

COMUNE DI GENOVA

AREA SVILUPPO DELLA CITTÀ E CULTURA

Progetto "Vivaio della Cultura"

Indagine sull'utenza potenziale dei Musei di Genova

Report

a cura di Deborah Erminio, Angela Ferrari, Fabio Tenore

Ottobre 2011



INDICE

Il quadro di riferimento	4
Metodologia	5
Il campionamento.....	7
Le caratteristiche del campione.....	8
I consumi culturali	11
Le opinioni	23
I servizi.....	29
Il questionario	35

IL QUADRO DI RIFERIMENTO

Nel 2010 è stato avviato dal Comune di Genova il progetto denominato **"Vivaio della Cultura"**, suddiviso in tre gruppi di lavoro riguardanti altrettanti argomenti specifici dell'offerta culturale genovese, con particolare riferimento a Biblioteche, Musei e Teatri.

L'indagine in questione si inserisce nell'ambito del Gruppo di Lavoro 1, avente per oggetto e finalità **una "analisi del gradimento dell'offerta culturale e valutazione della gestione dei beni e delle attività culturali"**, per la rilevazione della soddisfazione dell'utenza rispetto all'offerta culturale cittadina, dell'efficienza della gestione delle attività e delle strutture bibliotecarie e museali comunali, con approfondimenti specifici su fruitori e non-fruitori (utenza potenziale).

Tale azione nasce quindi dalla richiesta dell'Ente di effettuare un'indagine approfondita del pubblico dei fruitori reali e potenziali per evidenziare fruizione e grado di soddisfazione dei visitatori di Musei e Biblioteche, con riferimento a strutture, servizi, iniziative, ma con un'attenzione rivolta anche ai consumi culturali/non culturali in generale e agli interessi specifici degli intervistati, genovesi di età compresa tra i 18 e i 75 anni.

Si è deciso pertanto di avviare **due indagini** distinte, una relativa al **Settore Musei** e una al **Settore Biblioteche**, approfondendo specifici aspetti dell'offerta e dei servizi erogati, oltre a indagare sulle aspettative dei cittadini rispetto agli stessi.

Per entrambe le indagini il Settore Musei ha messo a disposizione di ogni intervistato un biglietto omaggio per visitare a scelta uno tra sette musei proposti, da ritirare direttamente nella sede indicata, previa indicazione del codice attribuito a chiusura dell'intervista.

Il lavoro si è articolato nel corso di un anno. A una prima fase di analisi e studio delle indagini già svolte in ambito culturale per il Comune di Genova è seguita una fase di ricerca, analisi e studio di indagini già svolte a livello nazionale sui consumi culturali. E' stata quindi elaborata dal Gruppo un'ipotesi di questionario rispondente alle richieste dell'Ente, poi messa a punto con i Referenti stessi del Progetto per i due Settori. E' stata attivata la ricerca degli intervistatori, seguita da una fase di formazione, affiancamento e supporto personalizzato a seconda delle necessità delle risorse coinvolte. Avviate le rilevazioni, settimanalmente sono stati trasmessi al Settore Musei i codici da convertire in biglietti omaggio per gli intervistati.

Le rilevazioni dell'indagine sull'utenza potenziale dei Musei hanno avuto luogo dal 9 Maggio al 23 Settembre 2011.

Il presente report presenta il lavoro di analisi che è stato svolto sui risultati emersi dall'indagine, al fine di approfondire nel modo più completo le tematiche e gli argomenti oggetto di indagine, e di ricavare dal loro incrocio una panoramica esaustiva sull'utenza potenziale.

METODOLOGIA

Il Questionario

Lo strumento scelto per l'indagine è un questionario **semi-strutturato**, composto esclusivamente da **19 domande a risposta chiusa**, con l'alternativa "altro", dove l'intervistato ha potuto esprimere una risposta differente da quelle opzionabili. Il questionario è composto da **domande dicotomiche, a risposta singola, a risposta multipla o a scala di Likert** (a quattro modalità) a seconda dei casi.

