurazione di mostre temporanee, i visitatori del Museo Civico d'arte antica, al contrario, mostrano di appartenere maggiormente alla categoria dei turisti.

Non andrebbe pertanto trascurato il rilevante contributo alla crescita del pubblico museale derivante da una ancor più insistita promozione del biglietto cumulativo: rafforzare le strategie di rete consentirebbe agli istituti museali di promuoversi virtuosamente l'un con l'altro, creando le premesse per un significativo allargamento della fruizione complessiva.

Efficaci sinergie per l'incremento dell'utenza museale possono essere messe in atto anche valorizzando ulteriormente l'effettiva portata e risonanza, nei confronti dei visitatori reali dei musei, dei due canali di comunicazione online, grazie ai quali, a partire dal 2018, i musei comunali vengono ulteriormente promossi, in un'ottica di *audience development* e di *audience engagement*.

Gli utenti del sito web, delle due pagine Facebook e del profilo Instagram a disposizione dei Musei Civici di Pistoia dimostrano, infatti, di essere soggetti attratti dai contenuti museali con una buona propensione al coinvolgimento: un'utenza che potrebbe rivelarsi di notevole importanza per la messa in atto di strategie e dinamiche di allargamento dello stesso pubblico reale. Gli strumenti a disposizione, sito web, profili Facebook e Instagram, sono inoltre capaci di potenziarsi in modo reciproco, creando le premesse per una positiva ricaduta, in termini di *audience development*, sul pubblico degli stessi musei comunali.

## APPENDICE - TABELLE E GRAFICI

**Tabella 1 - Profilo socio-demografico dei visitatori del Museo Civico d'arte antica di Pistoia, anno 2024**

<b>Genere</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Maschile	9	33%
Femminile	16	59%
<b>Età</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Meno di 18 anni	1	4%
tra 18 e 30	1	4%
Tra 31 e 45	8	30%
Tra 46 e 65	12	44%
Più di 65	3	11%
<b>Titolo di studio</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Elementare	0	0%
Medie inferiori	2	7%
Diploma medie superiori	12	45%
Laurea o titoli post-laurea	11	41%
<b>Luogo di Provenienza</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Provincia di Pistoia	7	26%
Altra provincia italiana	11	41%
Estero	7	26%

**Tabella 2 - Modalità di fruizione museale e canali informativi dei visitatori del Museo Civico d'arte antica di Pistoia, anno 2024**

<b>Prima volta al museo</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Sì	24	89%
No	2	7%
<b>Durata della visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Meno di 30 minuti	3	11%
Da 30 minuti a 1 ora	15	56%
Da 1 ora a 2 ore	8	30%
Più di 2 ore	0	0%
<b>Orario della visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
10.00-12.00	7	26%
12.00-14.00	2	8%
14.00-16.00	0	0%
16.00-18.00	2	8%
<b>Con chi è stata effettuata la visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Da soli	6	22%
In coppia	11	44%
Con la famiglia (figli)	5	18%
Con parenti/amici	4	15%
In gruppo organizzato	0	0%
<b>Quali altri musei della rete civica sono stati visitati</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Museo Civico d'arte antica		
Palazzo Fabroni	1	3%
Museo dello Spedale del Ceppo	5	22%
<b>Quali altri musei della città sono stati visitati</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Museo di Palazzo Rospigliosi	1	3%
Altro	6	22%

<b>Come si è venuti a conoscenza del museo</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Da pubblicazione o guida	2	7%
Da amici o parenti	2	7%
Attraverso Internet	6	22%
Da pieghevole o locandina	2	7%
Da un articolo su giornale	0	0%
Da radio/TV	0	0%
Casualmente, passando davanti	11	40%
Conoscevo già il museo	2	7%
Altro	1	4%
<b>Conoscenza pregressa del sito o della pagina social dei Musei Civici</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Sì	4	15%
No	23	85%

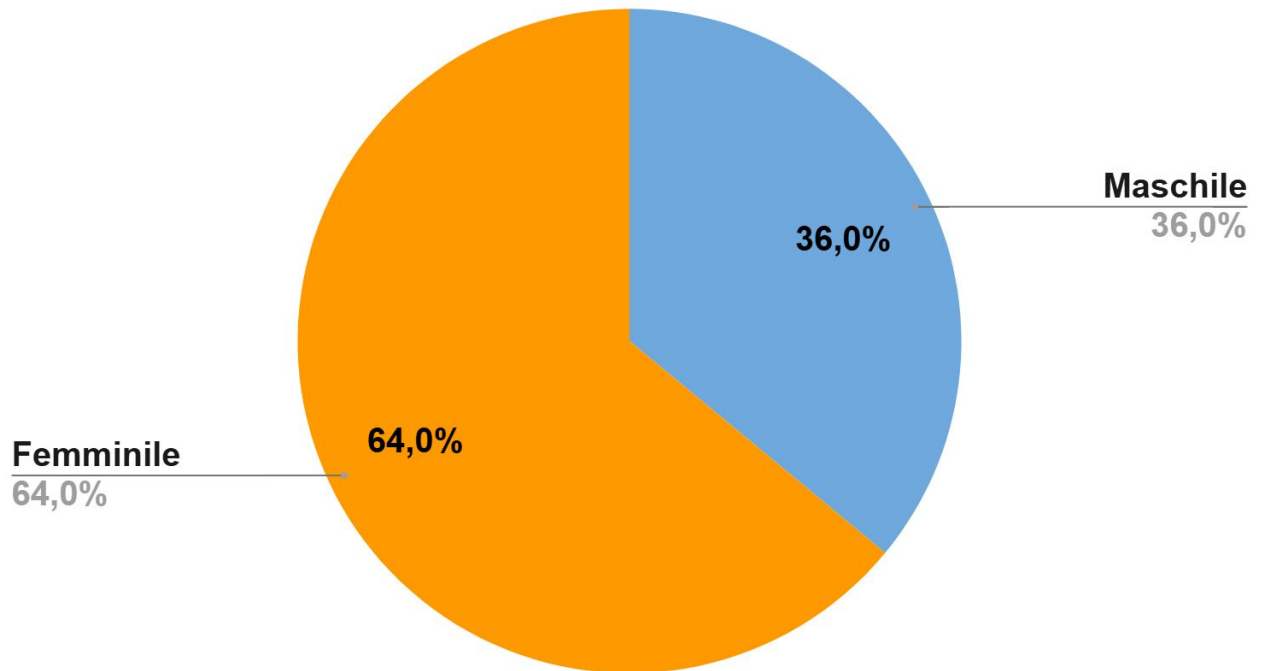
**Tabella 3 - Motivazioni, soddisfazione generale e gradimento per i servizi dei visitatori del Museo Civico d'arte antica di Pistoia, anno 2024**

<b>Motivo della visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Interesse specifico sulla raccolta	2	7%
Parte di una visita turistica della città/zona	12	43%
Interesse di studio/professionale	3	10%
Per accompagnare amici/conoscenti	1	4%
Per visitare una mostra o partecipare a una iniziativa	3	11%
Per trascorrere del tempo libero	6	21%
Altro	1	4%
<b>Soddisfazione generale della visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	0	0%
Poco soddisfatto	2	7%
Abbastanza soddisfatto	5	19%
Molto soddisfatto	19	70%
<b>Soddisfazione per i materiali informativi (schede, pannelli, didascalie)</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	0	0%
Poco soddisfatto	4	15%
Abbastanza soddisfatto	11	41%
Molto soddisfatto	10	37%
<b>Soddisfazione per l'allestimento (luci, collocazione opere)</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	2	7%
Poco soddisfatto	3	11%
Abbastanza soddisfatto	9	41%
Molto soddisfatto	11	33%
<b>Soddisfazione per la cortesia e competenza del personale</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	0	0%
Poco soddisfatto	0	0%

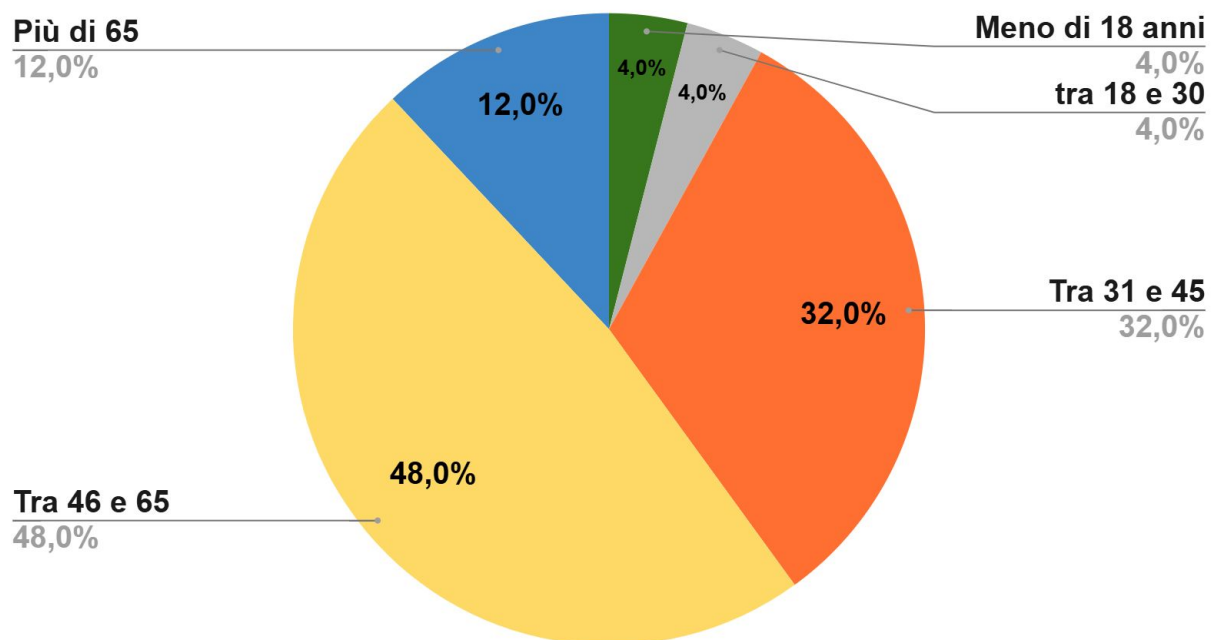
Abbastanza soddisfatto	4	15%
Molto soddisfatto	21	78%
<b>Soddisfazione per le indicazioni segnaletiche e i cartelli per raggiungere il museo</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	3	11%
Poco soddisfatto	2	7%
Abbastanza soddisfatto	10	37%
Molto soddisfatto	10	37%