Il questionario è strutturato seguendo la tripartizione classica in:

- **Proprietà socio-grafiche**
- **Comportamenti**
- **Atteggiamenti**

In base agli obiettivi dell'indagine si è pensato di dividere ulteriormente la sezione "atteggiamenti" in "conoscenza" e "aspettative" della proposta culturale offerta dai musei.

La prima sezione è composta da 4 domande che indagano l'**età**, il **genere**, il **titolo di studio** e la **professione** degli intervistati. La domanda età, lasciata aperta per avere un dato più duttile, è stata ricondotta a fasce rappresentanti il campione preso in esame.

La **sezione dei comportamenti** si pone l'obiettivo di indagare quali sono i **consumi culturali** o in maniera più ampia il **loisir**, con particolare riferimento alle **visite museali in città e all'estero**, alla **frequenza di visite** relativa all'ultimo anno e ai **fattori che hanno spinto l'utente a visitare o meno un museo**.

La **sezione riguardante la conoscenza** analizza i **primi musei genovesi che vengono in mente** agli intervistati e indaga sulla conoscenza di alcuni servizi offerti dai Musei, come le **aperture serali** e la **card abbonamento**.

Infine la **sezione delle aspettative** approfondisce il **livello di soddisfazione dell'utenza** rispetto all'offerta museale della città, e successivamente indaga su **ciò che gli intervistati si aspettano dall'offerta di un museo** (servizi di base e accessori).

Con una serie di affermazioni più o meno condivisibili, il questionario approfondisce inoltre la **percezione dei musei** da parte degli intervistati.

Il questionario si chiude indagando sull'**interesse dell'utente a ricevere informazioni sulle attività e sui servizi dei musei** e sui **canali di comunicazione preferiti**.

La somministrazione

La scelta dell'approccio metodologico è dettata dall'angolazione prospettica con cui si vuole osservare il fenomeno sociale oggetto di studio. Poiché l'obiettivo di fondo dell'indagine è quello di conoscere i consumi e le abitudini socio-culturali insieme alla percezione dei musei della Città, per raggiungere la varietà del campione l'**approccio quantitativo** è l'approccio consigliato perché consente di raggiungere un numero di soggetti sufficiente a rappresentare l'intero universo di riferimento.

È stato utilizzato un **questionario mediante il ricorso ad interviste telefoniche, integrato da interviste face to face in Città**, finalizzate al raggiungimento di specifiche fasce d'età.

La scelta delle interviste telefoniche ha comportato notevoli vantaggi, sia per quanto riguarda il raggiungimento di tutte le fasce d'età del campione sia per quanto riguarda elementi di economicità dell'indagine. In particolare è stata utilizzata la **metodologia CATI** (computer assisted telephone interview) per mezzo della quale le telefonate sono state realizzate con l'ausilio della **piattaforma on-line kwiksurveys**. La piattaforma, assolutamente freeware, ha consentito di caricare i questionari ed imputarli contemporaneamente alle realizzazioni delle interviste, bypassando il momento del data-entry. La piattaforma on-line ha rappresentato un valido ausilio anche nel momento in cui gli intervistatori si imbattevano in domande condizionate. Il software, infatti, selezionava automaticamente le domande condizionate in base alla domanda precedente evitando eventuali errori logici da parte degli intervistatori.

Per ovviare ai limiti che questo tipo di rilevazione comporta, ovvero la possibile sottorappresentazione di alcune categorie sociali che potrebbero venire escluse dalla lista del campionamento (come per esempio i soggetti che non compaiono negli elenchi telefonici oppure coloro i quali che per diversi motivi passano poco tempo a casa), si è pensato di effettuare una quota delle interviste *face to face*, durante il Festival SUQ, approfittando dello stand della biblioteca Berio e durante l'orario lavorativo nei pressi del Porto Antico e dell'Università in modo da poter intercettare categorie di utenti più difficilmente raggiungibili per mezzo delle interviste telefoniche.

Per non condizionare l'indagine, i rilevatori non hanno letto agli intervistati le opzioni di risposta, laddove fossero presenti; dopo aver posto le domande hanno incasellato le risposte, riconducendole a quelle presenti, altrimenti, laddove non fosse stato possibile, hanno utilizzato la risposta aperta "altro".

Nelle pagine che seguono verranno presentati i risultati dell'indagine in termini di **grafici e tabelle** (che riportano le frequenze delle risposte fornite dagli intervistati e le frequenze percentuali calcolate sul totale delle risposte o sul totale dei rispondenti). Sono state analizzate inoltre le **relazioni tra le variabili (analisi statistica bivariata)**, al fine di individuare l'esistenza di correlazioni significative tra due o più variabili.

IL CAMPIONAMENTO

L'universo di riferimento è rappresentato dalla **popolazione dai 18 anni ai 75 anni residente nel Comune di Genova** (pari a 447.523 persone secondo gli ultimi dati Istat disponibili e relativi all'inizio del 2010).

Per l'individuazione della numerosità del campione si è scelto un **livello di confidenza del 95%** e un **intervallo del 2,7%**.

Il campione doveva essere costituito da **1.317 soggetti**; al termine dell'indagine sono stati somministrati 1.325 questionari, di cui **1.276 validi**.

I soggetti sono stati estratti con criterio casuale seguendo il piano di campionamento, dettagliato di seguito, in modo da costituire un campione statisticamente rappresentativo della popolazione residente. Non essendo possibile utilizzare le liste anagrafiche comunali, si è fatto ricorso ad un **campionamento stratificato**, dove ogni strato è stato calcolato in modo proporzionale in base alla distribuzione per sesso e per età della popolazione.

Piano di campionamento previsto

Fasce d'età

		18-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-75	
sesso	Maschi	52	40	51	67	71	69	60	55	59	52	60	635
	Femmine	49	40	52	68	72	72	64	60	66	62	77	682
totale		101	79	103	135	143	141	124	115	125	114	137	1317

Piano di campionamento realizzato

Fasce d'età

		18-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-75	totale
sesso	Maschi	57	51	49	63	66	64	58	48	55	48	56	615
	Femmine	68	44	51	76	72	70	63	66	65	57	78	710
totale		125	95	100	139	138	134	121	114	120	105	134	1325

LE CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE

Genere

	Valore assoluto	Incidenza %
Femmina	675	53%
Maschio	601	47%
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1276	100%

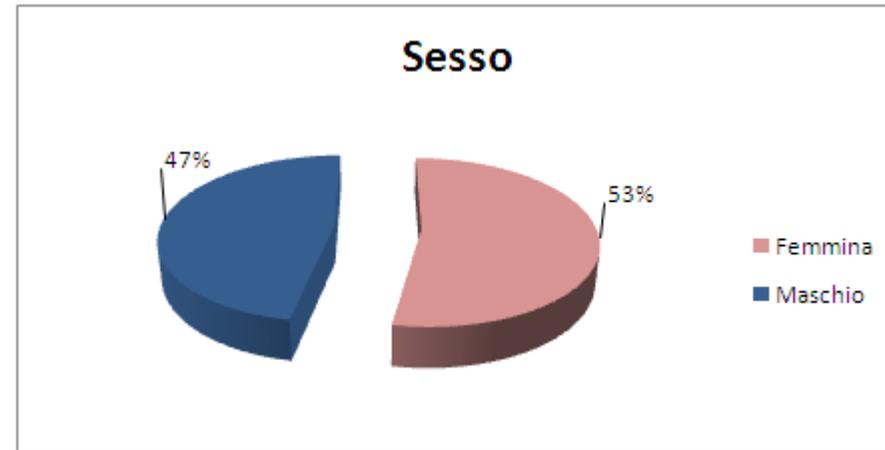


Grafico 1

Età

	Valore assoluto	Incidenza %
fino a 24	101	8%
da 25 a 29	83	7%
da 30 a 34	100	8%
da 35 a 39	131	10%
da 40 a 44	138	11%
da 45 a 49	134	11%
da 50 a 54	121	9%
da 55 a 59	110	9%
da 60 a 64	120	9%
da 65 a 69	105	8%
oltre 70	133	10%
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1276	100%