# MUSEO CIVICO D'ARTE ANTICA

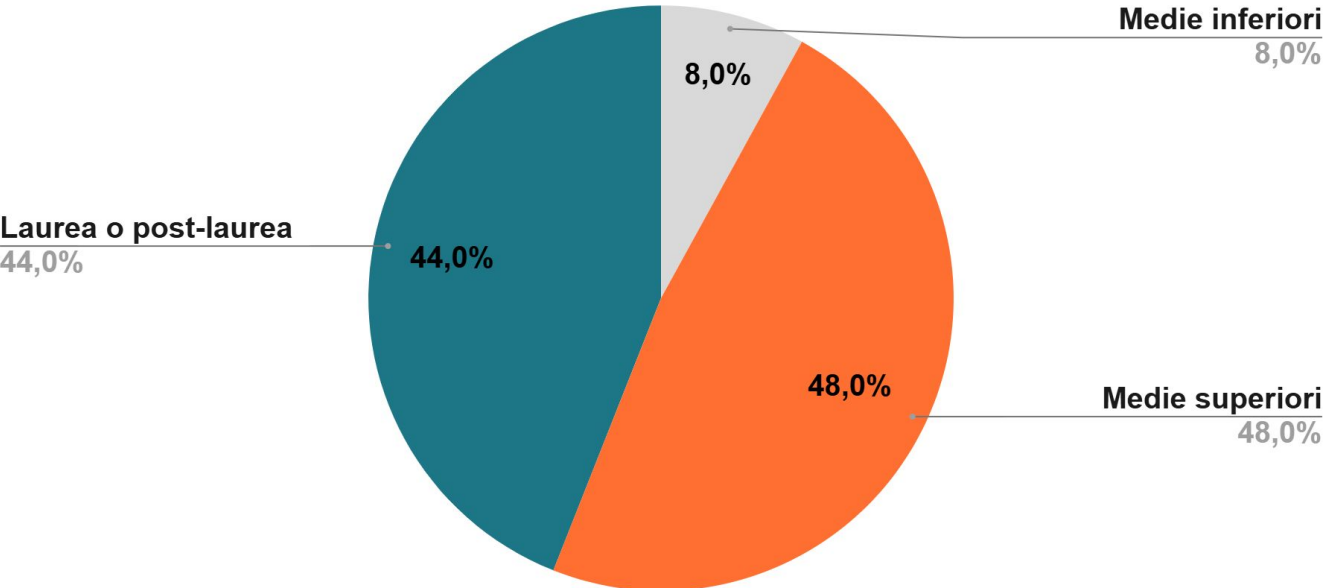
## Genere dei visitatori



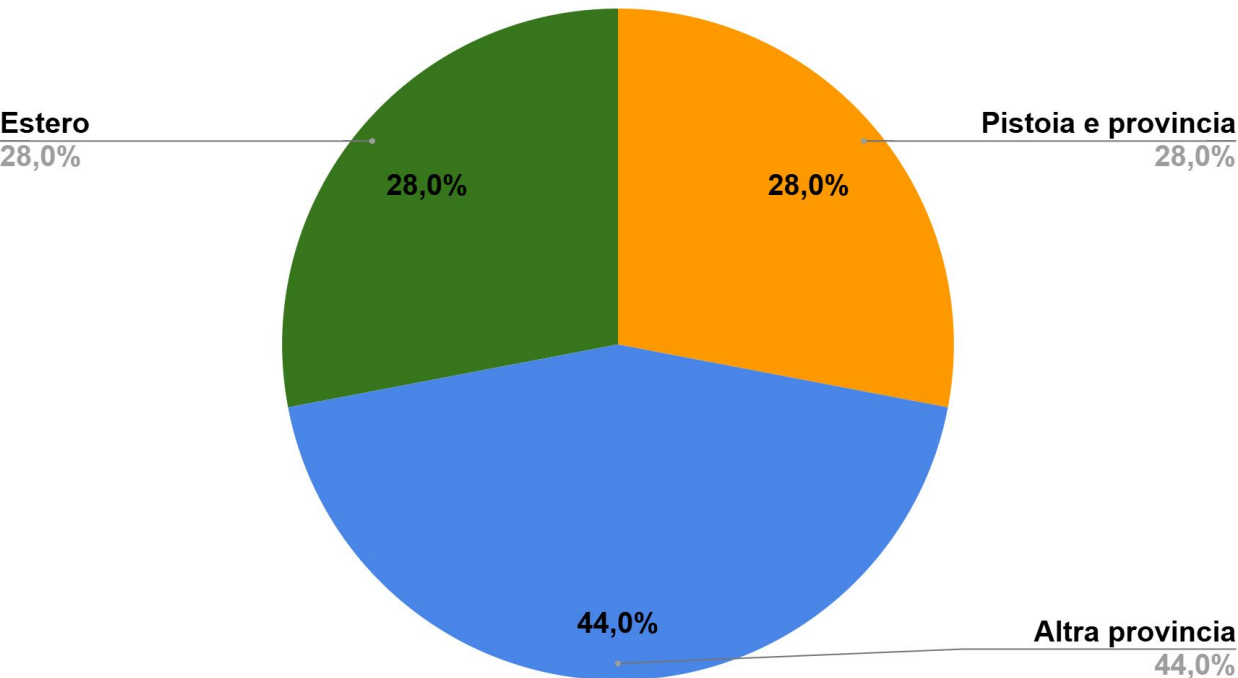
## Età dei visitatori



**Titolo di studio dei visitatori**



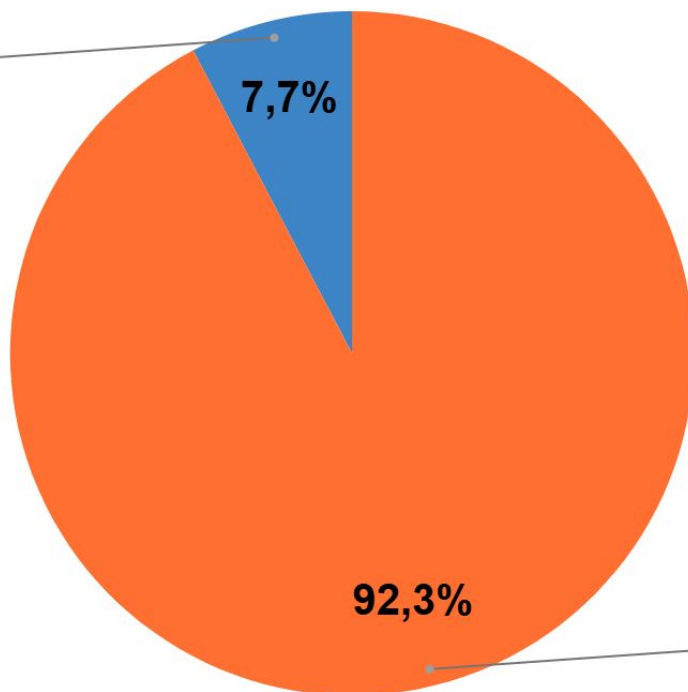
**Provenienza dei visitatori**



## Prima volta al museo

No

7,7%



Sì

92,3%

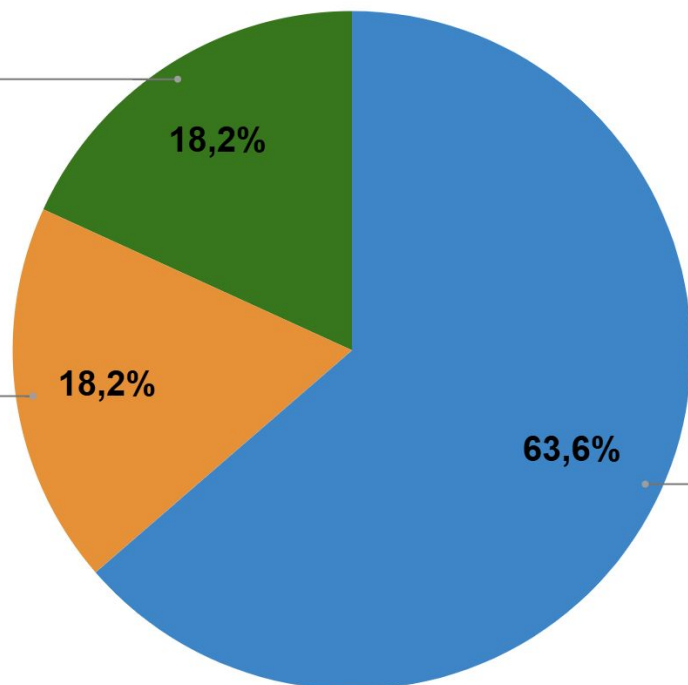
## Orario della visita

16.00-18.00

18,2%

12.00-14.00

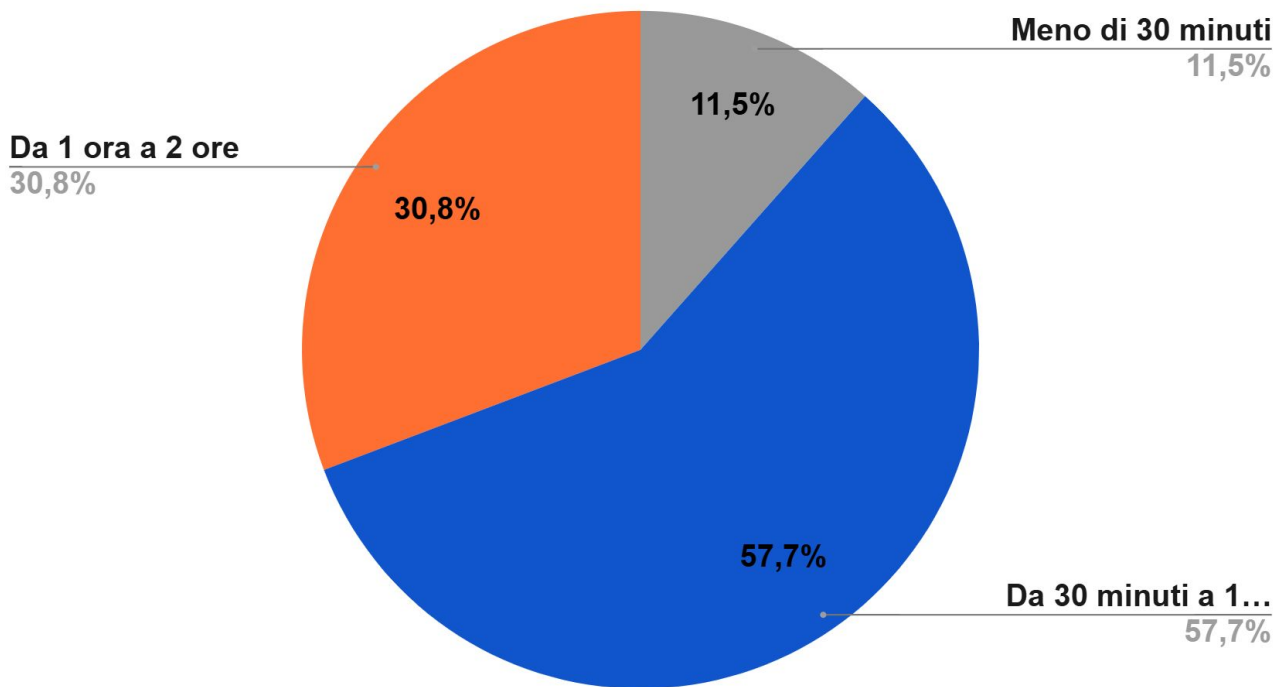
18,2%



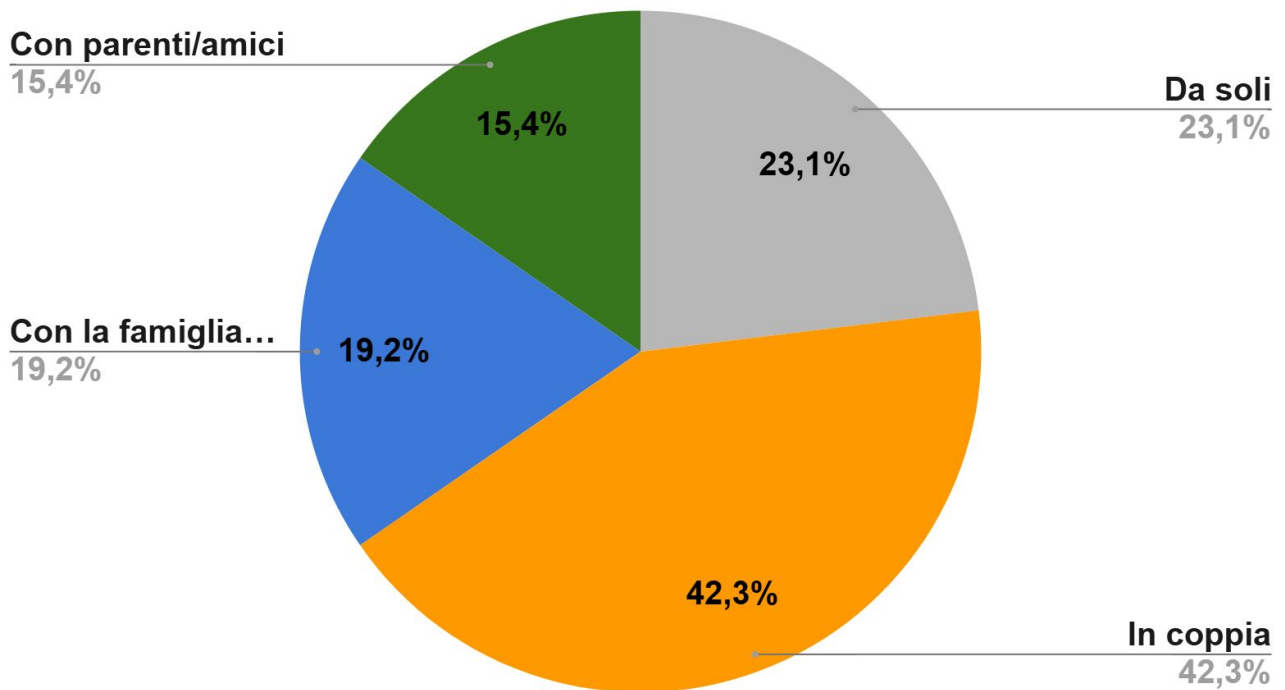
10.00-12.00

63,6%

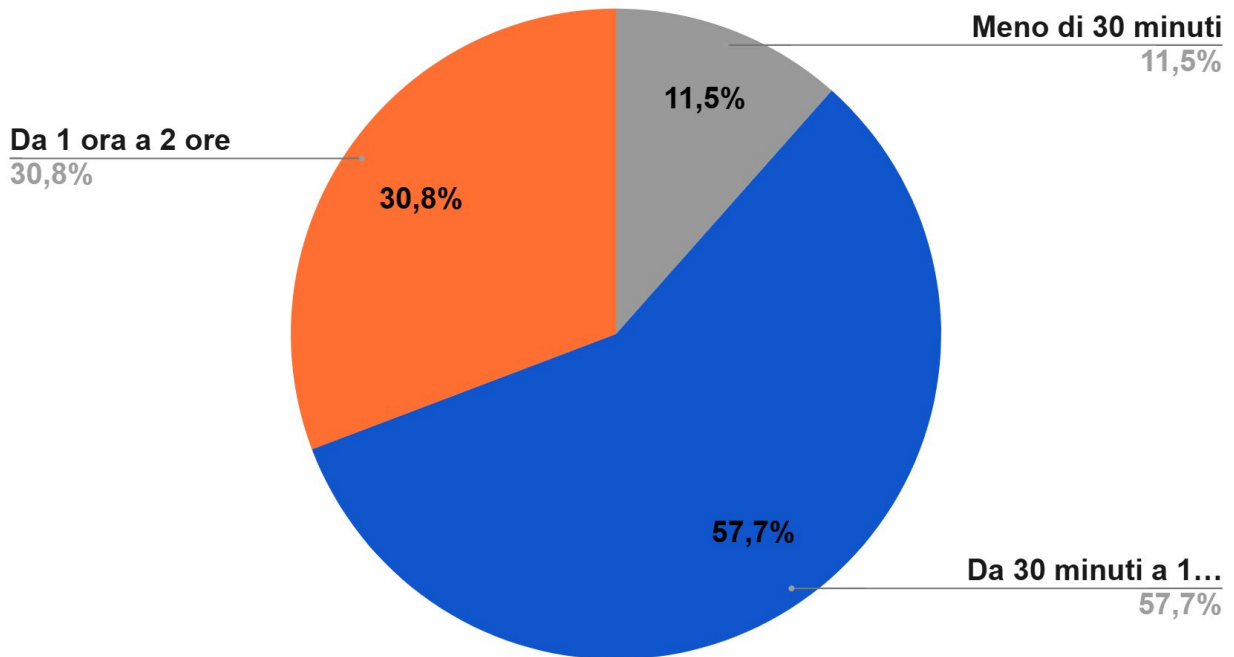
## Durata della visita



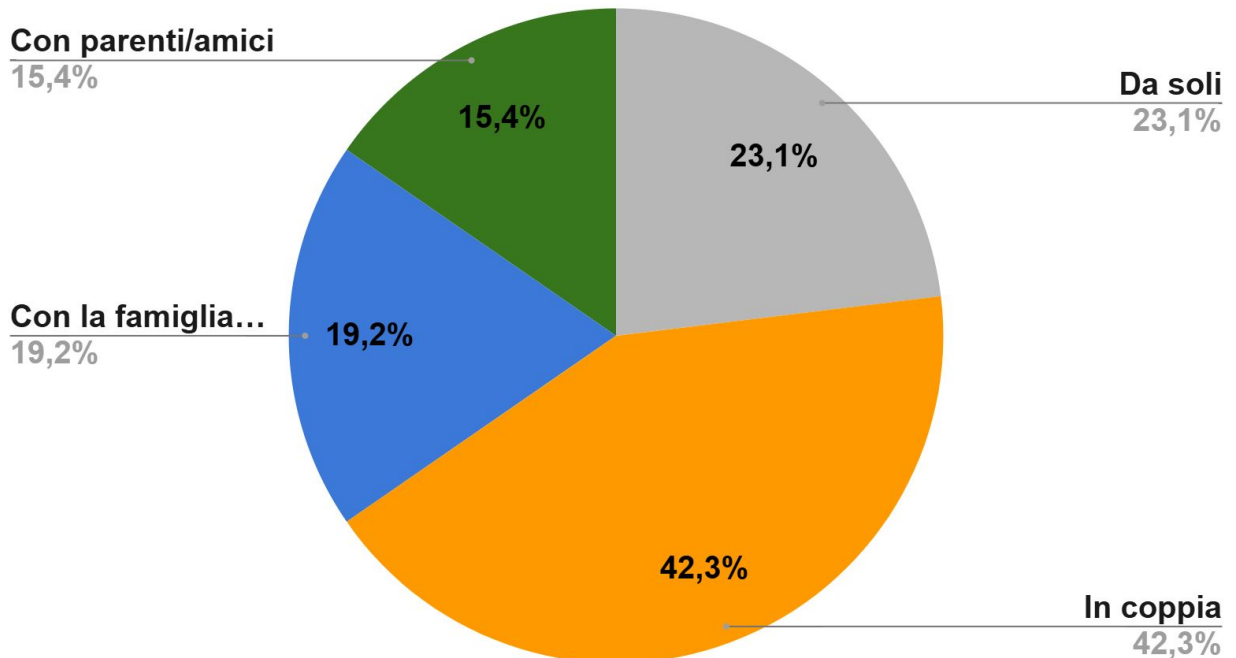
## Con chi è stata effettuata la visita



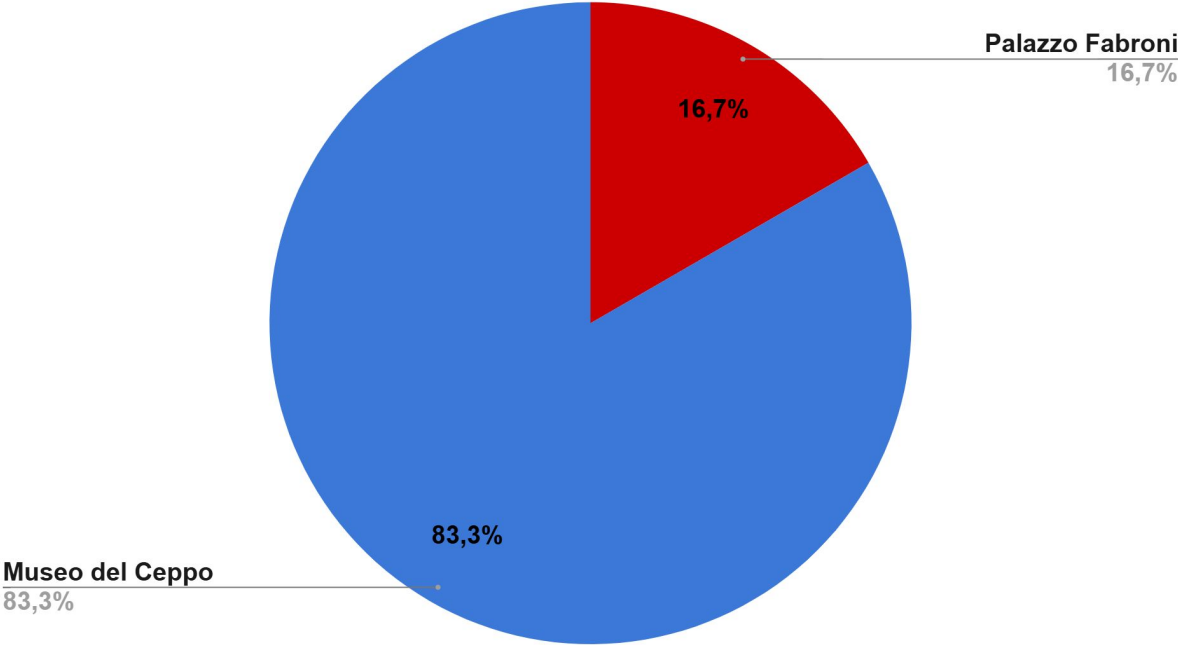
## Durata della visita



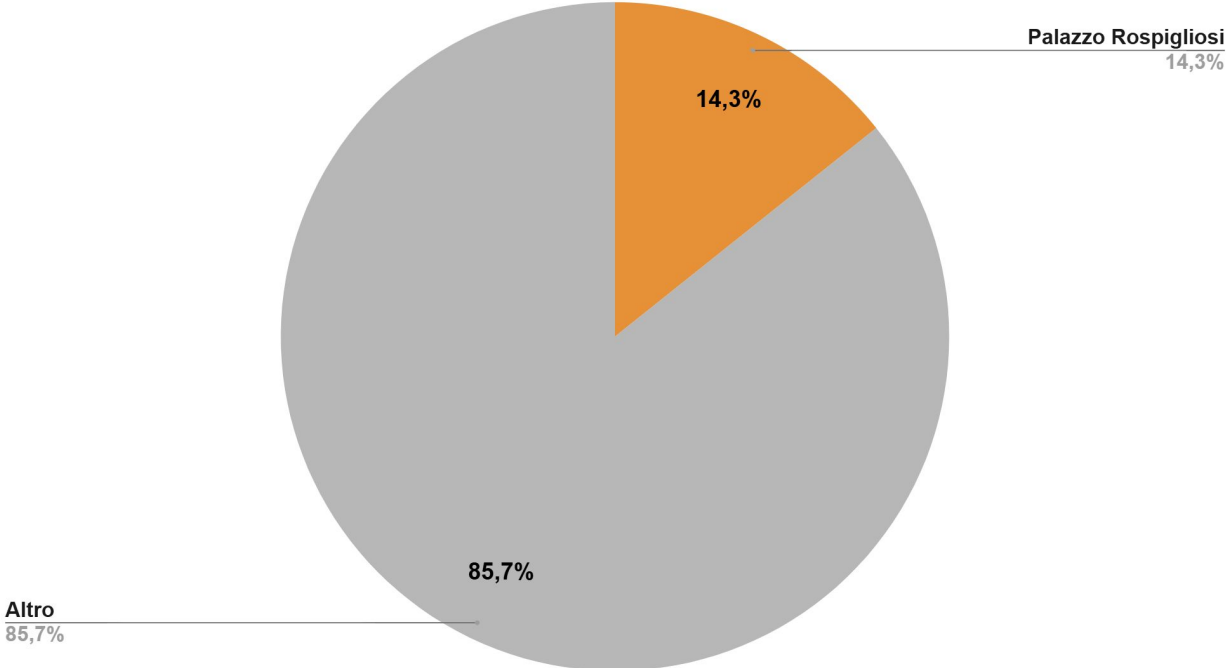
## Con chi è stata effettuata la visita



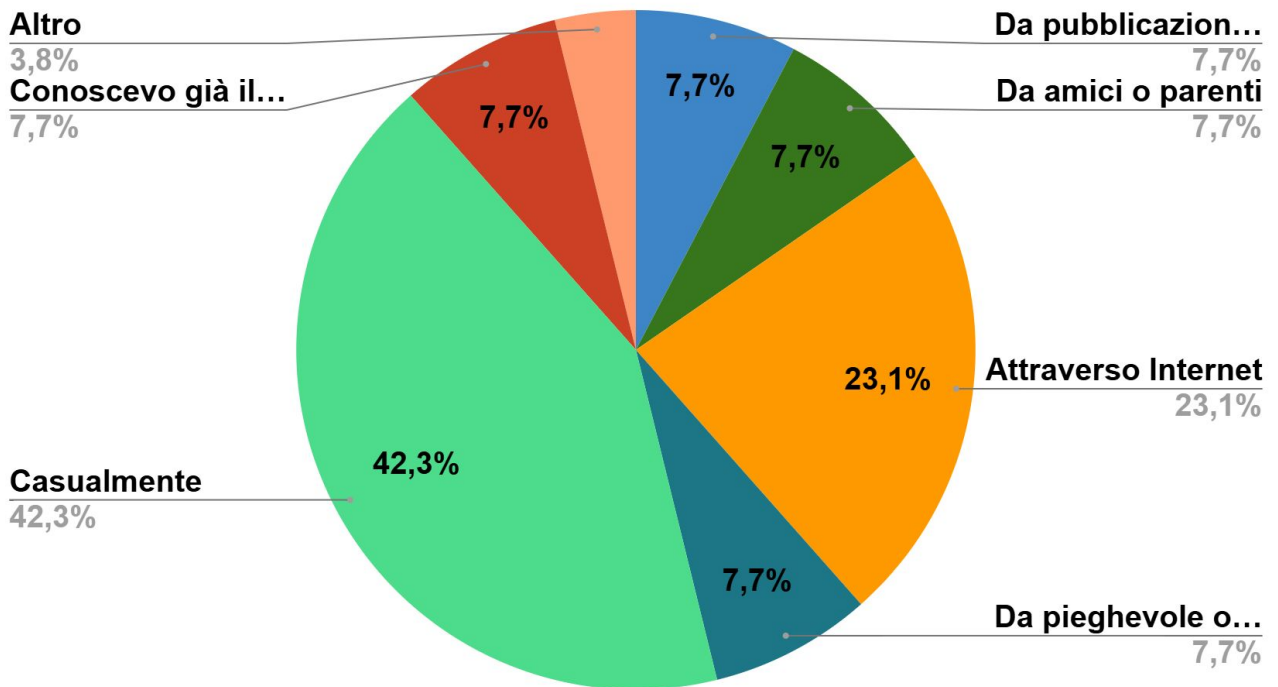
**Altri musei della rete civica visitati**