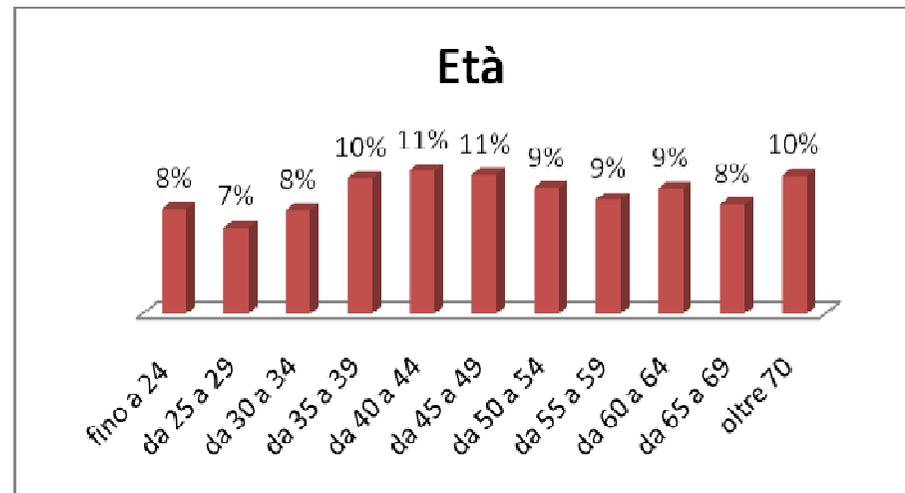


Grafico 2

TITOLO DI STUDIO

	Valore assoluto	Incidenza %
Licenza Elementare	67	5%
Licenza Media	242	19%
Diploma di maturità	549	43%
Laurea	350	27%
Post Laurea	67	5%
na	1	
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1275	100%

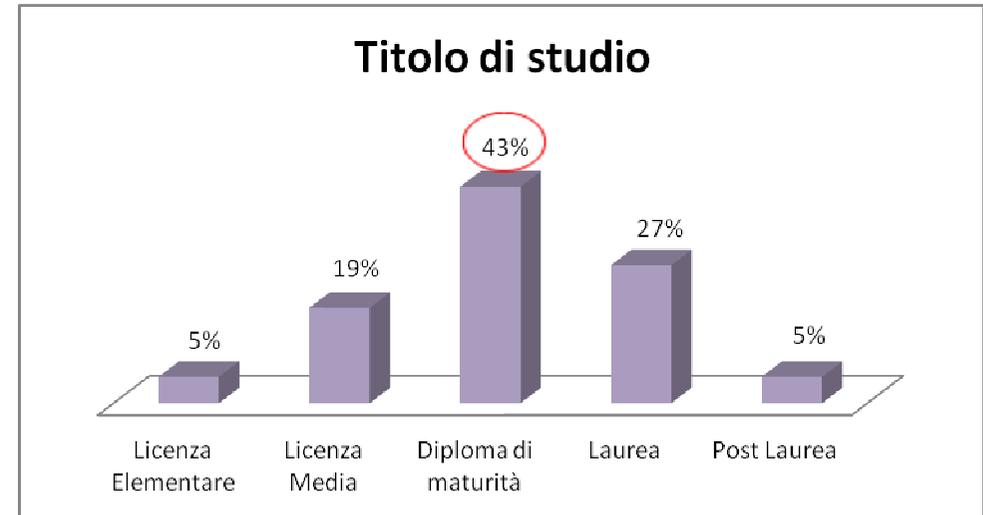


Grafico 3

CONDIZIONE NEL MERCATO DEL LAVORO / PROFESSIONE

Professione	Valore assoluto	Incidenza %
Impiegati e professioni tecniche	335	26%
Pensionato	269	21%
Casalinga	139	11%
Libero professionista/imprenditore	130	10%
Studente	122	10%
Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	119	9%
Artigiani, operai specializzati e professioni qualificate nel commercio e nei servizi	88	7%
Disoccupato	48	4%
professioni semi-qualificate e non-qualificate	21	2%
na	5	
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1271	100%

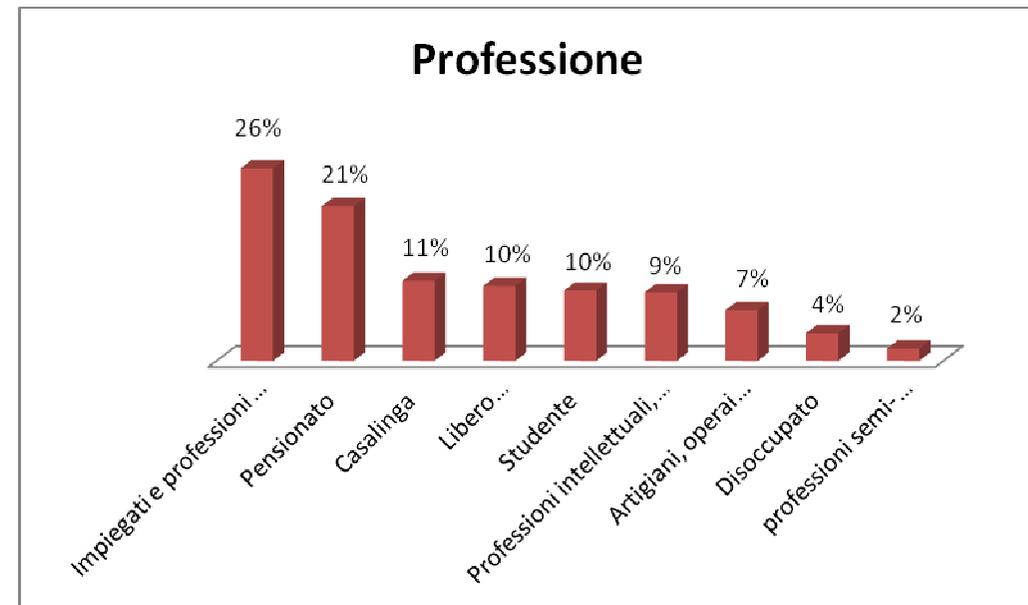


Grafico 4

Il campione è composto da un numero lievemente maggiore di donne, ma può essere comunque considerato rappresentativo della realtà cittadina genovese. **L'età media del campione è di 48 anni** (un punto percentuale in più rispetto all'età media della popolazione genovese da cui il campione è stato estratto).

La distribuzione dei titoli di studio e la condizione degli individui rispetto al mercato del lavoro possono agire come variabili esplicative dei comportamenti di fruizione dei servizi museali e dei consumi culturali. Nei paragrafi successivi saranno pertanto incrociate con le domande del questionario. L'influenza di una variabile sull'altra o la forza di associazione tra due variabili è misurata tramite opportuni indicatori statistici.

Il livello di istruzione degli intervistati è piuttosto alto, dal momento che buona parte degli intervistati ha conseguito un diploma (43%) o una laurea (27%), e sicuramente è più elevato rispetto ai livelli di istruzione che emergono dalle rilevazioni dell'Istat. Un maggior livello di istruzione potrebbe aver indotto le persone ad una maggiore disponibilità verso l'intervista telefonica.

Nella suddivisione delle professioni, alla luce della numerosità delle risposte aperte, le varie categorie di lavoratori sono state riclassificate prendendo come riferimento le unità professionali dell'Istat.

I CONSUMI CULTURALI**Come passa il tempo libero?**

	Valore assoluto	Incidenza %
Stare con amici/famiglia	855	69%
Letture	451	36%
Sport	345	28%
Cinema	331	27%
Guardare la tv	258	21%
Teatro	177	14%
Musei o mostre	171	14%
Concerti	112	9%
Shopping	88	7%
Passeggiate	86	7%
Associazionismo/volontariato	74	6%
Conferenze	45	4%
Bricolage/giardinaggio/cucito	29	2%
Musica	27	2%
Viaggi	26	2%
Computer/videogame	24	2%
Studio	18	1%
Mare/campagna/montagna	17	1%
Attività domestiche	16	1%
Altro	10	1%
Cucina	8	1%
Disegno/pittura	8	1%
Fotografia	7	1%
na	31	
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1245	



Grafico 5.