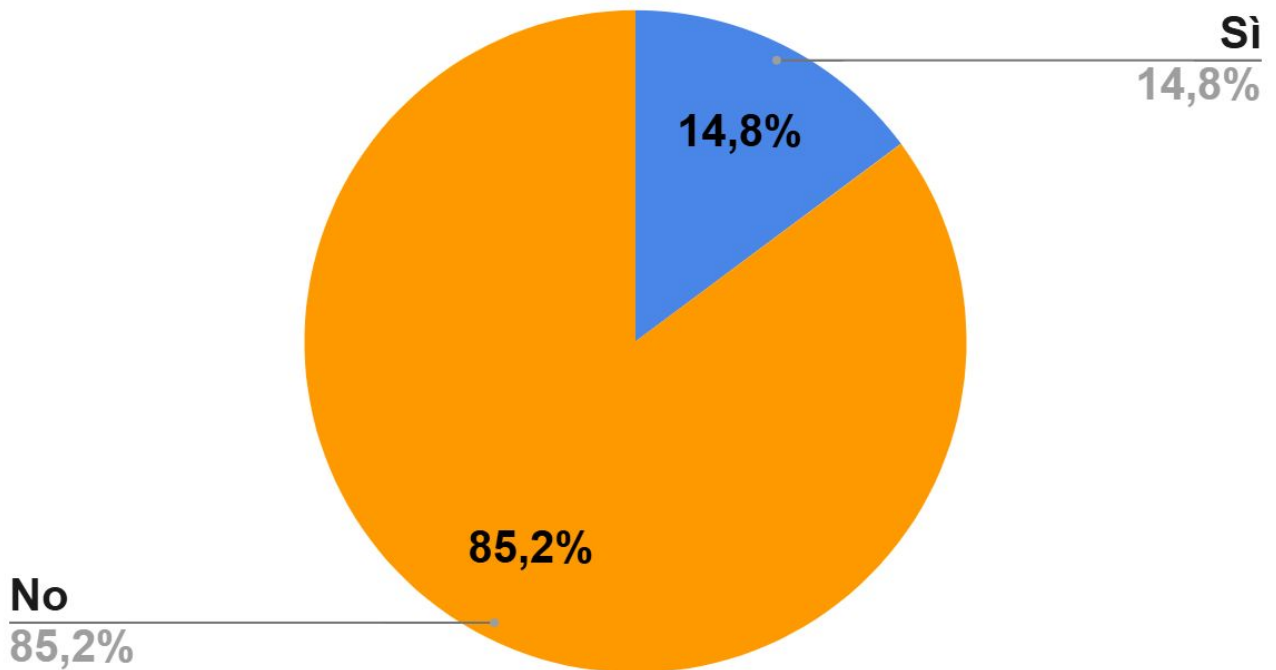
**Altri musei della città visitati**



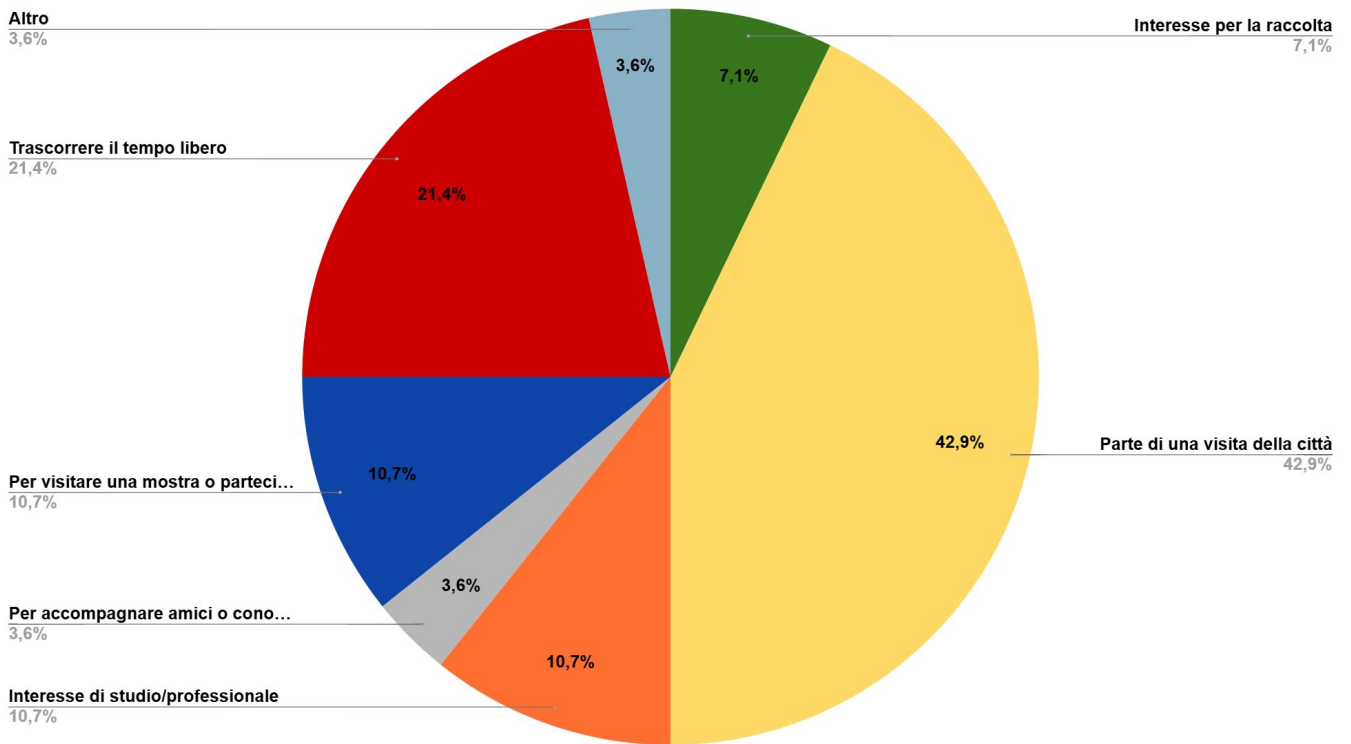
## Canali informativi



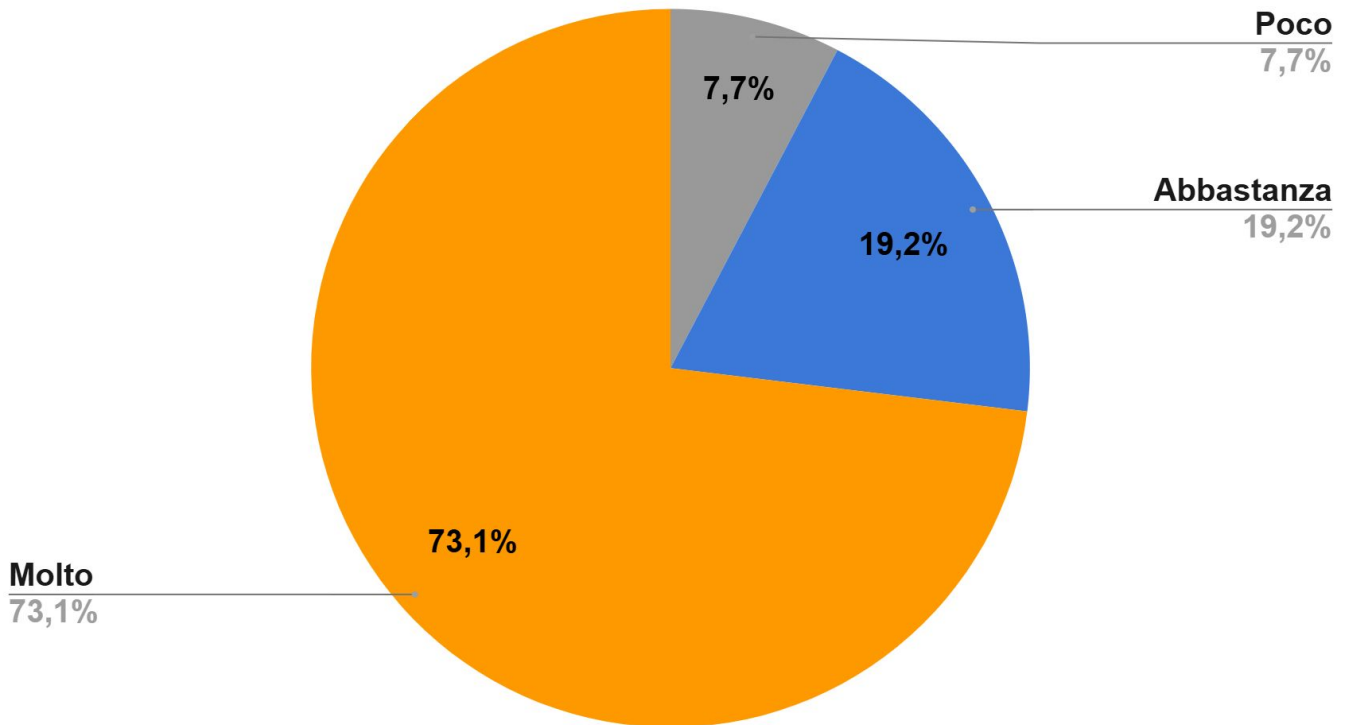
## Conoscenza sito o social



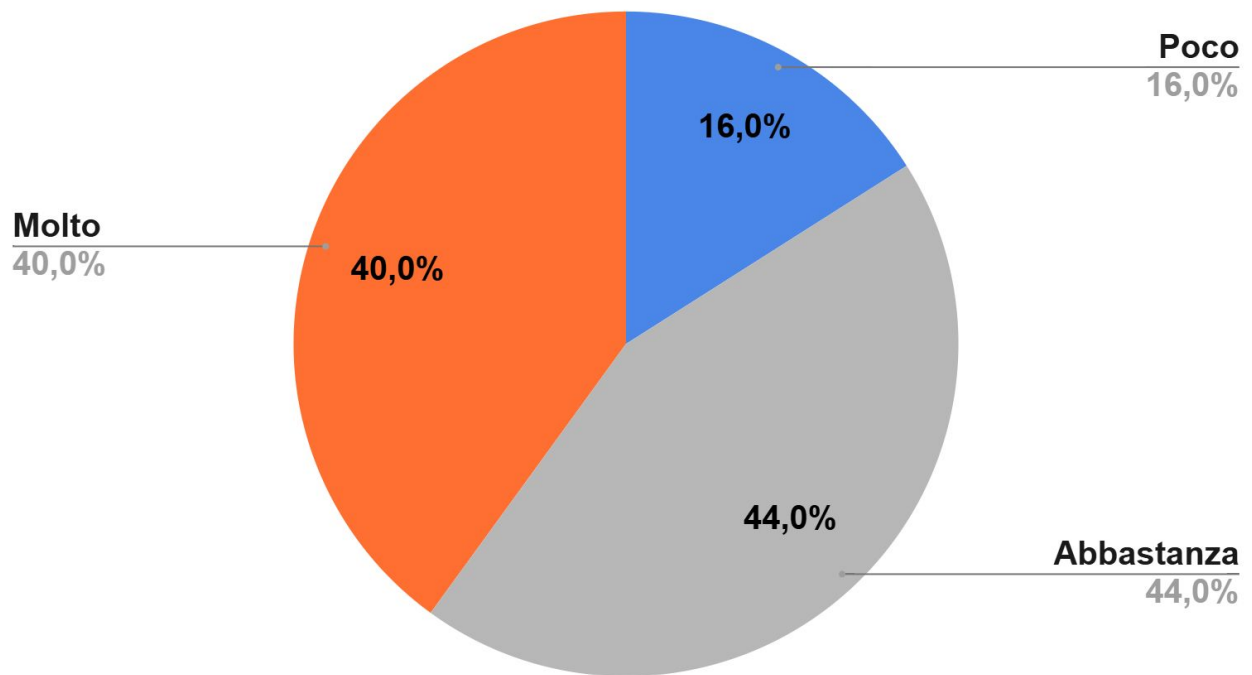
## Motivo della visita



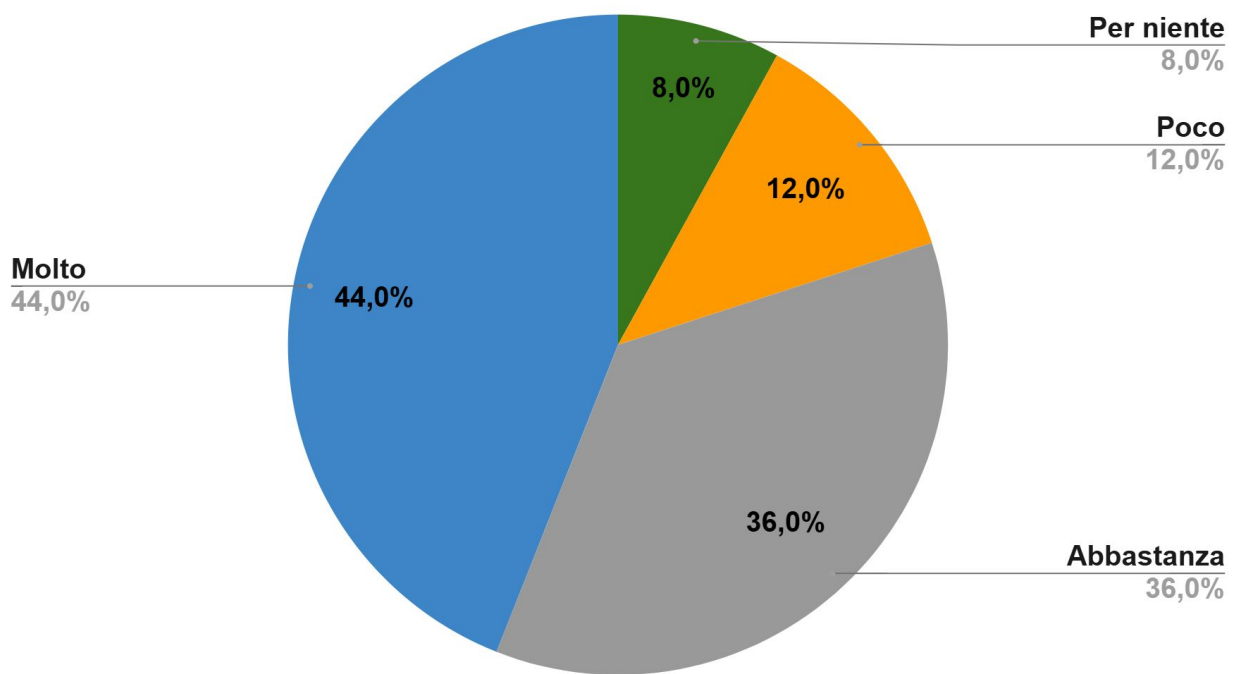
## Soddisfazione generale



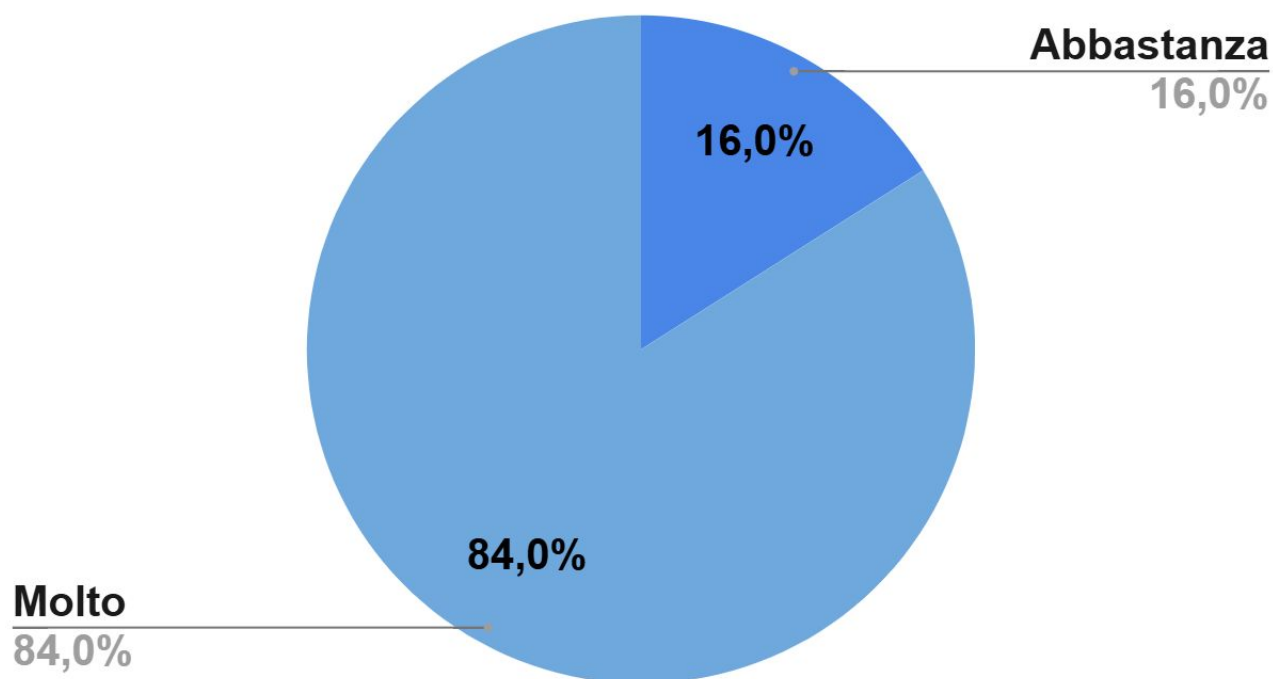
### Soddisfazione per materiali informativi



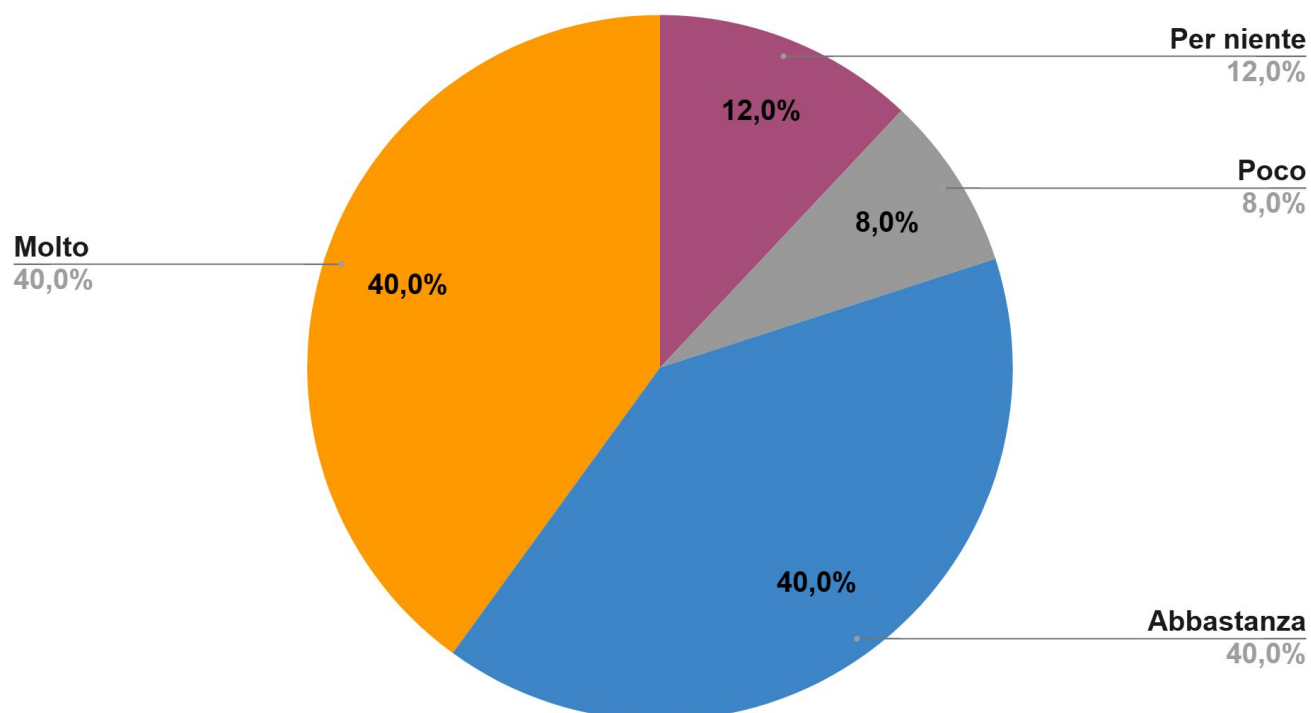
### Soddisfazione per l'allestimento



## Soddisfazione per il personale



## Soddisfazione per segnaletica e cartelli



**Tabella 4 - Profilo socio-demografico dei visitatori del Museo dello Spedale del Ceppo di Pistoia, anno 2024**

<b>Genere</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Maschile	13	38%
Femminile	20	59%
<b>Età</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Meno di 18 anni	1	3%
tra 18 e 30	4	12%
Tra 31 e 45	7	21%
Tra 46 e 65	15	44%
Più di 65	7	21%
<b>Titolo di studio</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Elementare	0	0%
Medie inferiori	2	6%
Diploma medie superiori	10	29%
Laurea o titoli post-laurea	22	65%
<b>Luogo di Provenienza</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Provincia di Pistoia	4	12%
Altra provincia italiana	21	62%
Estero	7	21%

**Tabella 5 - Modalità di fruizione museale e canali informativi dei visitatori del Museo dello Spedale del Ceppo di Pistoia, anno 2024**

<b>Prima volta al museo</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Sì	33	97%
No	1	3%
<b>Durata della visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Meno di 30 minuti	3	9%
Da 30 minuti a 1 ora	20	59%
Da 1 ora a 2 ore	8	24%
Più di 2 ore	2	6%
<b>Orario della visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
10.00-12.00	9	26%
12.00-14.00	7	21%
14.00-16.00	3	9%
16.00-18.00	4	12%
<b>Con chi è stata effettuata la visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Da soli	7	21%
In coppia	12	35%
Con la famiglia (figli)	3	9%
Con parenti/amici	8	24%
In gruppo organizzato	2	6%
<b>Quali altri musei della rete civica sono stati visitati</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Museo Civico d'arte antica	11	32%
Palazzo Fabroni	0	0%
Museo dello Spedale del Ceppo	/	/
<b>Quali altri musei della città sono stati visitati</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Museo di Palazzo Rospigliosi	1	3%
Altro	3	9%

<b>Come si è venuti a conoscenza del museo</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Da pubblicazione o guida	5	15%
Da amici o parenti	3	9%
Attraverso Internet	16	47%
Da pieghevole o locandina	0	0%
Da un articolo su giornale	0	0%
Da radio/TV	0	0%
Casualmente, passando davanti	4	12%
Conoscevo già il museo	4	12%
Altro	5	15%
<b>Conoscenza pregressa del sito o della pagina social dei Musei Civici</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Sì	7	21%
No	22	65%

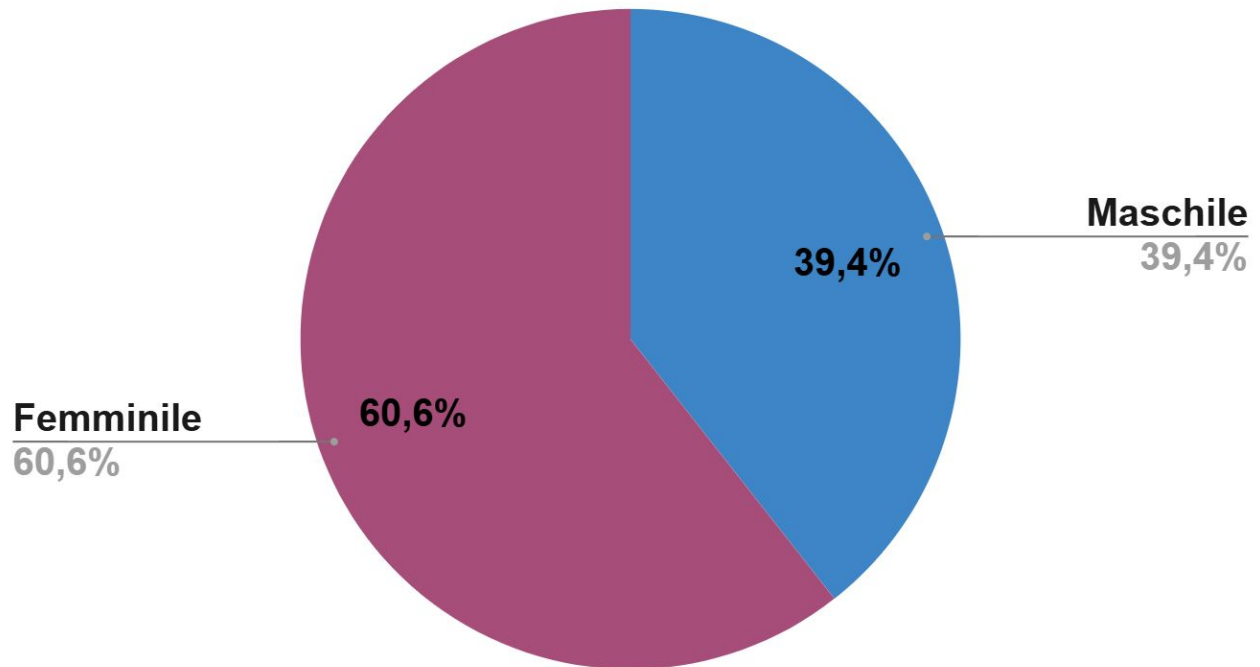
**Tabella 6 - Motivazioni, soddisfazione generale e gradimento per i servizi dei visitatori del Museo dello Spedale del Ceppo di Pistoia, anno 2024**

<b>Motivo della visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Interesse specifico sulla raccolta	12	35%
Parte di una visita turistica della città/zona	20	59%
Interesse di studio/professionale	4	12%
Per accompagnare amici/conoscenti	0	0%
Per visitare una mostra o partecipare a una iniziativa	0	0%
Per trascorrere del tempo libero	7	21%
Altro	0	0%
<b>Soddisfazione generale della visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	0	0%
Poco soddisfatto	1	3%
Abbastanza soddisfatto	5	15%
Molto soddisfatto	28	82%
<b>Soddisfazione per i materiali informativi (schede, pannelli, didascalie)</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	0	0%
Poco soddisfatto	1	3%
Abbastanza soddisfatto	8	24%
Molto soddisfatto	26	76%
<b>Soddisfazione per l'allestimento (luci, collocazione opere)</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	1	3%
Poco soddisfatto	0	0%
Abbastanza soddisfatto	6	18%
Molto soddisfatto	28	82%

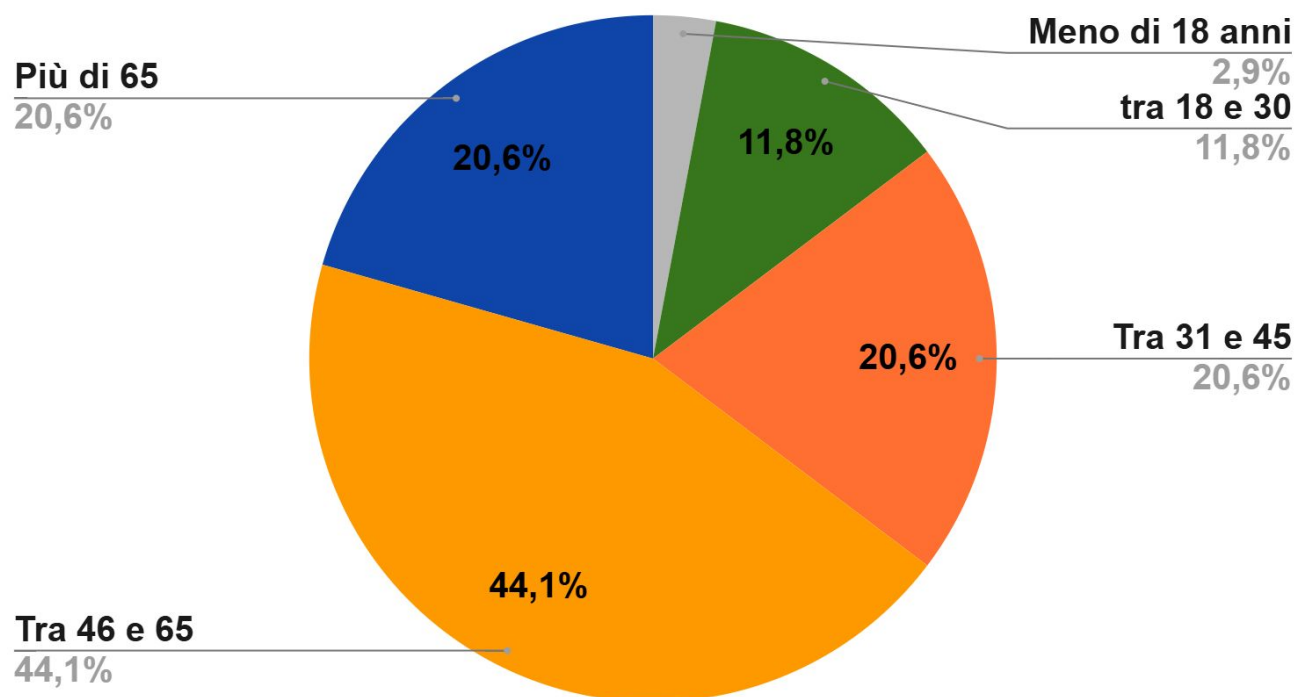
<b>Soddisfazione per la cortesia e competenza del personale</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	0	0%
Poco soddisfatto	0	0%
Abbastanza soddisfatto	1	3%
Molto soddisfatto	30	88%
<b>Soddisfazione per le indicazioni segnaletiche e i cartelli per raggiungere il museo</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	3	9%
Poco soddisfatto	9	26%
Abbastanza soddisfatto	10	29%
Molto soddisfatto	14	41%