Domanda a risposta multipla. L'incidenza percentuale è calcolata in base al numero dei rispondenti, pertanto la somma delle percentuali può essere superiore a 100

Il dato più rilevante è che **il 69% degli intervistati ha dichiarato di passare il tempo libero con amici o famiglia**. In percentuale si tratta principalmente di **disoccupati** (il 90% dei quali passa il tempo libero tra famiglia e amici) e **impiegati** (76%) .

Distinguendo tra consumi strettamente culturali (lettura, cinema, teatri, musei, concerti, conferenze, musica, disegno/pittura e fotografia) e consumi non-culturali (nel senso di non strettamente legati all'offerta culturale), si evidenzia che **il 58% del tempo libero viene impiegato in consumi non culturali**.

Per quanto riguarda i consumi più strettamente culturali associati al tempo libero prevale la **lettura** (in prevalenza si tratta di chi è occupato in professioni intellettuali e scientifiche) con il **36%** di risposte. Tale consumo non prevede necessariamente uno spostamento dalla propria abitazione né un particolare coinvolgimento di tipo sociale. Solo al quarto posto nella classifica dei consumi, con un **27%** di fruizione del **cinema** (in prevalenza disoccupati, impiegati e studenti), i consumi culturali iniziano a prevedere uno spostamento dalla propria abitazione.

Incrociando il dato con alcune caratteristiche socio-anagrafiche si rileva che, per quanto riguarda l'età, al primo posto tra i consumi culturali dei cittadini **dai 18 ai 40 anni prevale il cinema**, mentre per le fasce d'età **dai 41 ai 75 prevale la lettura**. Nelle fasce d'età dai 41 ai 60 la lettura è seguita dal cinema, mentre nelle fasce d'età dai 61 ai 75 la lettura è seguita dai musei.

Si può notare che **esiste una correlazione tra titolo di studio e consumi culturali**. In proporzione, con l'aumentare del titolo di studio aumentano anche i consumi culturali. Si evidenzia, in particolar modo, che coloro i quali possiedono una licenza elementare come titolo di studio più alto hanno dei consumi culturali che si avvicinano allo 0. Si può quindi considerare il titolo di studio come una discriminante per la fruizione dell'offerta culturale.

In una distinzione per professioni si può notare che solo **gli studenti e gli impiegati preferiscono andare al cinema piuttosto che leggere** un libro. Coloro i quali, invece, sono occupati in **professioni intellettuali o scientifiche, al cinema preferiscono il teatro**.

Con riferimento specifico all'oggetto diretto dell'indagine, il 14% degli intervistati ha dichiarato di recarsi nel proprio tempo libero a visitare musei o mostre, risultato quasi uguale seppure di poche unità inferiore rispetto a quello del pubblico che ha dichiarato di recarsi a teatro. Il risultato è invece superiore rispetto a quello del pubblico che si reca ai concerti, pari solo al 7%.

Dalla risposta *altro* sono emersi risultati poi raggruppati nelle categorie *passeggiate, bricolage/giardinaggio, musica, viaggi, computer/videogame, mare/campagna/montagna, cucina, disegno/pittura e fotografia*. Pur non rientrando nella tradizionale definizione di "loisir", sono inoltre state inserite le categorie *studio e attività domestiche*, in quanto emerse tra le risposte *altro*.