# MUSEO DEL CEPPO

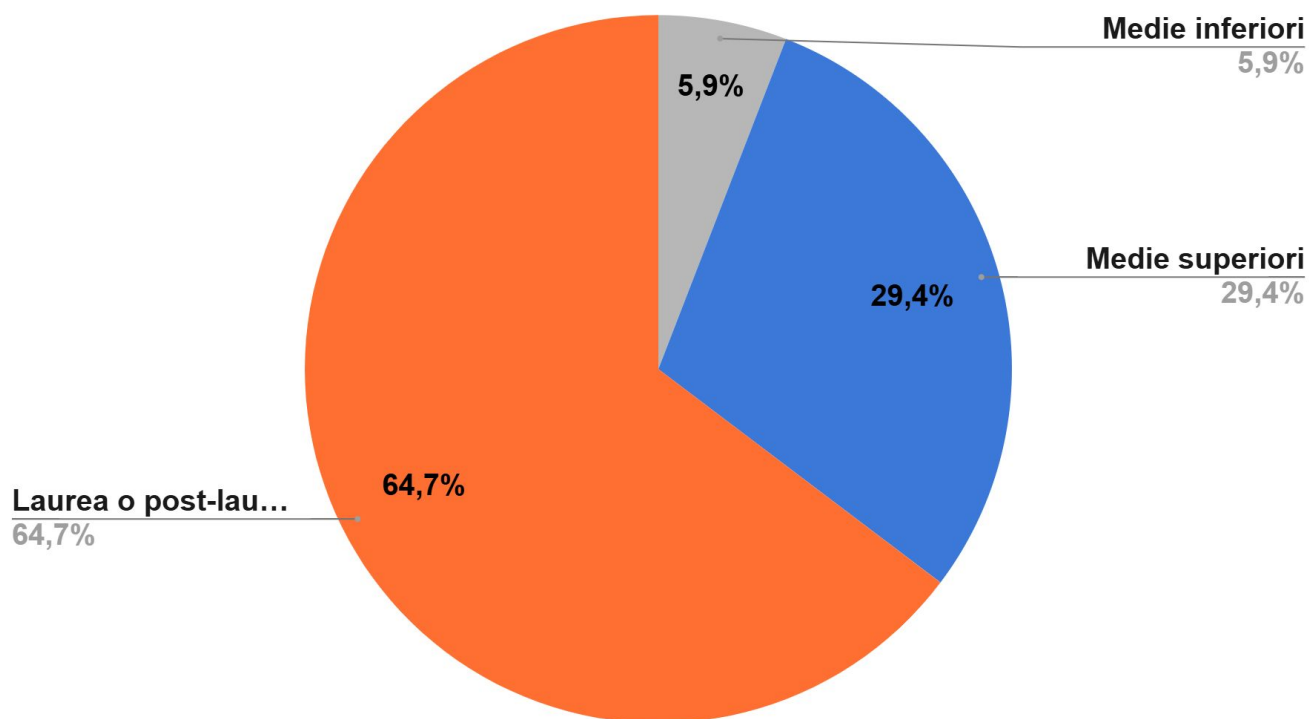
## Genere dei visitatori



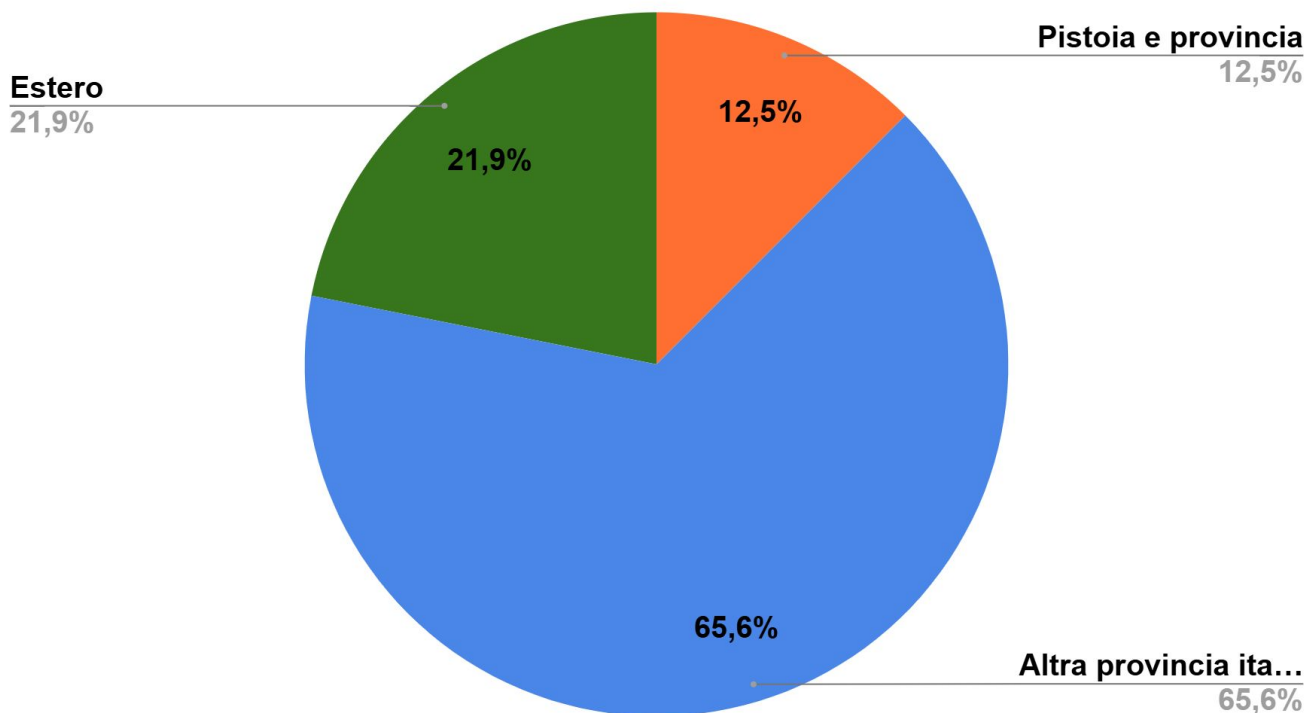
## Età dei visitatori



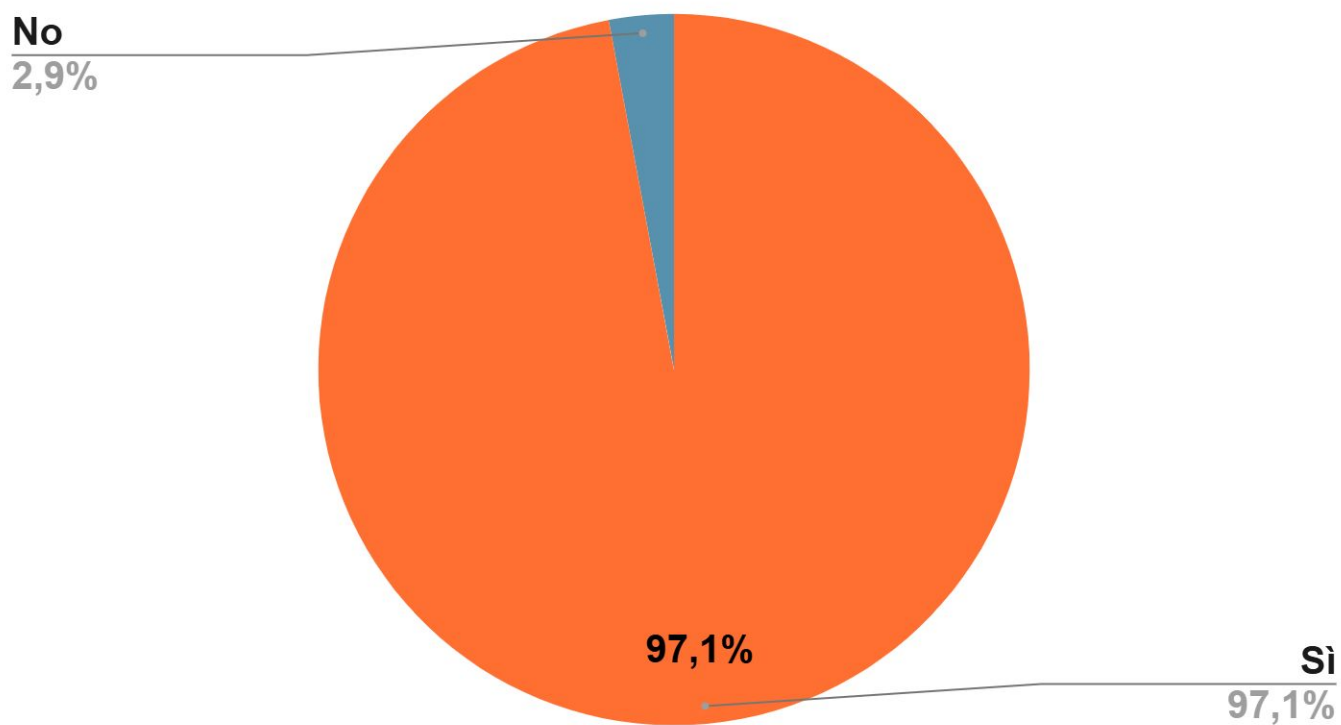
### Titolo studio visitatori



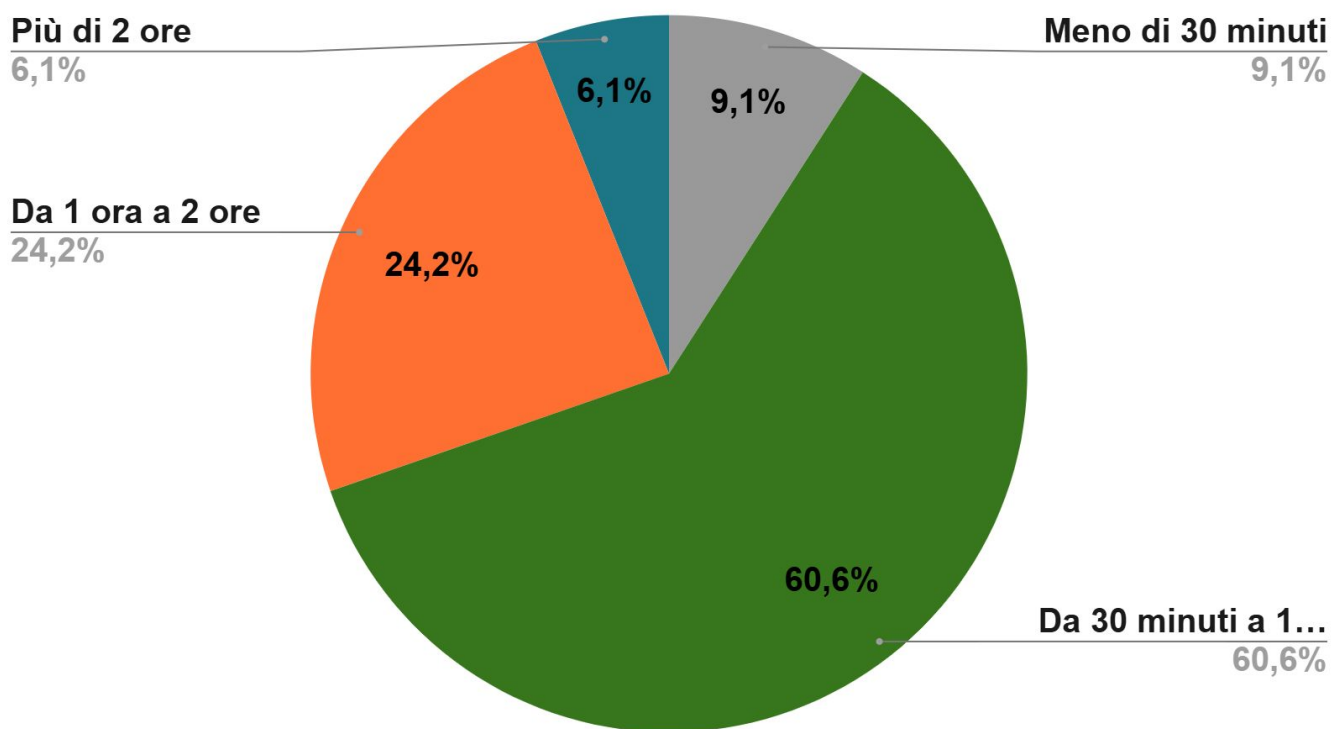
### Provenienza dei visitatori



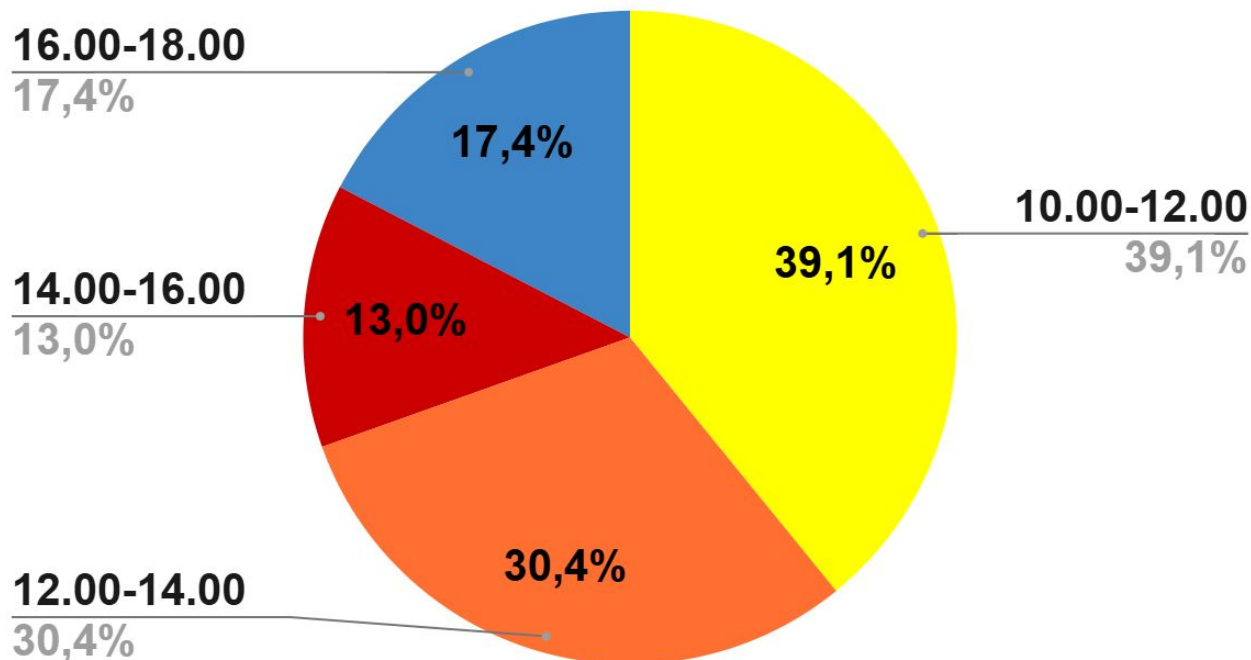
## Prima volta al museo



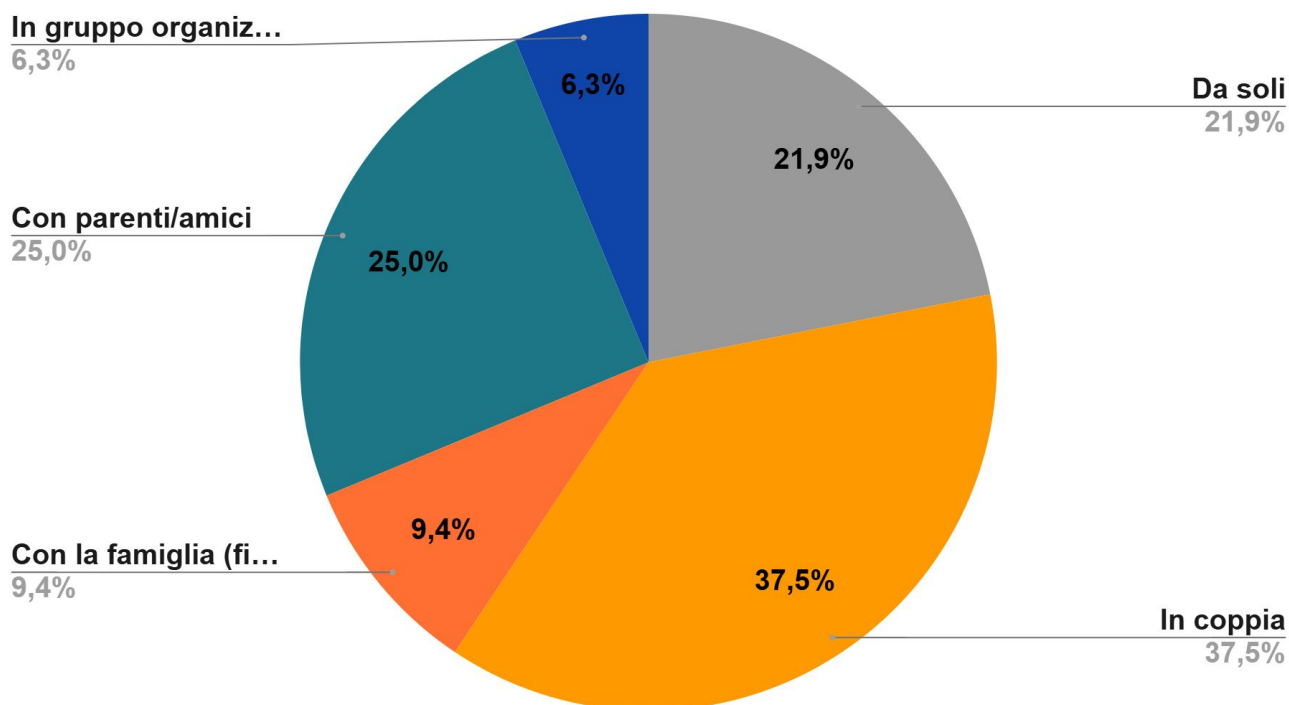
## Durata della visita



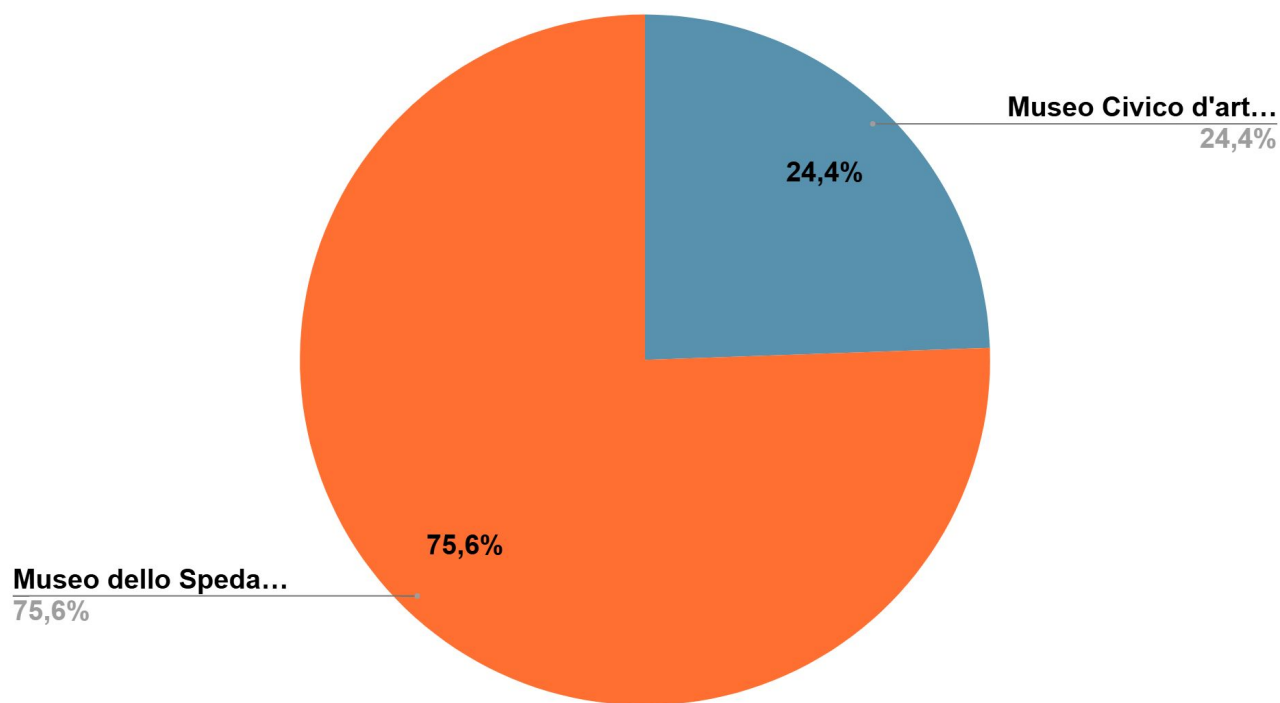
## Orario della visita



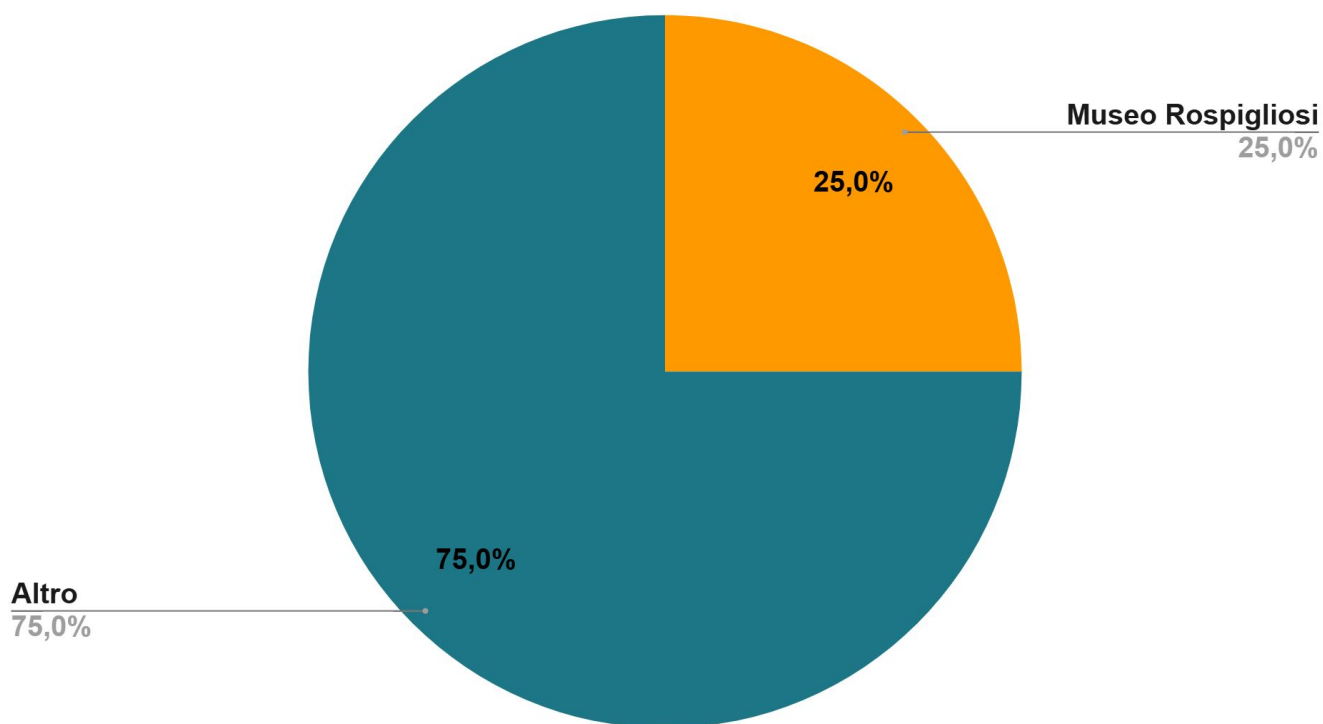
## Con chi è stata effettuata la visita



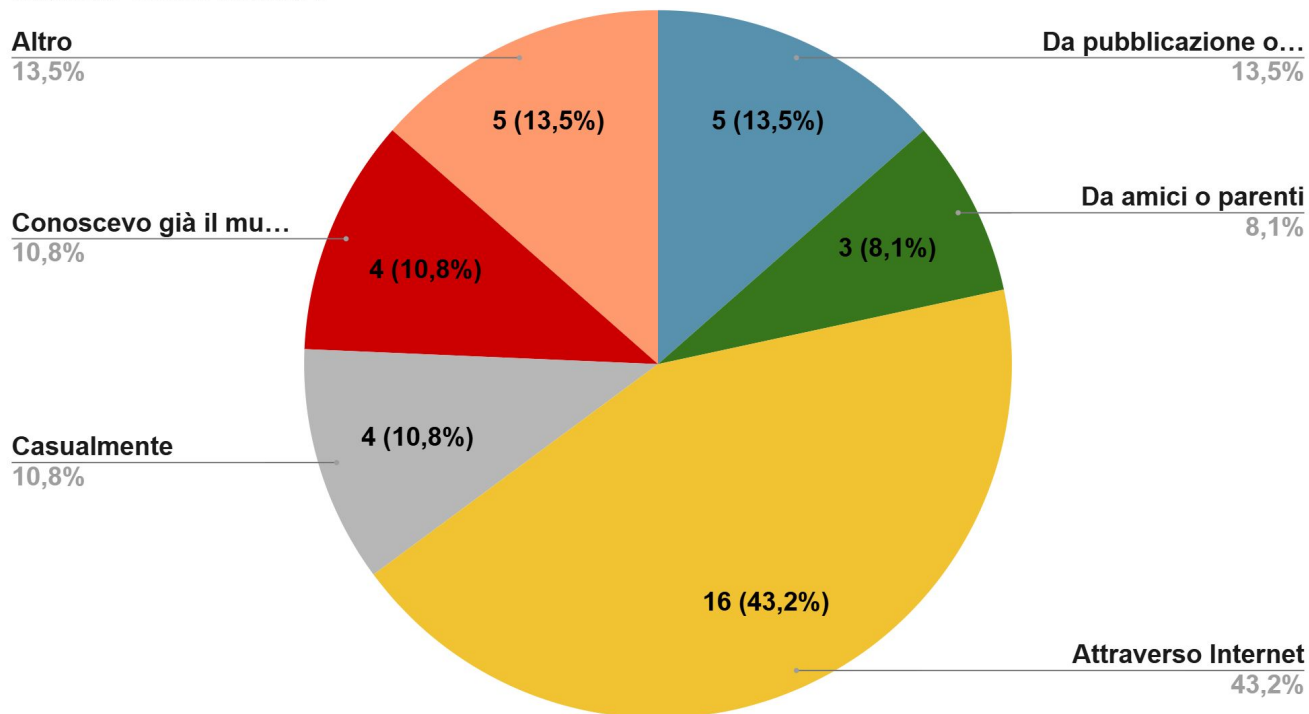
### Altri musei della rete civica visitati



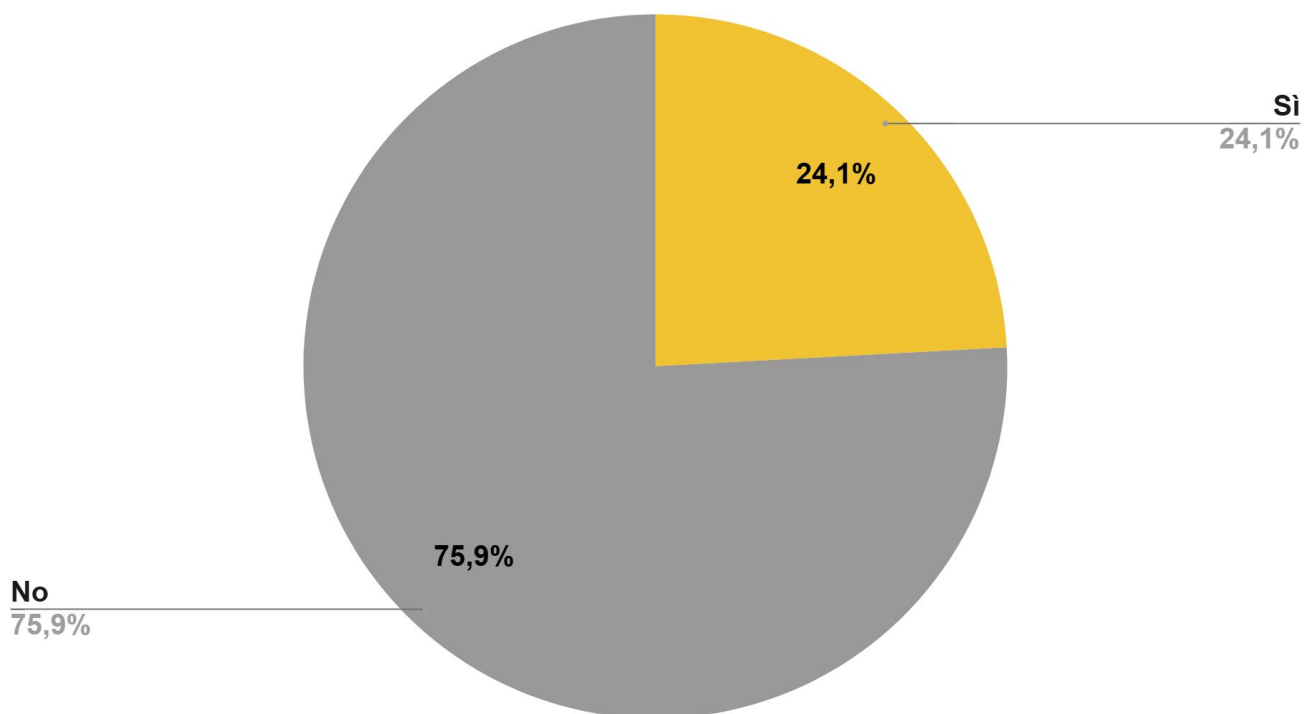
### Altri musei della città visitati



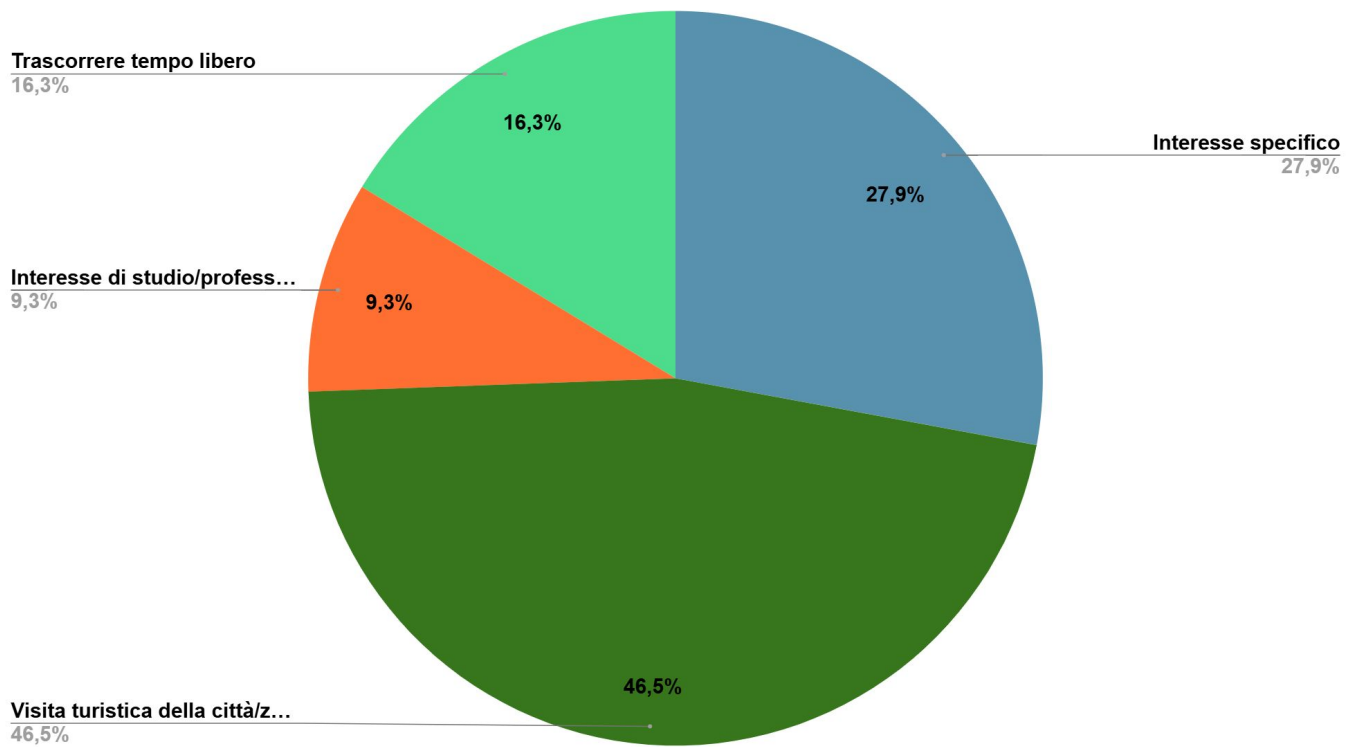
## Canali informativi



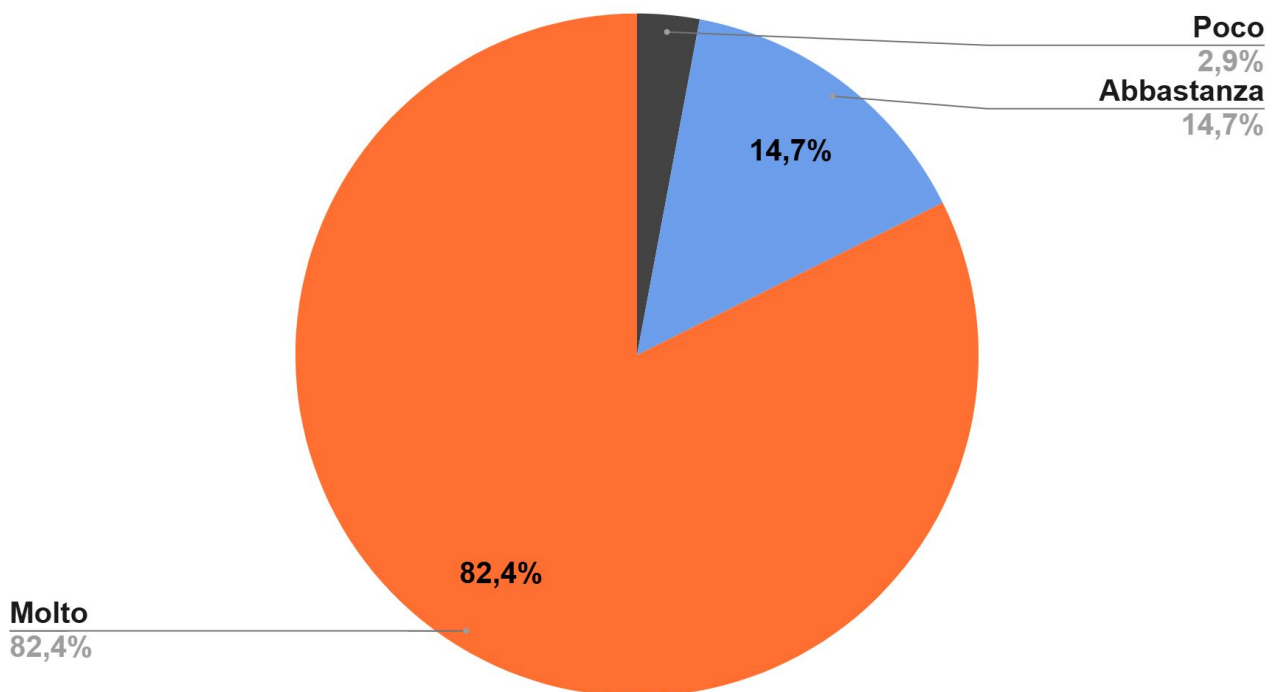
## Conoscenza sito o social



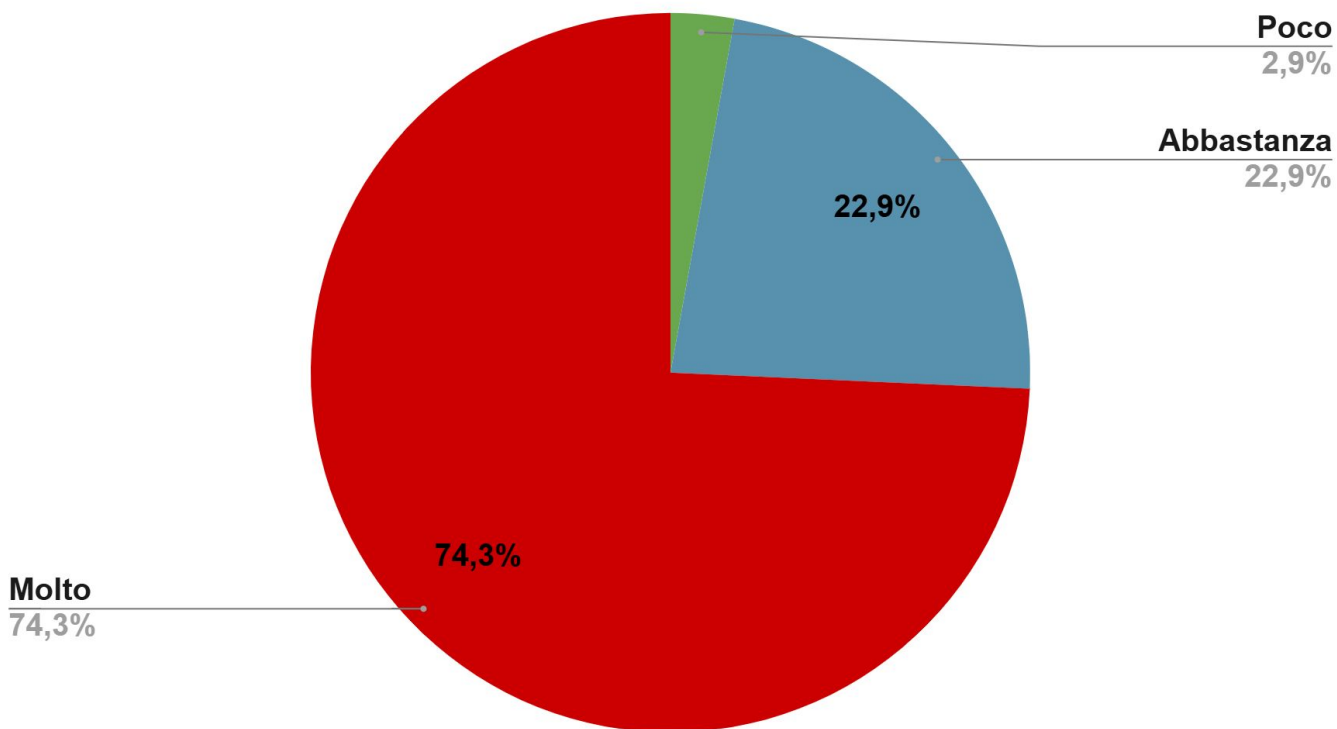
## Motivo della visita



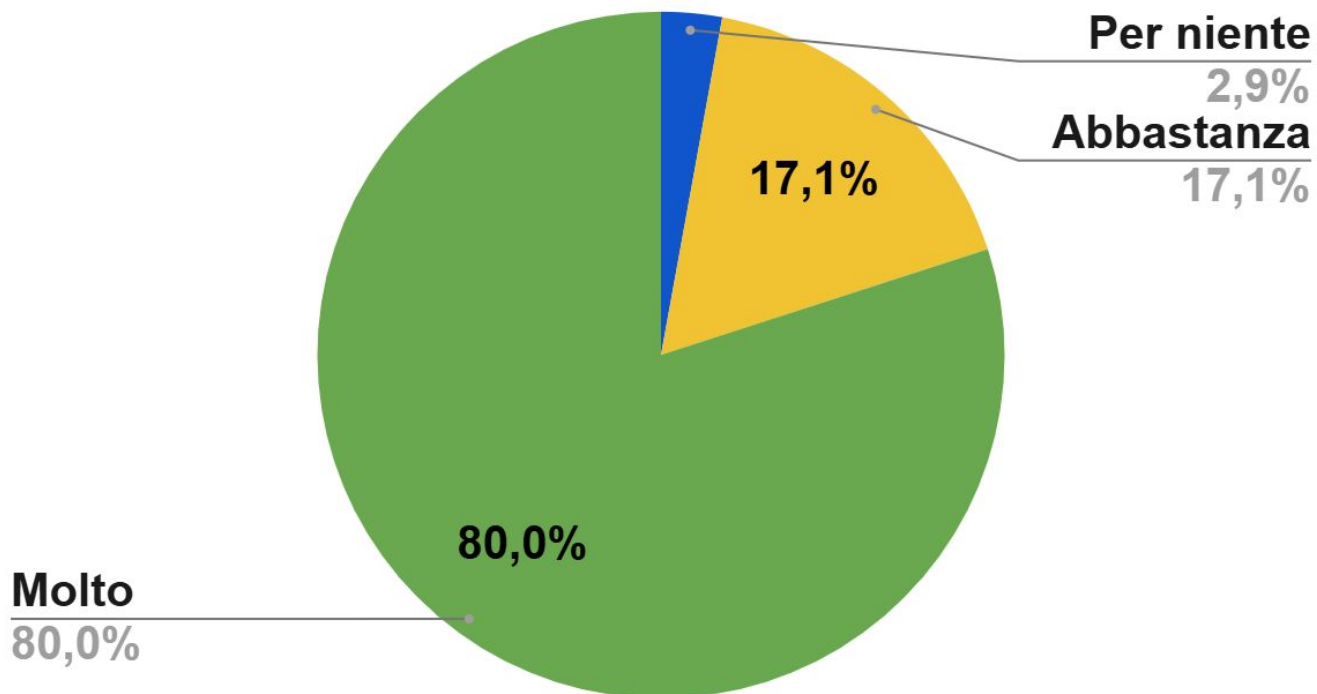
## Soddisfazione generale della visita



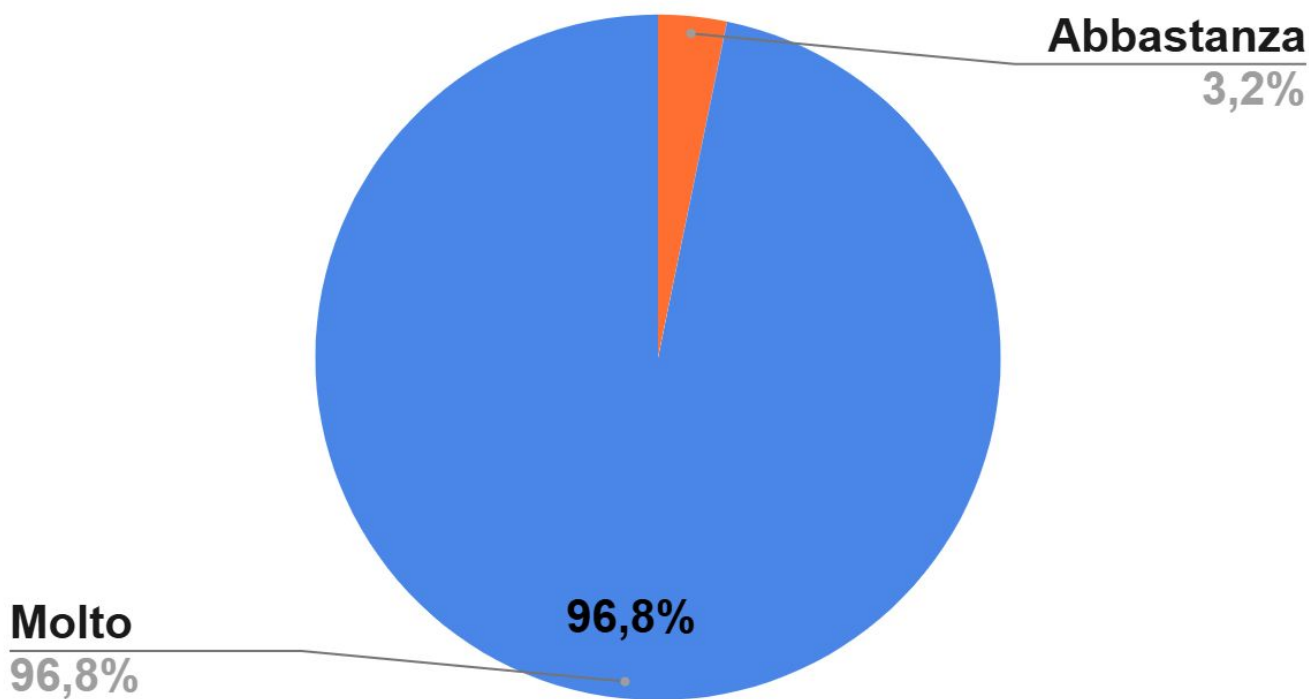
### Soddisfazione per materiali informativi



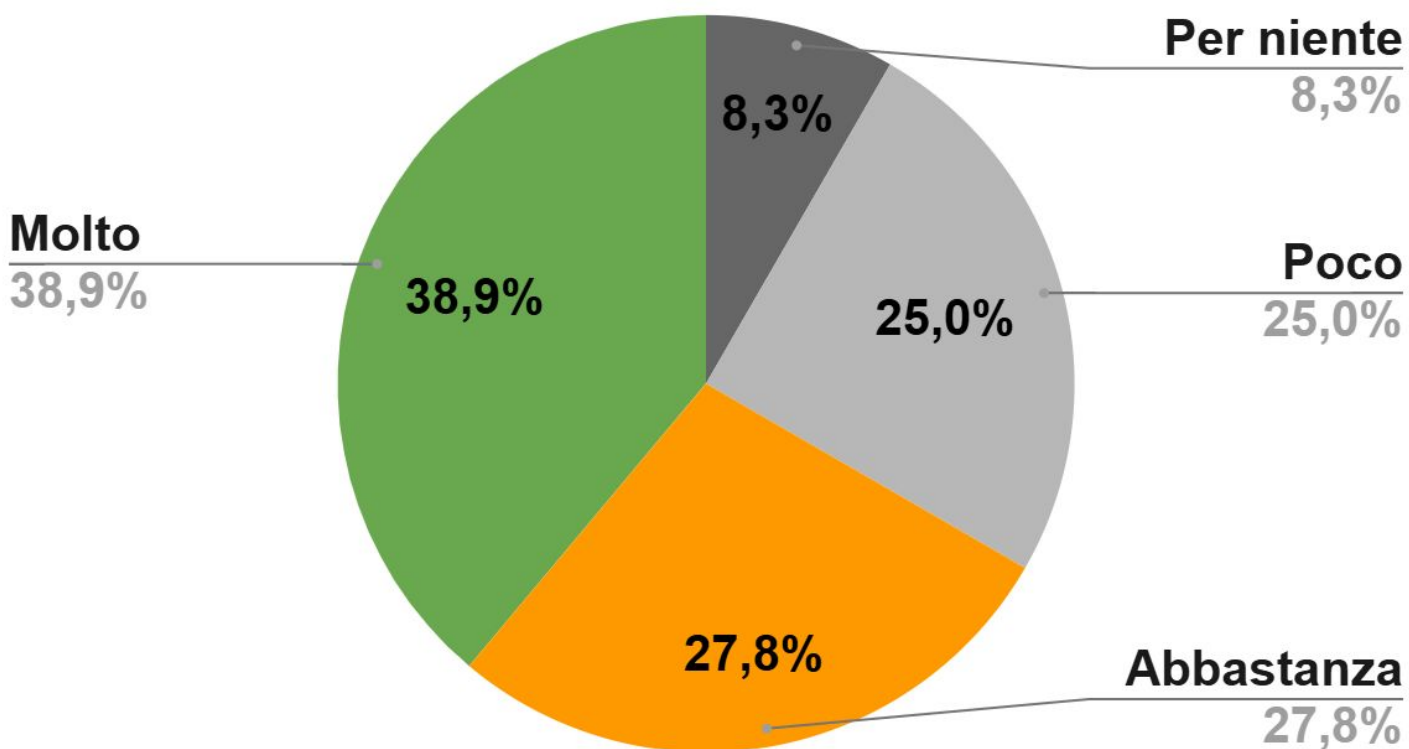
### Soddisfazione per l'allestimento



### Soddisfazione per cortesia del personale



### Soddisfazione per segnaletica e cartelli



**Tabella 7 - Profilo socio-demografico dei visitatori del Museo del Novecento e del Contemporaneo di Palazzo Fabroni, anno 2024**

<b>Genere</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Maschile	15	57%
Femminile	9	36%
<b>Età</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Meno di 18 anni	0	0%
tra 18 e 30	1	1%
Tra 31 e 45	5	21%
Tra 46 e 65	17	64%
Più di 65	0	0%
<b>Titolo di studio</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Elementare	0	0%
Medie inferiori	0	0%
Diploma medie superiori	4	14%
Laurea o titoli post-laurea	20	79%
<b>Luogo di Provenienza</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Provincia di Pistoia	7	29%
Altra provincia italiana	17	64%
Eestero	1	1%

**Tabella 8 - Modalità di fruizione museale e canali informativi dei visitatori del Museo del Novecento e del Contemporaneo di Palazzo Fabroni, anno 2024**

<b>Prima volta al museo</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Sì	15	57%
No	9	36%
<b>Durata della visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Meno di 30 minuti	4	14%
Da 30 minuti a 1 ora	11	43%
Da 1 ora a 2 ore	9	36%
Più di 2 ore	0	0%
<b>Orario della visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
10.00-12.00	2	7%
12.00-14.00	7	29%
14.00-16.00	9	36%
16.00-18.00	5	21%
<b>Con chi è stata effettuata la visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Da soli	2	7%
In coppia	11	43%
Con la famiglia (figli)	4	14%
Con parenti/amici	7	29%
In gruppo organizzato	0	0%
<b>Quali altri musei della rete civica sono stati visitati</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Museo Civico d'arte antica	17	64%
Palazzo Fabroni		
Museo dello Spedale del Ceppo	17	64%
<b>Quali altri musei della città sono stati visitati</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Museo di Palazzo Rospigliosi	0	0%
Altro	7	29%

<b>Come si è venuti a conoscenza del museo</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Da pubblicazione o guida	0	0%
Da amici o parenti	2	7%
Attraverso Internet	15	57%
Da pieghevole o locandina	4	14%
Da un articolo su giornale	0	0%
Da radio/TV	0	0%
Casualmente, passando davanti	5	21%
Conoscevo già il museo	2	7%
Altro	2	7%
<b>Conoscenza pregressa del sito o della pagina social dei Musei Civici</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Sì	7	29%
No	16	64%

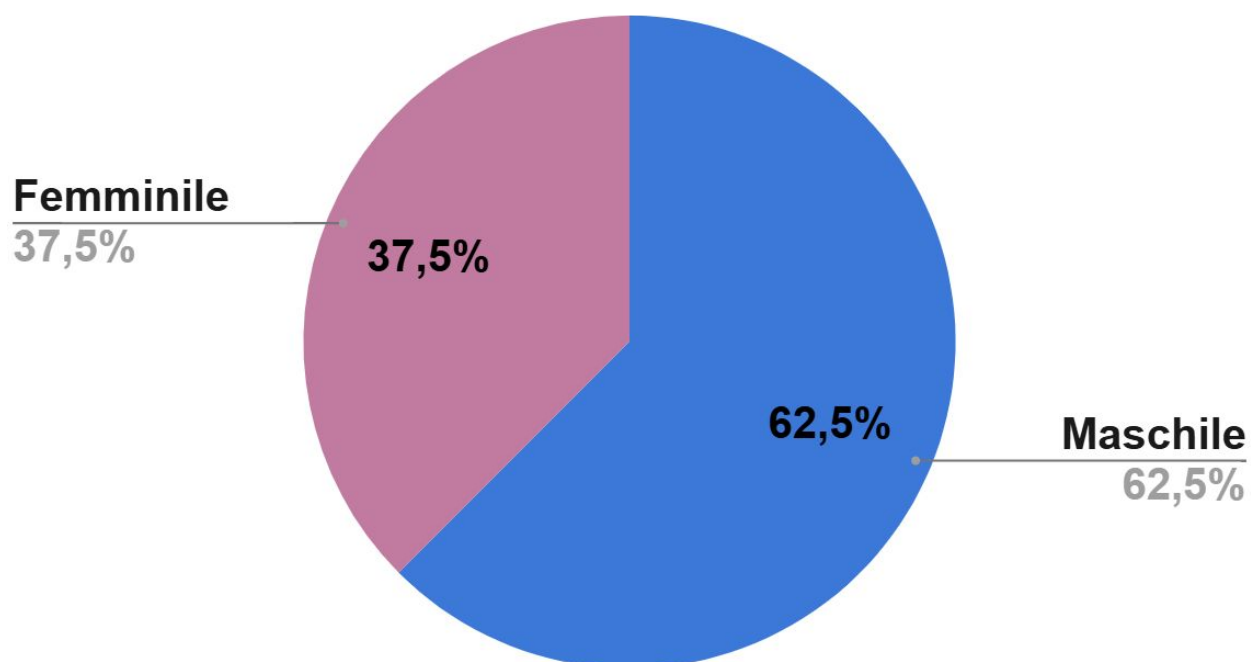
**Tabella 9 - Motivazioni, soddisfazione generale e gradimento per i servizi dei visitatori del Museo del Novecento e del Contemporaneo di Palazzo Fabroni, anno 2024**

<b>Motivo della visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Interesse specifico sulla raccolta	4	14%
Parte di una visita turistica della città/zona	13	50%
Interesse di studio/professionale	1	1%
Per accompagnare amici/conoscenti	0	0%
Per visitare una mostra o partecipare a una iniziativa	3	14%
Per trascorrere del tempo libero	8	29%
Altro	0	0%
<b>Soddisfazione generale della visita</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	0	0%
Poco soddisfatto	7	29%
Abbastanza soddisfatto	9	36%
Molto soddisfatto	7	29%
<b>Soddisfazione per i materiali informativi (schede, pannelli, didascalie)</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	2	7%
Poco soddisfatto	5	21%
Abbastanza soddisfatto	7	29%
Molto soddisfatto	9	36%
<b>Soddisfazione per l'allestimento (luci, collocazione opere)</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	0	0%
Poco soddisfatto	2	7%
Abbastanza soddisfatto	11	43%
Molto soddisfatto	11	43%
<b>Soddisfazione per la cortesia e competenza del personale</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	0	0%
Poco soddisfatto	0	0%
Abbastanza soddisfatto	2	7%
Molto soddisfatto	22	86%

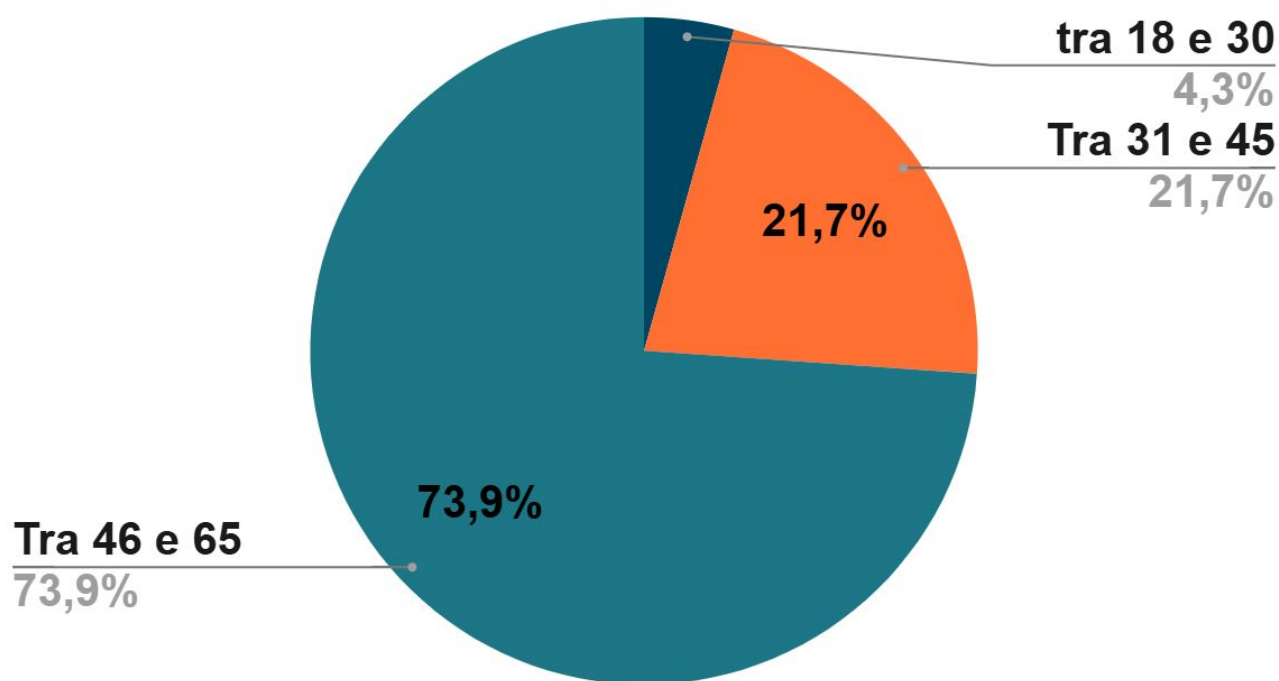
<b>Soddisfazione per le indicazioni segnaletiche e i cartelli per raggiungere il museo</b>	<b>Numero visitatori</b>	<b>Percentuale</b>
Per niente soddisfatto	2	7%
Poco soddisfatto	4	14%
Abbastanza soddisfatto	13	50%
Molto soddisfatto	5	21%

## MUSEO di PALAZZO FABRONI

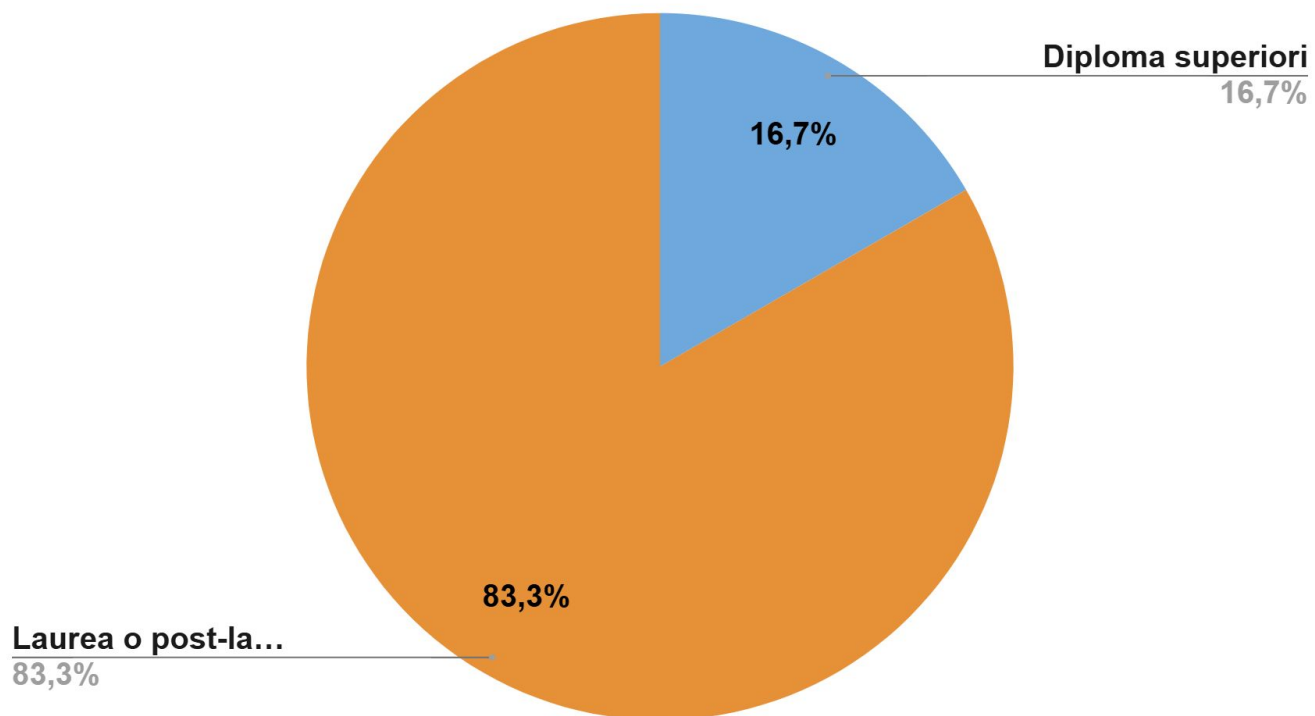
### Genere dei visitatori



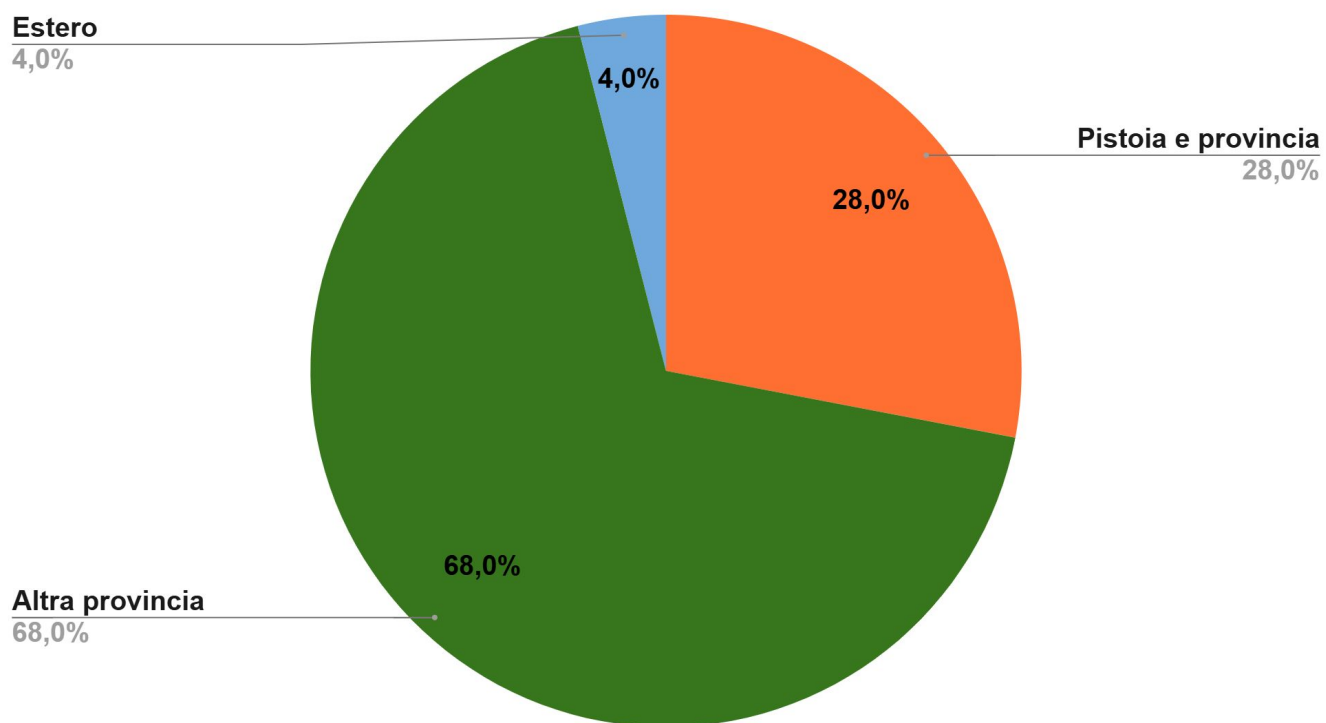
### Età dei visitatori



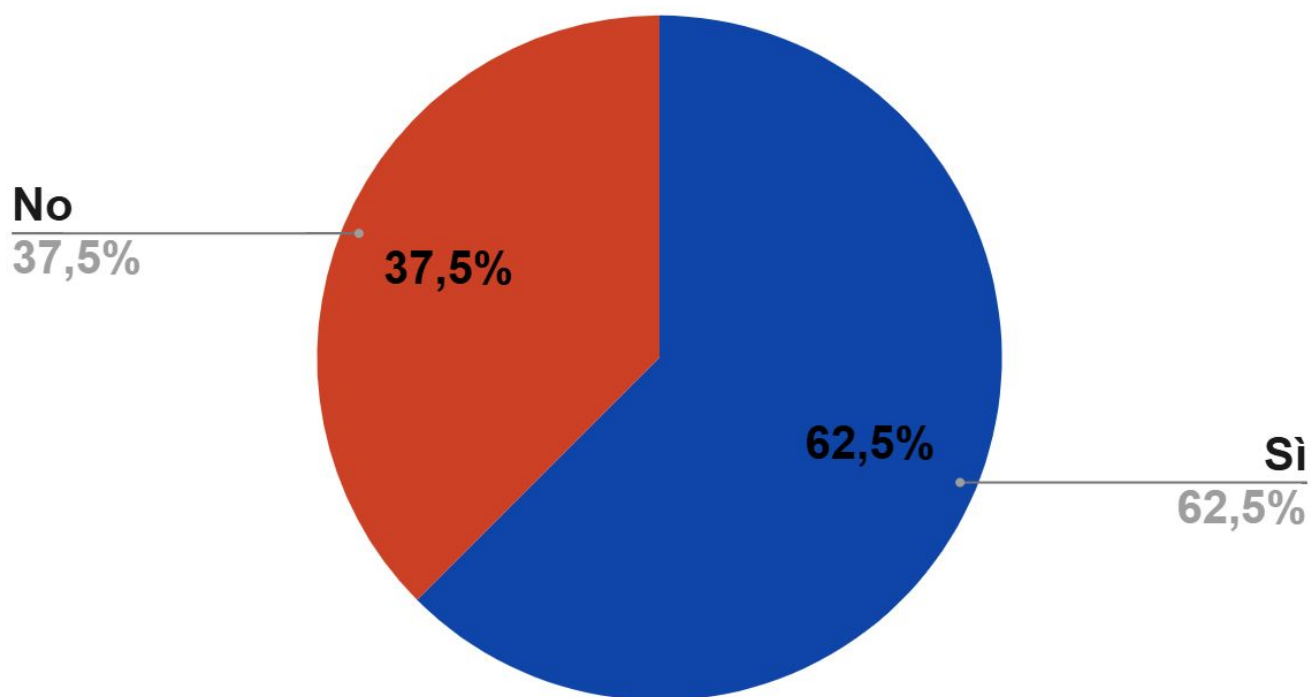
## Titolo studio visitatori



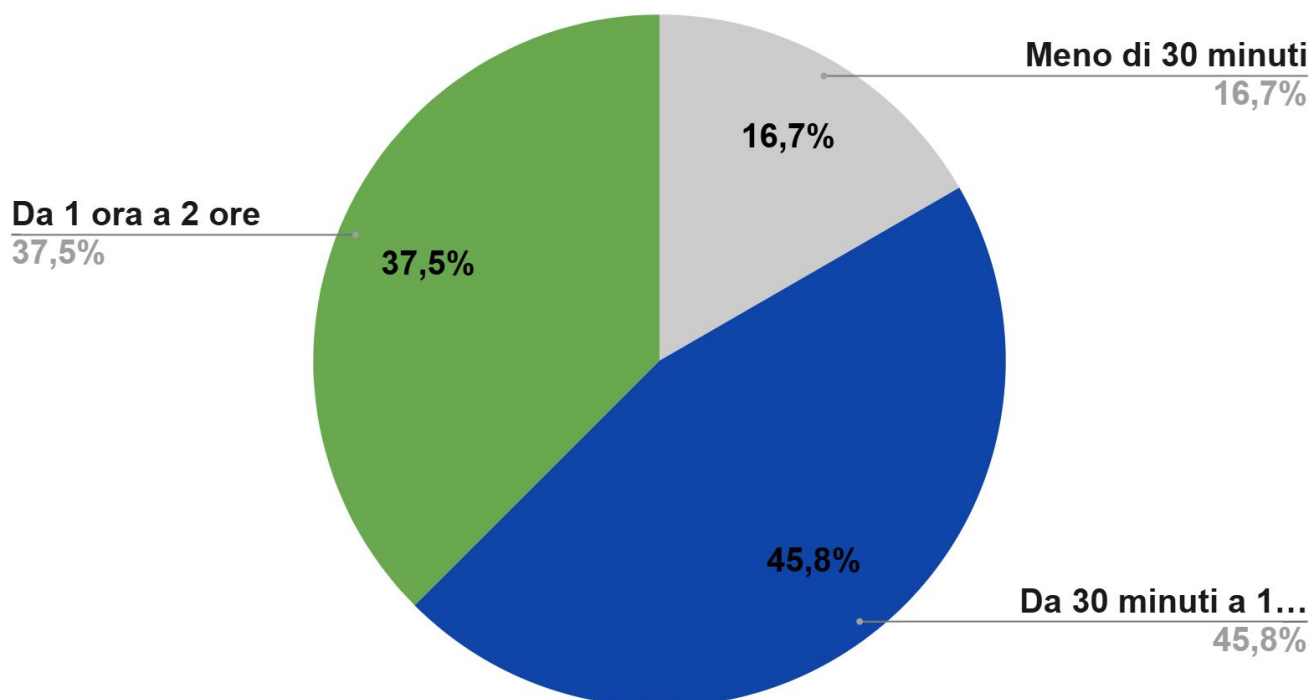
## Provenienza visitatori



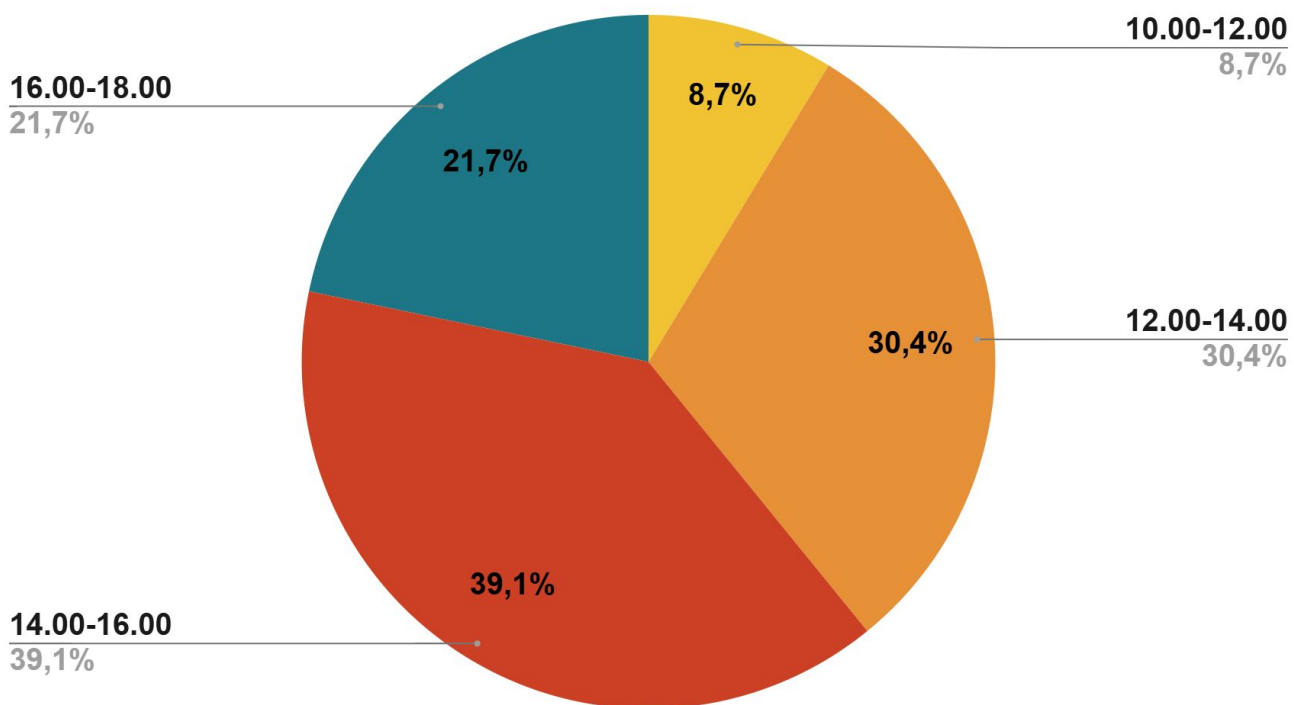
## Prima volta al museo



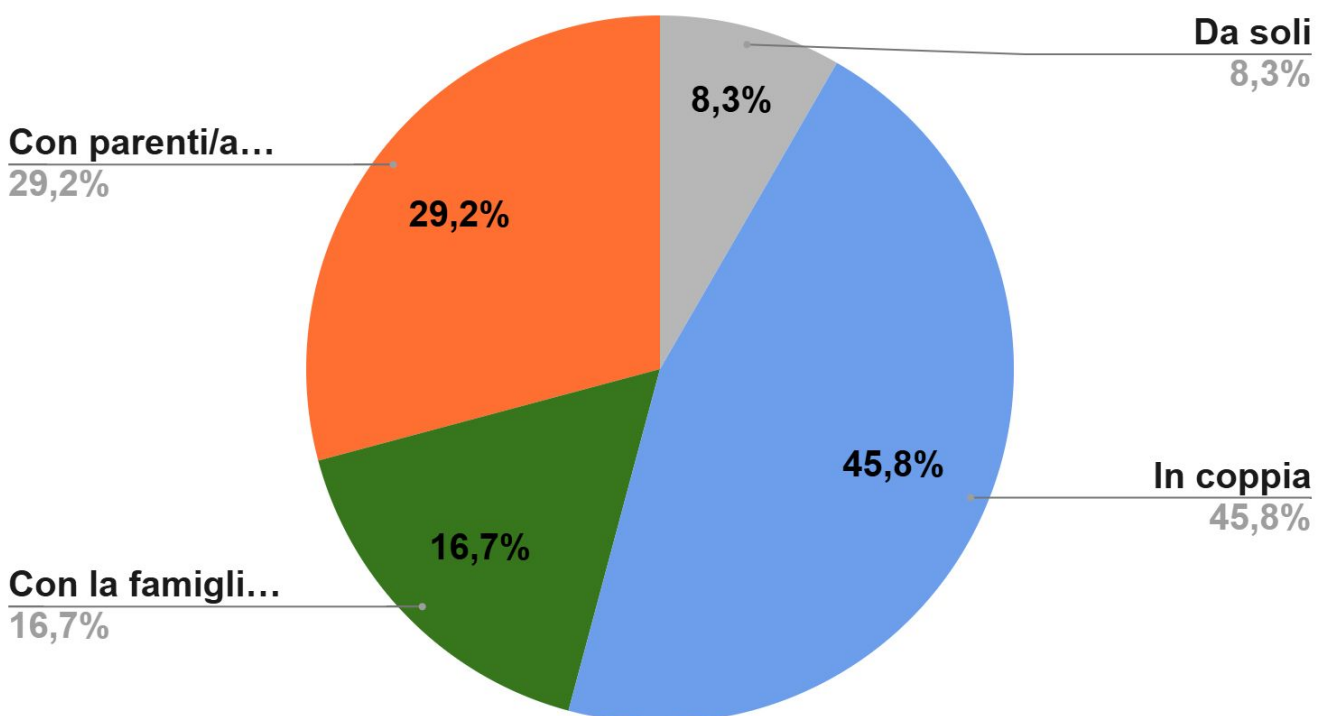
## Durata della visita



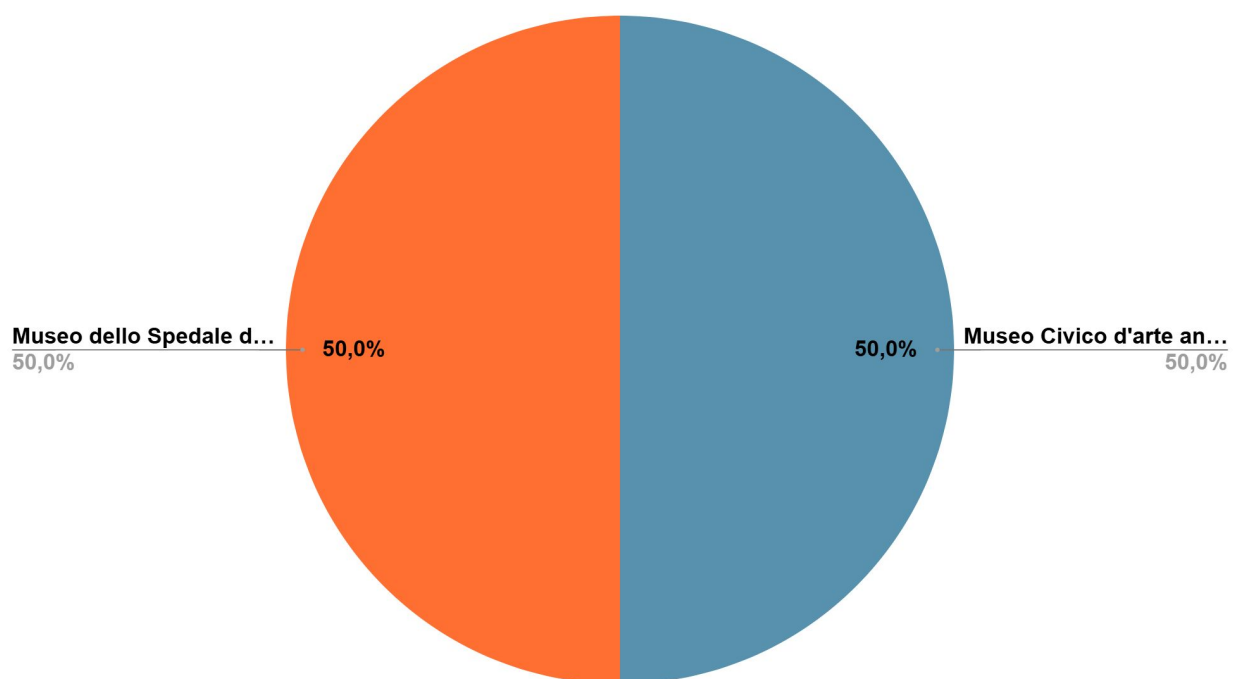
## Orario della visita



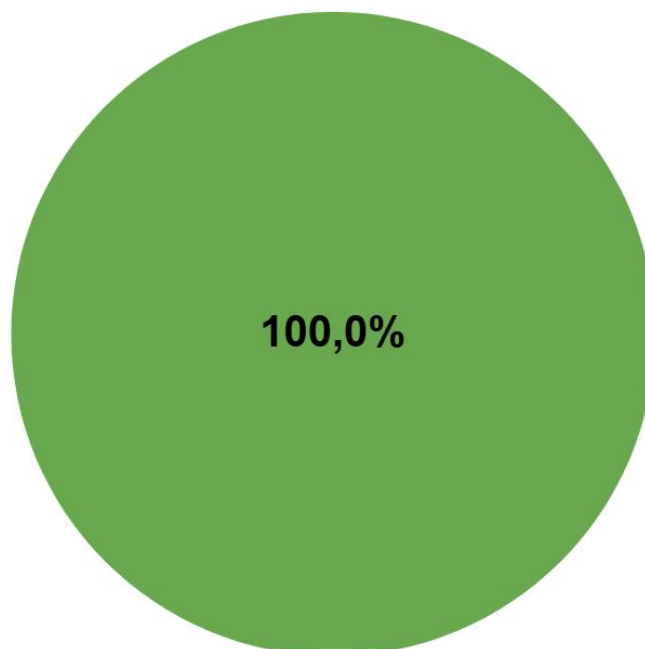
## Con chi è stata effettuata la visita



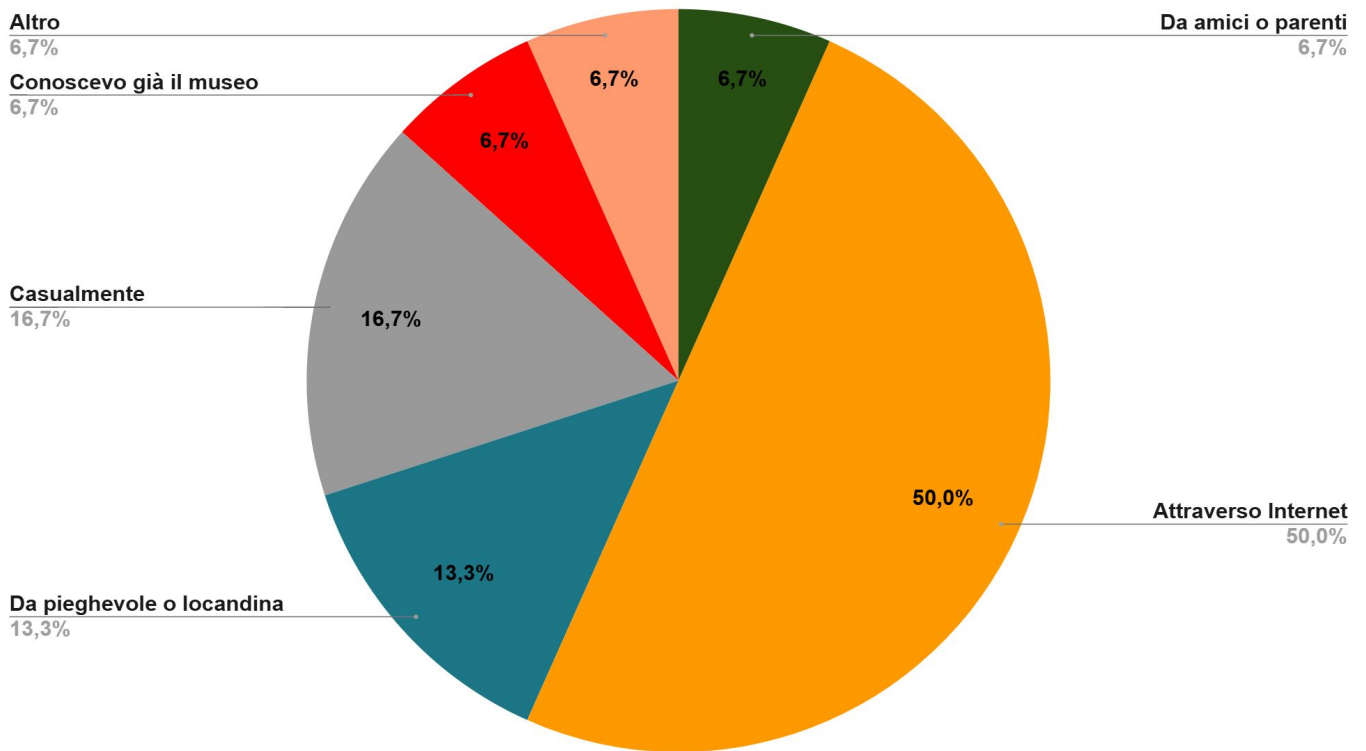
### Altri musei della rete civica visitati



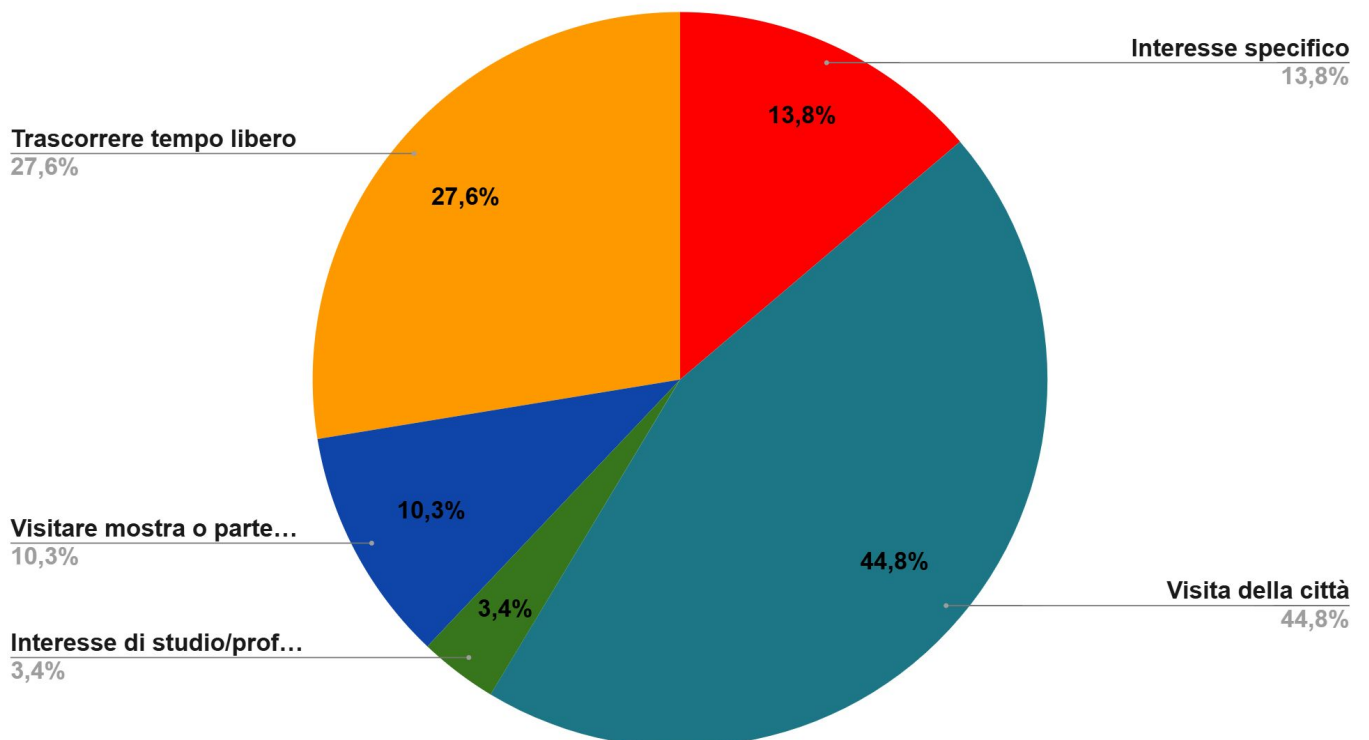
### Altri musei della città visitati



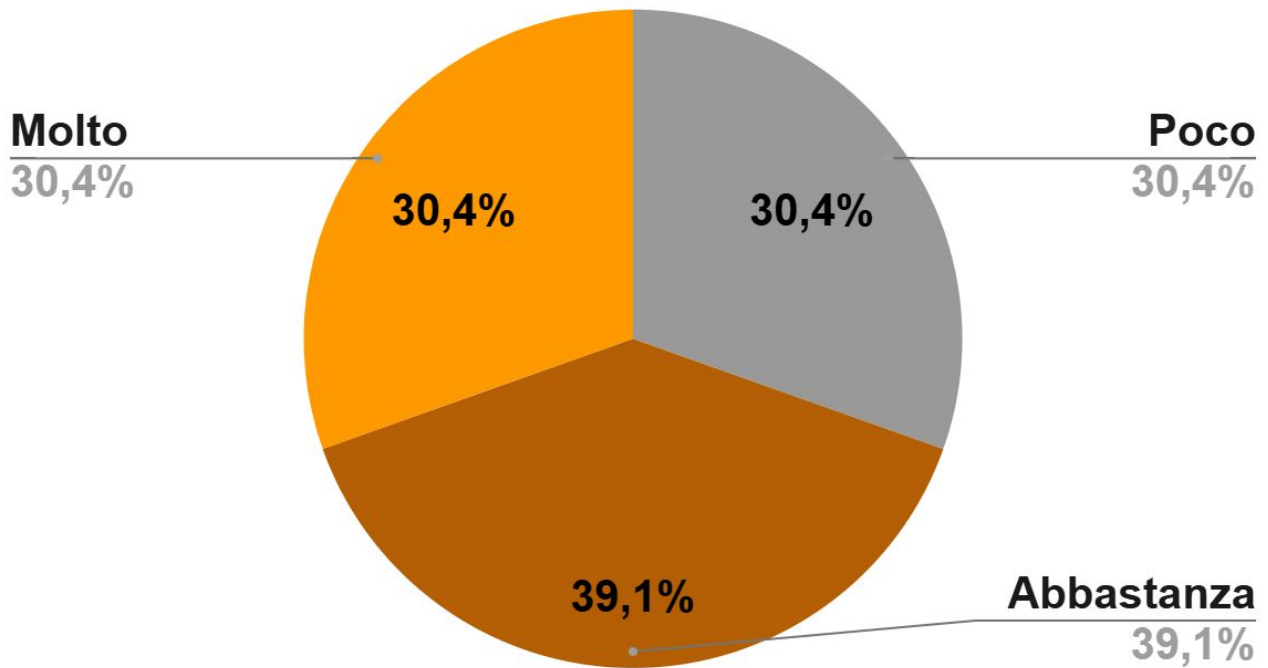
## Canali informativi



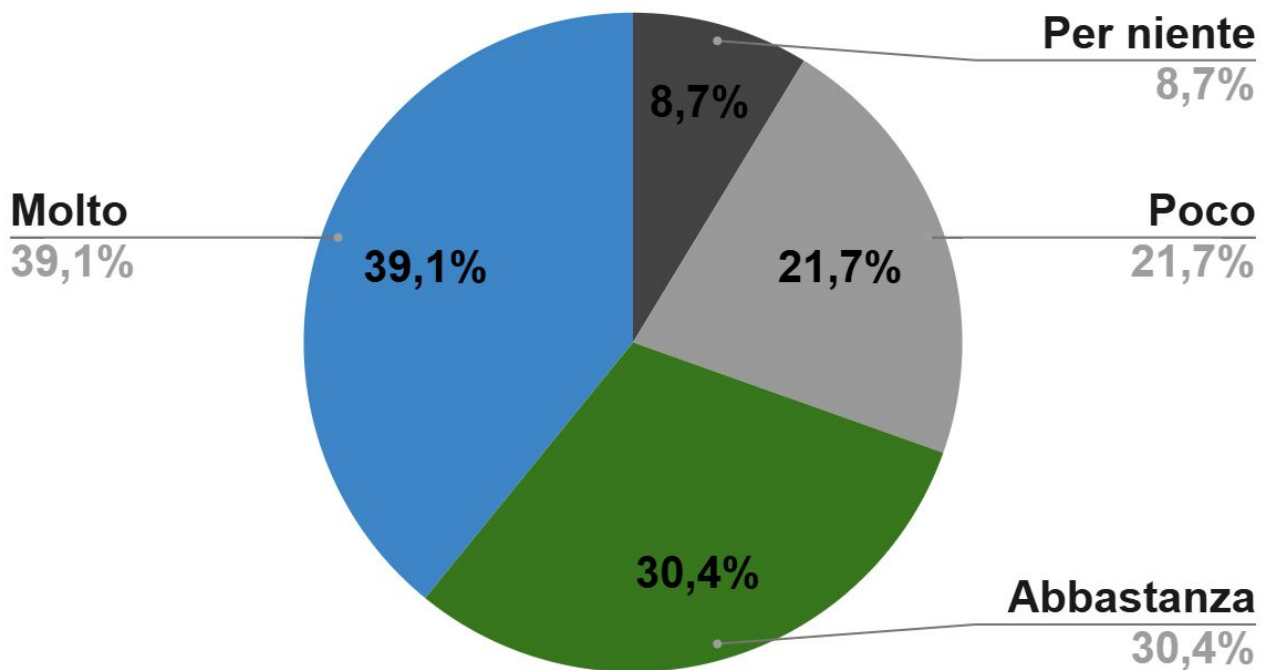
## Motivo della visita



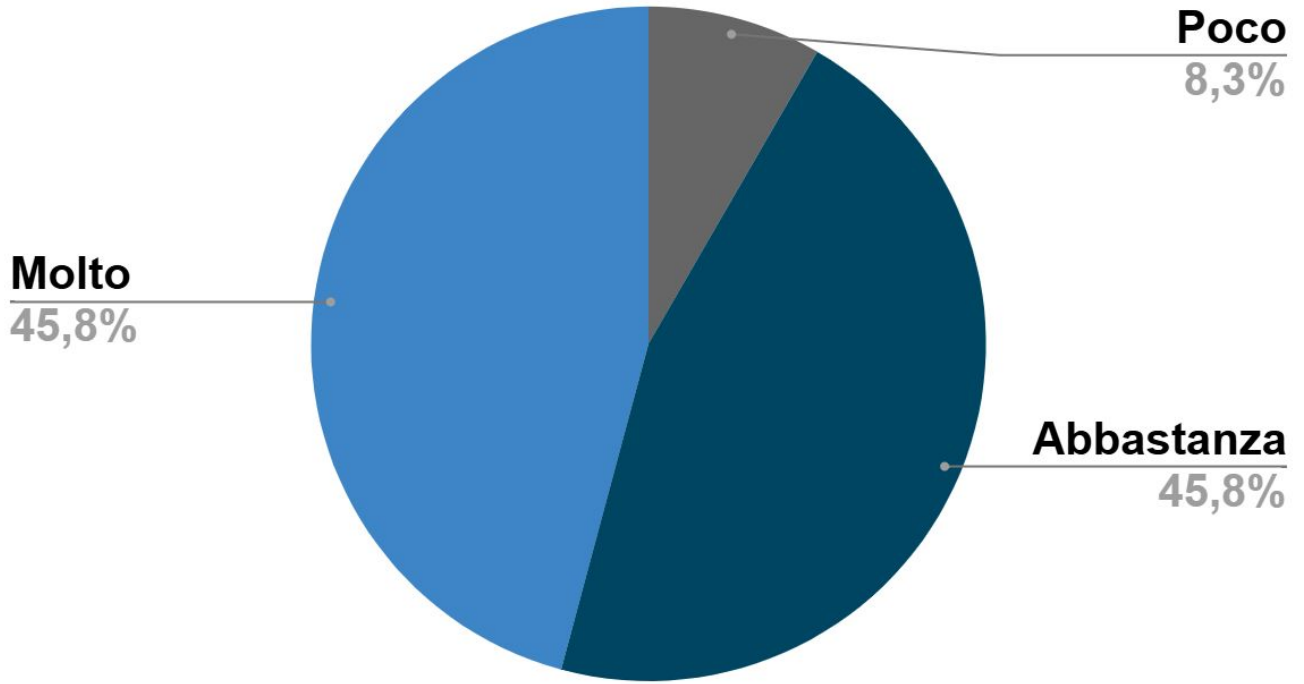
### Soddisfazione generale della visita



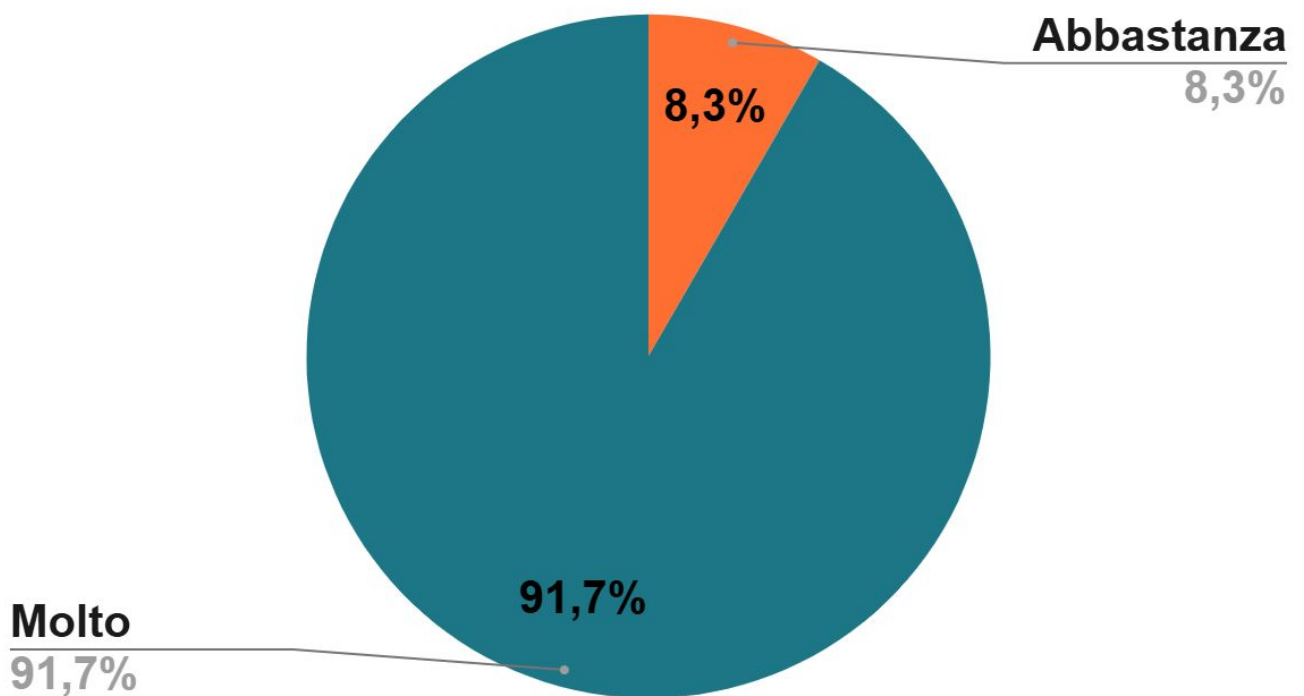
### Soddisfazione per i materiali informativi



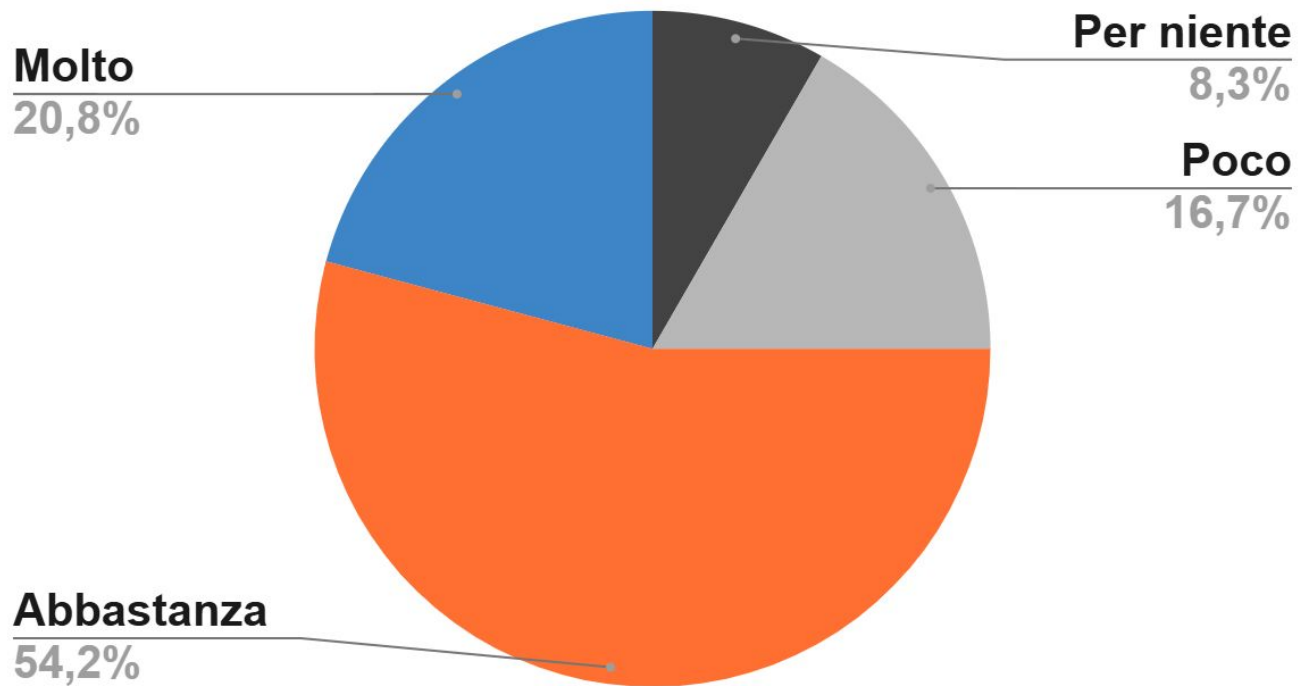
### Soddisfazione per l'allestimento



### Soddisfazione per cortesia del personale



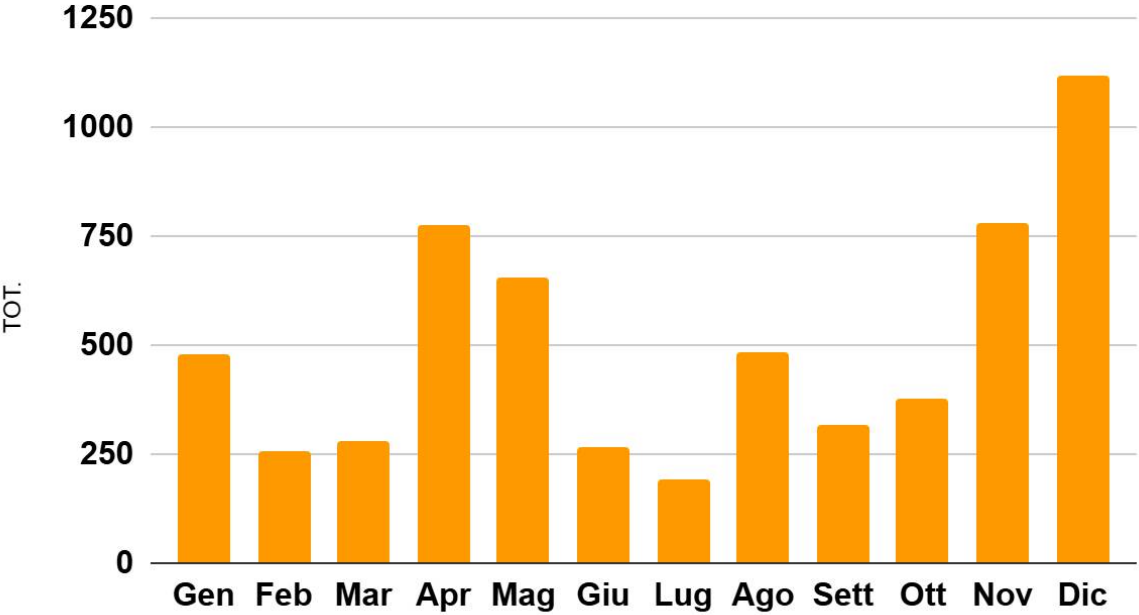
## Soddisfazione per la segnaletica



**Tabella 10 - Presenze in ingresso suddivise per tipologia di biglietto venduto del Museo Civico d'arte antica di Pistoia, anno 2024**

<b>Tipolog. biglietto</b>	<b>Gen</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Apr</b>	<b>Mag</b>	<b>Giu</b>	<b>Lug</b>	<b>Ago</b>	<b>Sett</b>	<b>Ott</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>TOT</b>
<b>Intero</b>	94	69	96	199	169	145	94	175	124	171	92	45	<b>1473</b>
<b>Grat Stud. Uni.</b>	13	26	14	17	6	15	8	50	28	16	21	7	<b>221</b>
<b>Ridotto residenti</b>	3	0	4	4	0	2	1	1	0	6	0	0	<b>21</b>
<b>Rid. San Giorgio</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Ridotto gruppi</b>	0	0	14	6	0	0	0	0	0	32	0	0	<b>52</b>
<b>Gratuito età</b>	13	7	11	32	7	4	13	40	2	4	6	0	<b>139</b>
<b>Ridotto IN TCI</b>	8	10	7	21	22	6	4	9	4	10	9	1	<b>111</b>
<b>Gratuito Per. spec.</b>	274	113	88	428	378	79	61	170	149	104	425	1015	<b>3284</b>
<b>Gratuito scuole</b>	39	9	2	22	45	0	0	0	0	1	18	0	<b>136</b>
<b>Gratuito Cat. Spec.</b>	5	22	10	10	6	6	2	13	2	5	5	33	<b>119</b>
<b>Gratuito Accomp.</b>	6	0	5	11	3	3	1	3	1	5	16	0	<b>54</b>
<b>Gratuito didattica</b>	11	0	0	16	1	2	0	0	0	2	168	0	<b>200</b>
<b>TOT.</b>	<b>466</b>	<b>256</b>	<b>251</b>	<b>766</b>	<b>637</b>	<b>262</b>	<b>184</b>	<b>461</b>	<b>310</b>	<b>356</b>	<b>760</b>	<b>1101</b>	<b>5810</b>
<b>Biglietti cumulativi</b>	<b>Gen</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Apr</b>	<b>Mag</b>	<b>Giu</b>	<b>Lug</b>	<b>Ago</b>	<b>Sett</b>	<b>Ott</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>TOT.</b>
<b>Civico + Fabroni</b>	0	0	3	0	6	0	1	4	0	2	3	0	<b>19</b>
<b>Civico + Ceppo</b>	11	0	20	6	8	6	3	16	6	12	14	0	<b>102</b>
<b>Tre Musei</b>	1	1	6	4	5	0	5	4	2	7	5	21	<b>61</b>
<b>TOT. Cumul.vi</b>	12	1	29	10	19	6	9	24	8	21	22	21	<b>182</b>
<b>TOT.</b>	<b>478</b>	<b>257</b>	<b>280</b>	<b>776</b>	<b>656</b>	<b>268</b>	<b>193</b>	<b>485</b>	<b>318</b>	<b>377</b>	<b>782</b>	<b>1122</b>	<b>5992</b>

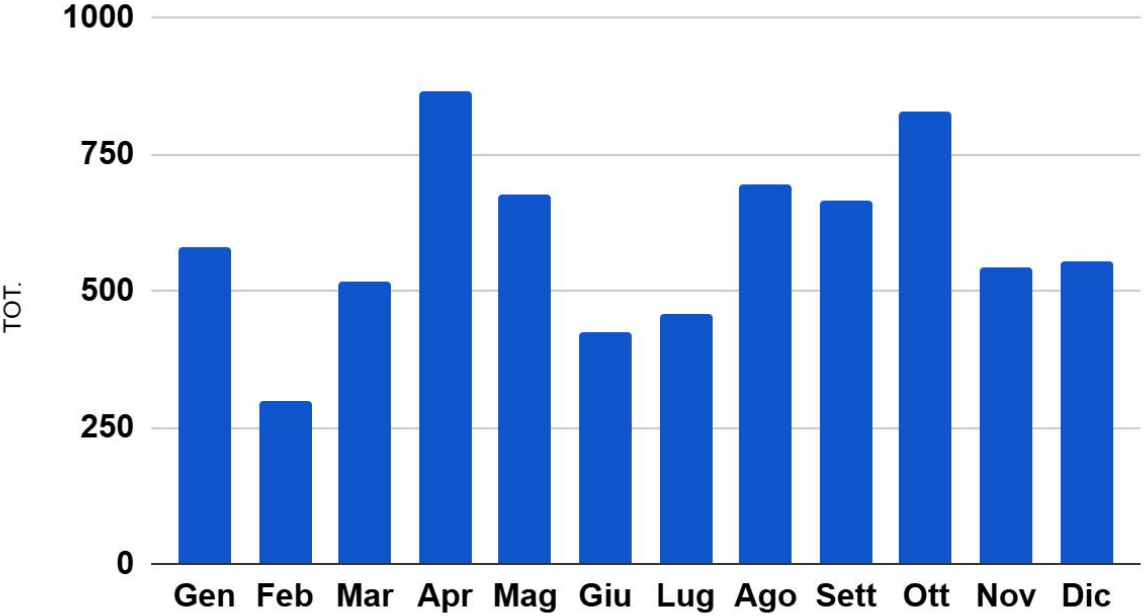
### Museo Civico d'arte antica, presenze per mese, anno 2024



**Tabella 11 - Presenze in ingresso suddivise per tipologia di biglietto venduto del Museo dello Spedale del Ceppo di Pistoia, anno 2024**

<b>Tipolog. biglietto</b>	<b>Gen</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Apr</b>	<b>Mag</b>	<b>Giu</b>	<b>Lug</b>	<b>Ago</b>	<b>Sett</b>	<b>Ott</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>TOT</b>
<b>Intero</b>	132	96	186	243	293	243	254	332	282	294	195	51	<b>2601</b>
<b>Grat Stud. Uni.</b>	20	21	66	25	13	17	27	53	14	30	29	7	<b>322</b>
<b>Ridotto residenti</b>	12	6	10	2	1	4	1	6	1	0	4	0	<b>47</b>
<b>Rid. San Giorgio</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Ridotto gruppi</b>	32	45	17	40	30	39	0	0	62	170	0	35	<b>470</b>
<b>Gratuito età</b>	23	3	43	53	18	13	60	118	50	7	22	10	<b>420</b>
<b>Ridotto IN TCI</b>	14	10	14	34	42	17	5	17	16	56	22	3	<b>250</b>
<b>Gratuito Per. spec.</b>	289	78	61	295	199	2	82	123	198	230	201	350	<b>2108</b>
<b>Gratuito scuole</b>	28	3	59	83	53	0	0	0	0	2	2	0	<b>230</b>
<b>Gratuito Cat. Spec.</b>	14	22	35	47	10	76	15	30	10	20	24	92	<b>395</b>
<b>Gratuito Accomp.</b>	5	7	14	21	8	6	2	8	8	11	4	2	<b>96</b>
<b>Gratuito didattica</b>	1	0	0	4	1	0	2	1	8	5	21	3	<b>46</b>
<b>TOT.</b>	<b>570</b>	<b>291</b>	<b>505</b>	<b>847</b>	<b>668</b>	<b>417</b>	<b>448</b>	<b>688</b>	<b>649</b>	<b>825</b>	<b>524</b>	<b>553</b>	<b>6985</b>
<b>Biglietti cumulativi</b>	<b>Gen</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Apr</b>	<b>Mag</b>	<b>Giu</b>	<b>Lug</b>	<b>Ago</b>	<b>Sett</b>	<b>Ott</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>TOT.</b>
<b>Civico + Fabroni</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Civico + Ceppo</b>	8	3	6	11	5	5	4	4	11	4	14	2	<b>77</b>
<b>Fabroni + Ceppo</b>	1	0	2	2	0	3	1	3	0	0	2	0	<b>14</b>
<b>Tre Musei</b>	0	4	3	5	4	0	5	0	6	0	5	0	<b>32</b>
<b>TOT.</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>11</b>	<b>18</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>17</b>	<b>4</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>123</b>
<b>Cumul.vi</b>													
<b>TOT.</b>	<b>579</b>	<b>298</b>	<b>516</b>	<b>865</b>	<b>677</b>	<b>425</b>	<b>458</b>	<b>695</b>	<b>666</b>	<b>829</b>	<b>545</b>	<b>555</b>	<b>7108</b>

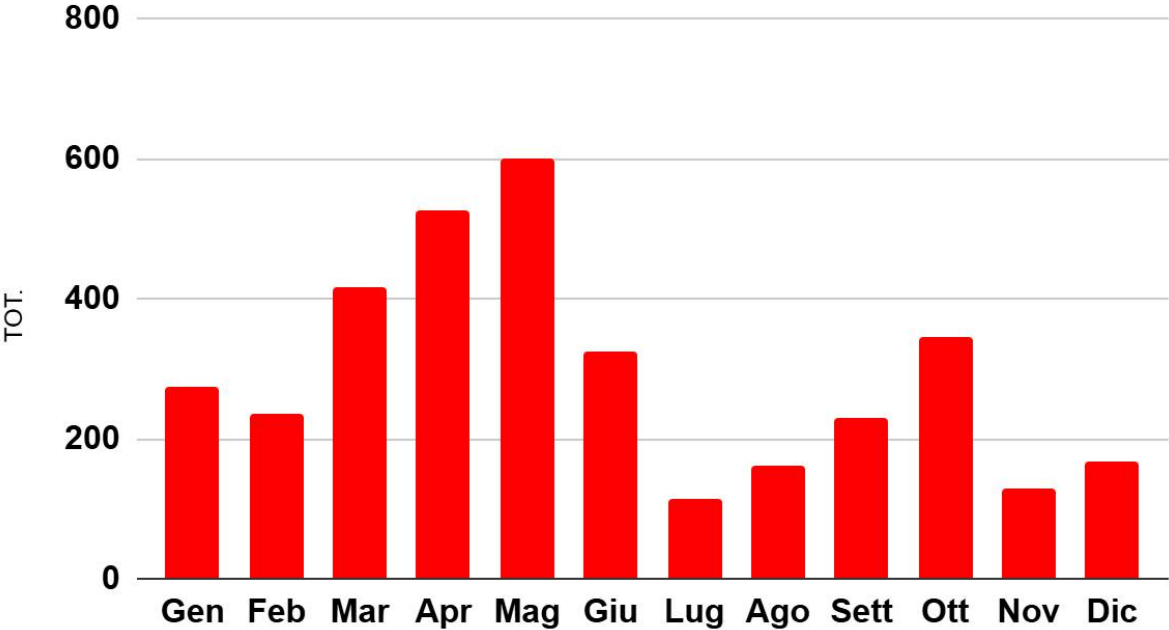
### Museo del Ceppo, presenze per mese, anno 2024



**Tabella 12 - Presenze in ingresso suddivise per tipologia di biglietto venduto del Museo del Novecento e del Contemporaneo di Palazzo Fabroni di Pistoia, anno 2024**

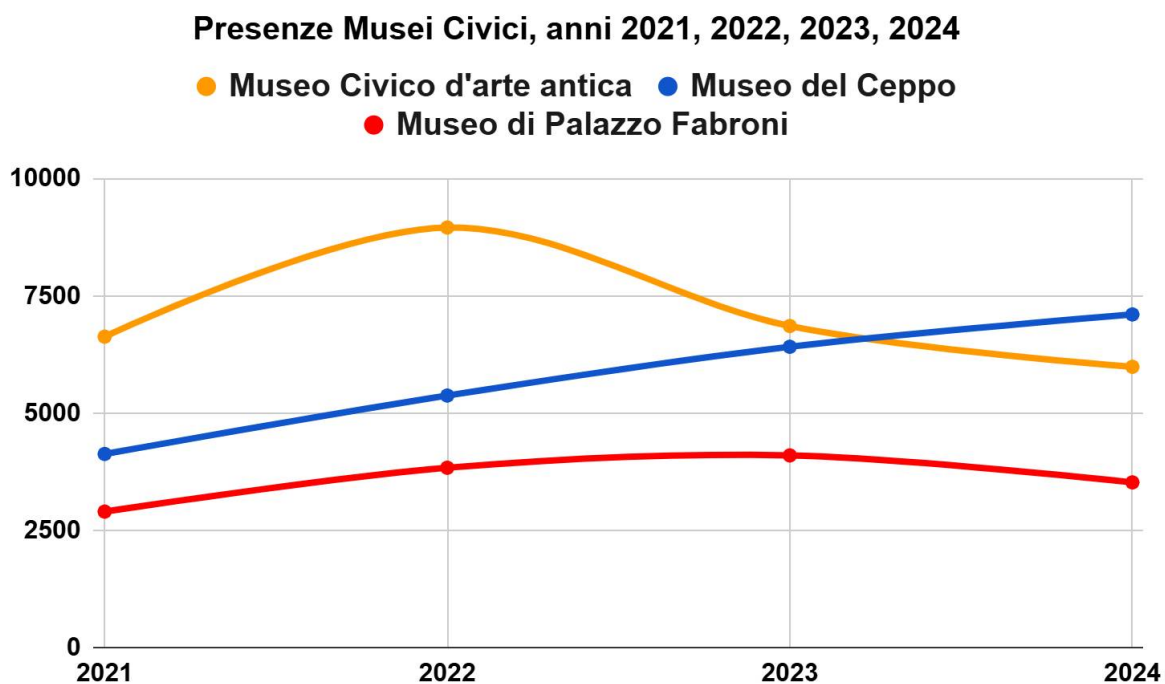
<b>Tipolog. biglietto</b>	<b>Gen</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Apr</b>	<b>Mag</b>	<b>Giu</b>	<b>Lug</b>	<b>Ago</b>	<b>Sett</b>	<b>Ott</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>TOT</b>
<b>Intero</b>	27	30	27	28	31	28	26	36	19	23	17	16	<b>308</b>
<b>Grat Stud. Uni.</b>	9	4	9	24	13	8	12	5	4	10	10	2	<b>110</b>
<b>Ridotto residenti</b>	13	4	1	8	6	17	10	3	8	6	7	0	<b>83</b>
<b>Rid. San Giorgio</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Ridotto gruppi</b>	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>8</b>
<b>Gratuito età</b>	0	7	4	27	8	3	4	14	0	6	6	0	<b>79</b>
<b>Ridotto IN TCI</b>	5	8	19	36	3	7	1	3	6	3	3	1	<b>95</b>
<b>Gratuito Per. spec.</b>	162	152	139	158	331	246	58	82	119	268	74	122	<b>1911</b>
<b>Gratuito scuole</b>	25	4	16	94	99	0	0	0	0	0	0	13	<b>251</b>
<b>Gratuito Cat. Spec.</b>	3	7	13	39	21	2	0	14	63	20	12	13	<b>207</b>
<b>Gratuito Accomp.</b>	2	5	3	4	0	0	0	0	0	0	0	1	<b>15</b>
<b>Gratuito didattica</b>	28	0	185	107	86	13	0	0	6	0	0	0	<b>425</b>
<b>TOT.</b>	<b>274</b>	<b>229</b>	<b>416</b>	<b>525</b>	<b>598</b>	<b>324</b>	<b>111</b>	<b>157</b>	<b>225</b>	<b>336</b>	<b>129</b>	<b>168</b>	<b>3492</b>
<b>Biglietti cumulativi</b>	<b>Gen</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Apr</b>	<b>Mag</b>	<b>Giu</b>	<b>Lug</b>	<b>Ago</b>	<b>Sett</b>	<b>Ott</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>TOT.</b>
<b>Civico + Fabroni</b>	1	0	0	0	0	0	2	0	3	5	0	0	<b>11</b>
<b>Civico + Ceppo</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Fabroni + Ceppo</b>	0	2	0	0	2	0	0	0	0	2	1	0	<b>7</b>
<b>Tre Musei</b>	0	4	0	3	1	0	2	6	0	2	0	0	<b>18</b>
<b>TOT.</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>36</b>
<b>Cumul.vi</b>													
<b>TOT.</b>	<b>275</b>	<b>235</b>	<b>416</b>	<b>528</b>	<b>601</b>	<b>324</b>	<b>115</b>	<b>163</b>	<b>229</b>	<b>345</b>	<b>130</b>	<b>168</b>	<b>3529</b>

### Museo di Palazzo Fabroni, presenze per mese, anno 2024



**Tabella 13 - Presenze totali dei Musei Civici suddivise per sedi, anni 2021, 2022, 2023, 2024**

<b>Presenze totali</b>	<b>Museo Civico d'arte antica</b>	<b>Museo del Ceppo</b>	<b>Museo di Palazzo Fabroni</b>
2021	6634	4134	2905
2022	8961	5379	3840
2023	6862	6419	4103
2024	5992	7108	3528



**Tabella 14 - Caratteristiche e comportamento dell'utenza della pagina Facebook dei Musei Civici, anno 2024**

**Visualizzazioni**

Esporta

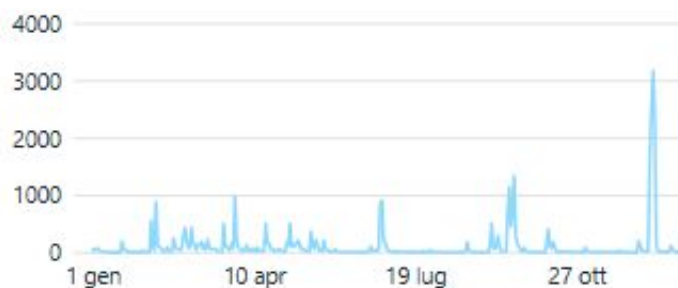
24.755



**Copertura**

Esporta

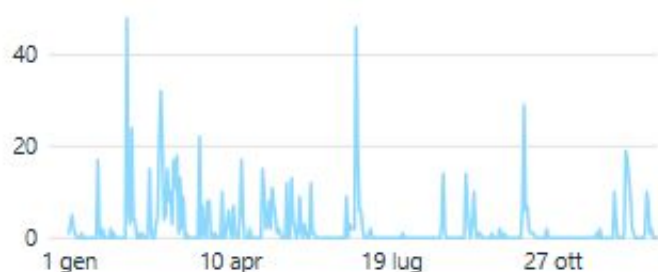
22.413 ↑ 11,6%



**Interazioni con i contenuti**

Esporta

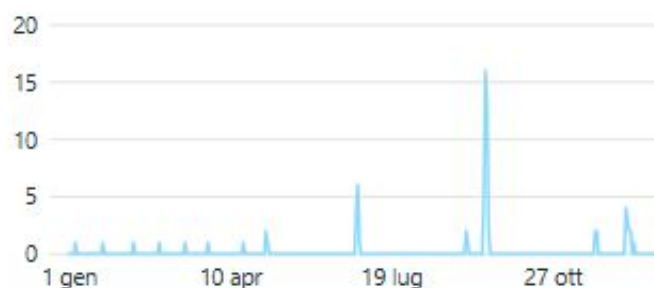
894 ↓ 47,8%



**Clic sul link**

Esporta

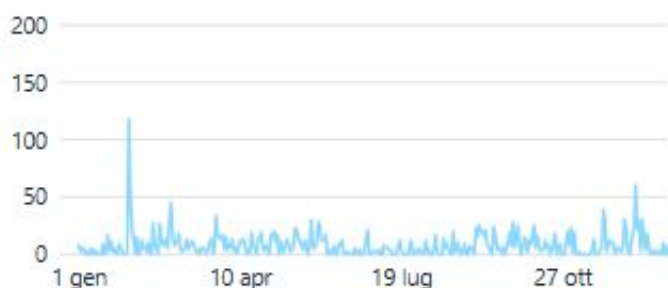
76 ↓ 44,5%



**Visite**

Esporta

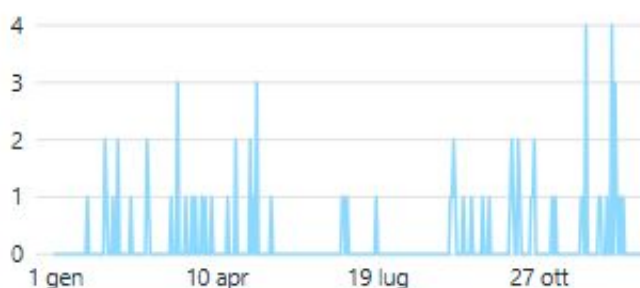
2905 ↑ 17%



**Follower**

Esporta

76 ↓ 24,8%



## Panoramica dei contenuti

Dettaglio: Post organici/inserzioni

Tutti

Post

Storie

Reels

Video

In diretta

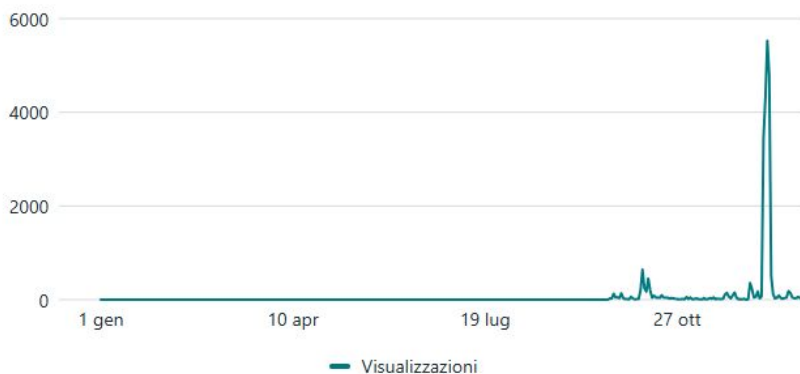
Visualizzazioni **24.755**

Copertura **22.413** ↑ 11,6%

Visualizzazioni di 3 secondi **124** ↓ 65,9%

Visualizzazioni di 1 minuto **5** ↑ 150%

Interazioni con **894** ↓ 47,1%



### Dettaglio delle visualizzazioni

1 gen 2024 – 31 dic 2024

Totali  
**24.755**

Da copertura organica  
**28%**

Dalle inserzioni  
**72%**

## Pubblico

Esporta

Dati demografici

Tendenze

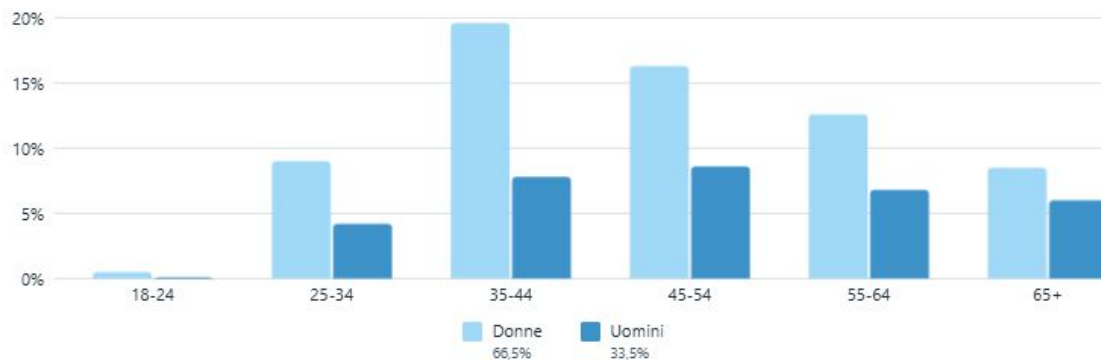
Pubblico potenziale

### Follower

In totale

**1349**

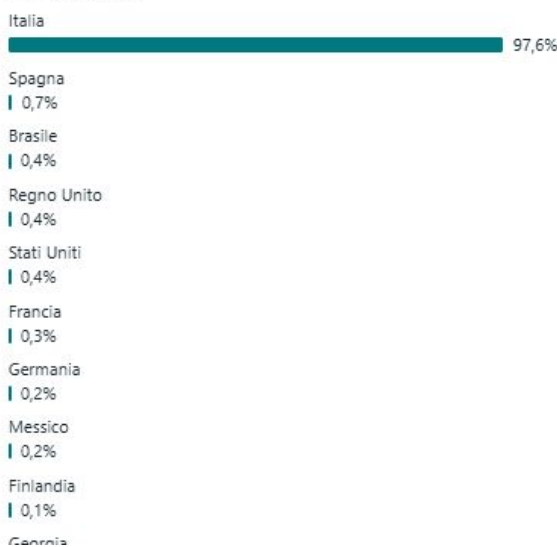
### Età e genere



### Città principali



### Paesi principali



**Tabella 15 - Caratteristiche e comportamento dell'utenza della pagina Facebook di Palazzo Fabroni, anno 2024**

**Visualizzazioni**

Esporta

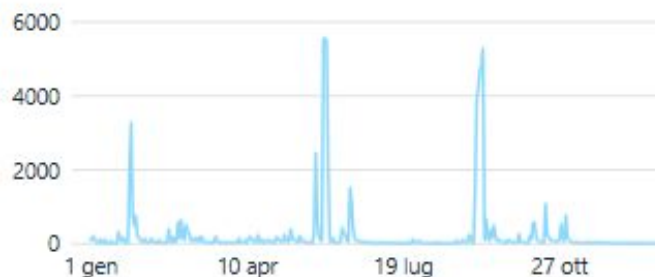
2427



**Copertura**

Esporta

49.565 ↑ 64,1%



**Interazioni con i contenuti**

Esporta

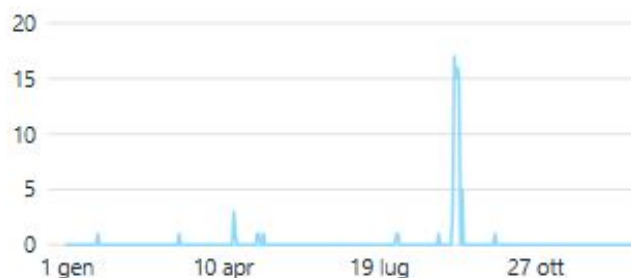
1224 ↑ 50,4%



**Clic sul link**

Esporta

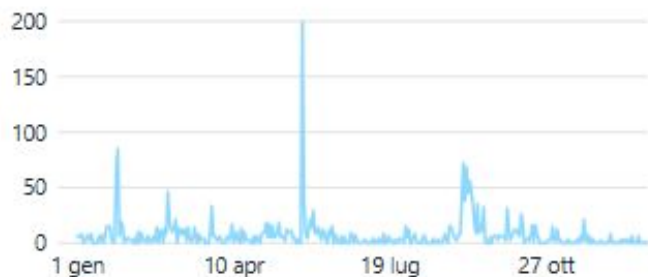
84 ↓ 10,6%



**Visite**

Esporta

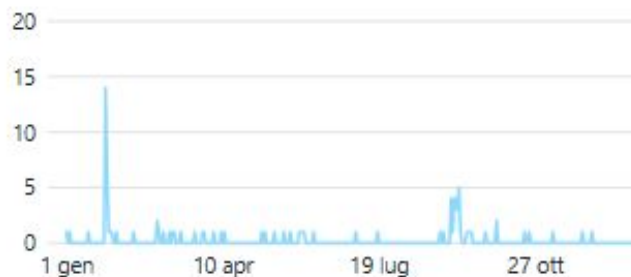
2629 ↑ 21,9%



**Follower**

Esporta

90 ↑ 4,7%



## Panoramica dei contenuti

Dettaglio: Post organici/inserzioni

Tutti Post Storie Reels Video In diretta

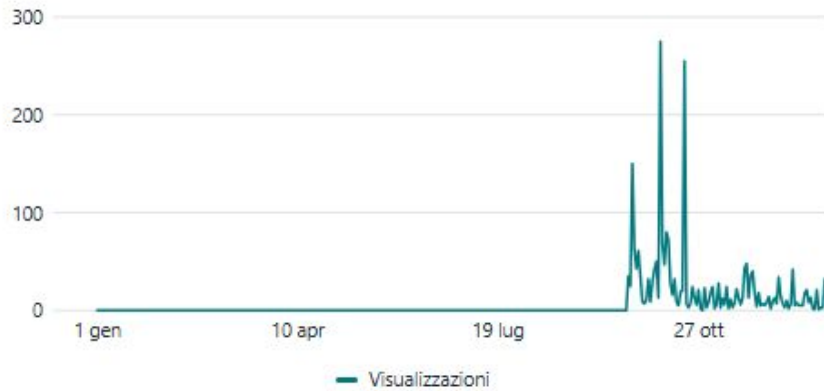
Visualizzazioni **2427**

Copertura **49.565** ↑ 64,1%

Visualizzazioni di 3 secondi **8991** ↑ 4813,1%

Visualizzazioni di 1 minuto **3** ↓ 50%

Interazioni cor **1224** ↑



### Dettaglio delle visualizzazioni

1 gen 2024 - 31 dic 2024

Totali

**2427**

Da copertura organica

**100%**

Dalle inserzioni

**0%**

## Contenuti più popolari in base alle visualizzazioni

Promuovi contenuti

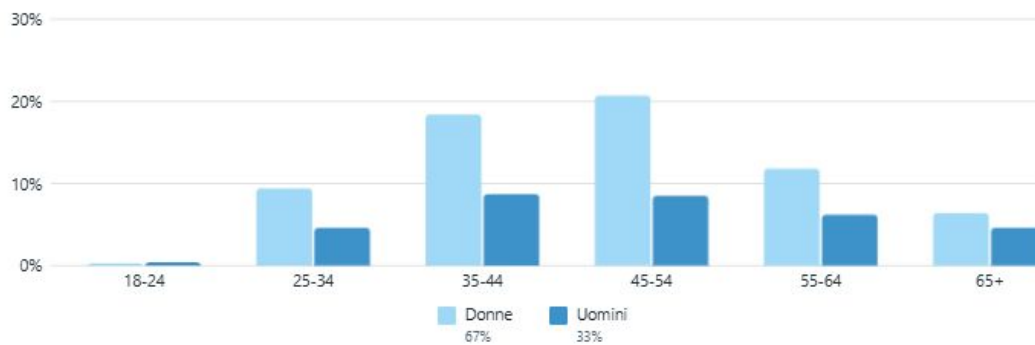
Vedi tutti i contenuti

### Follower

In totale

**2092**

### Età e genere



### Città principali



### Paesi principali