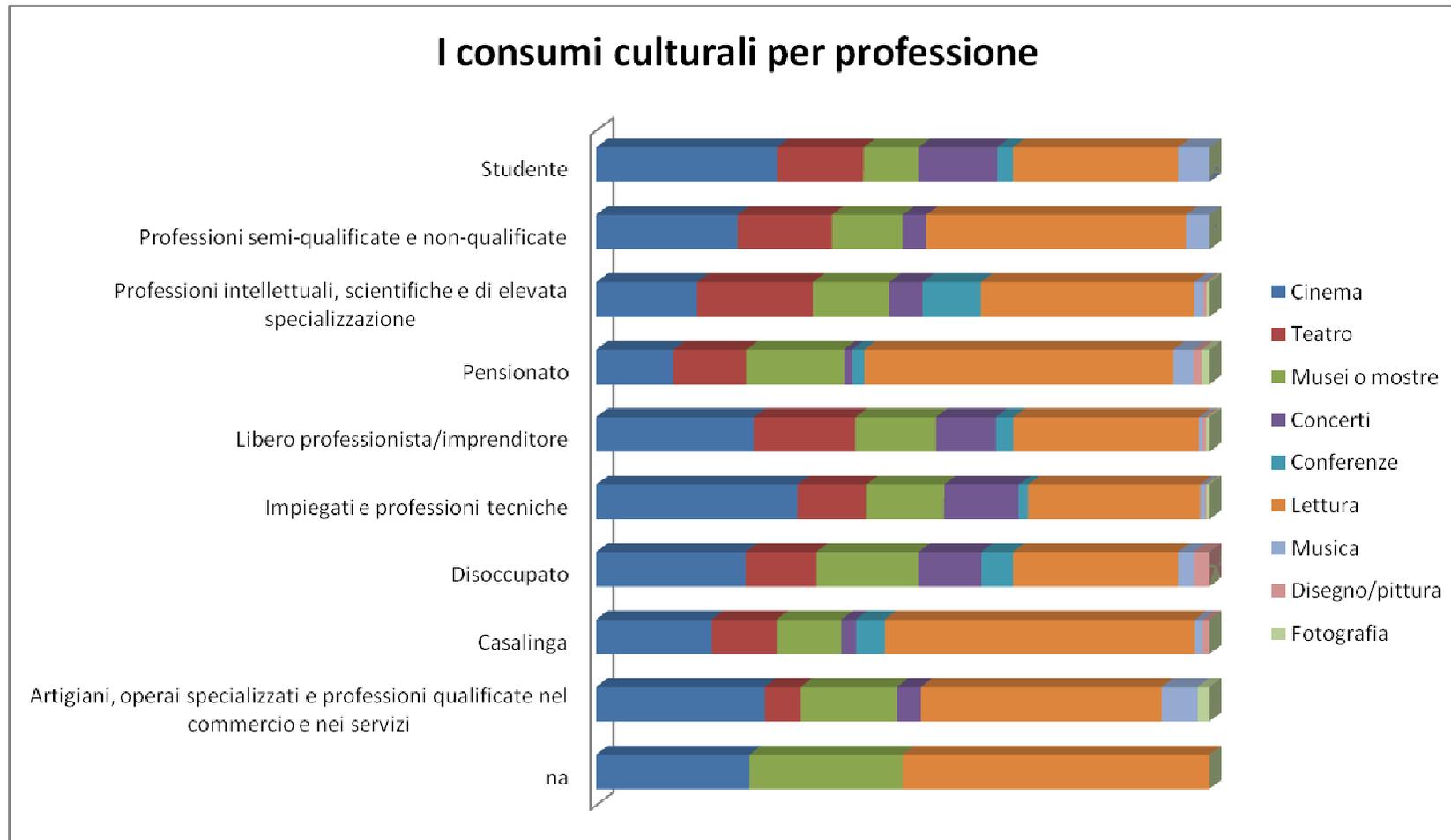


Grafico 6

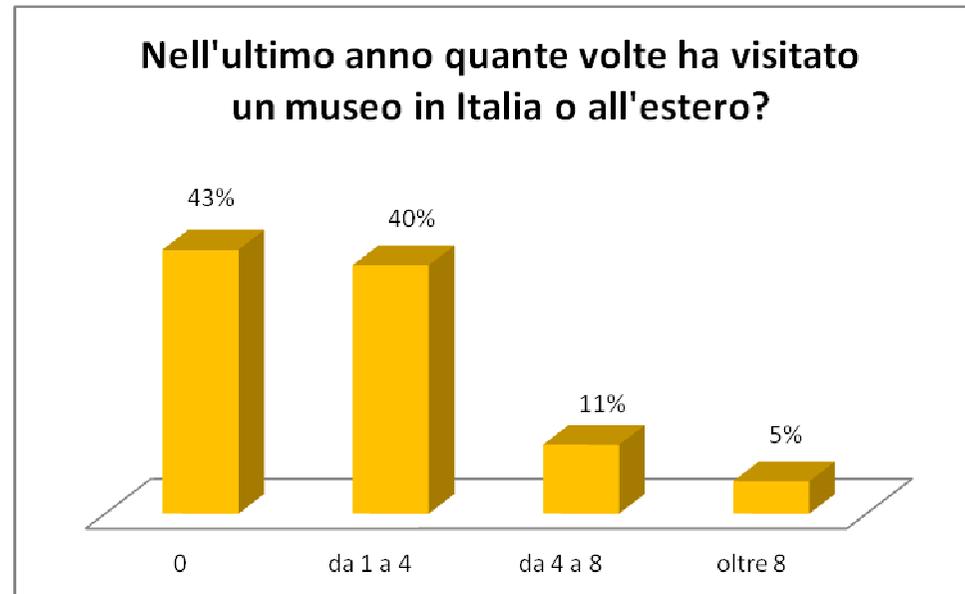


Grafico 7

Nell'ultimo anno quante volte ha visitato un museo in Italia o all'estero?	Valore assoluto	Incidenza %
0	544	43%
da 1 a 4	512	40%
da 4 a 8	142	11%
oltre 8	67	5%
na	11	
Totale complessivo	1276	
Totale Rispondenti	1265	

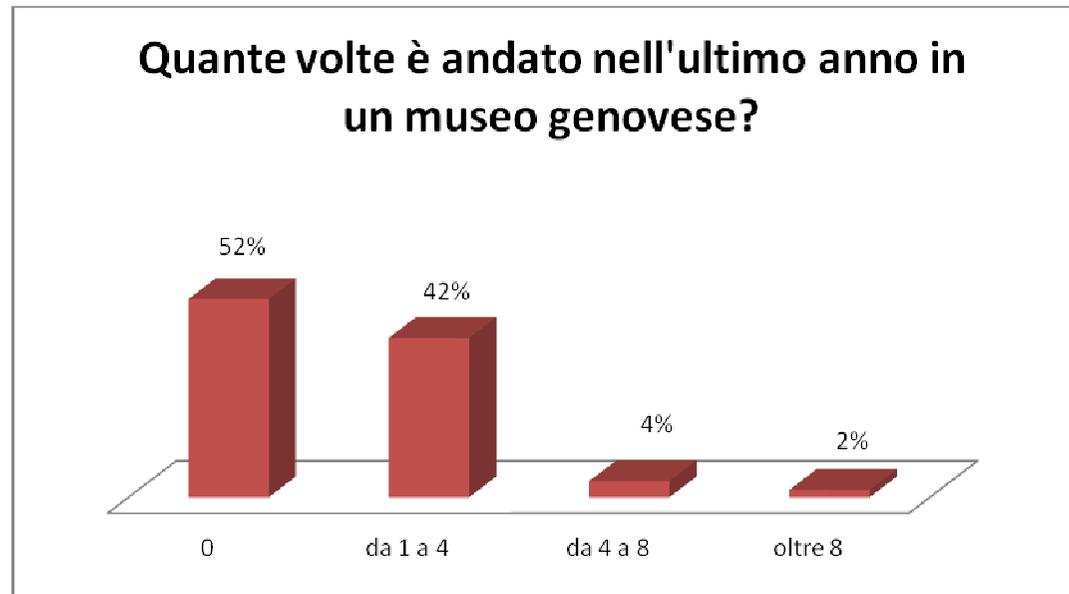


Grafico 8

Quante volte è andato nell'ultimo anno in un museo genovese?	Valore assoluto	Incidenza %
0	659	52%
da 1 a 4	530	42%
da 4 a 8	54	4%
oltre 8	25	2%
na	8	
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1268	



Grafico 9

Domanda a risposta multipla. L'incidenza percentuale è calcolata in base al numero dei rispondenti, pertanto la somma delle percentuali può essere superiore a 100

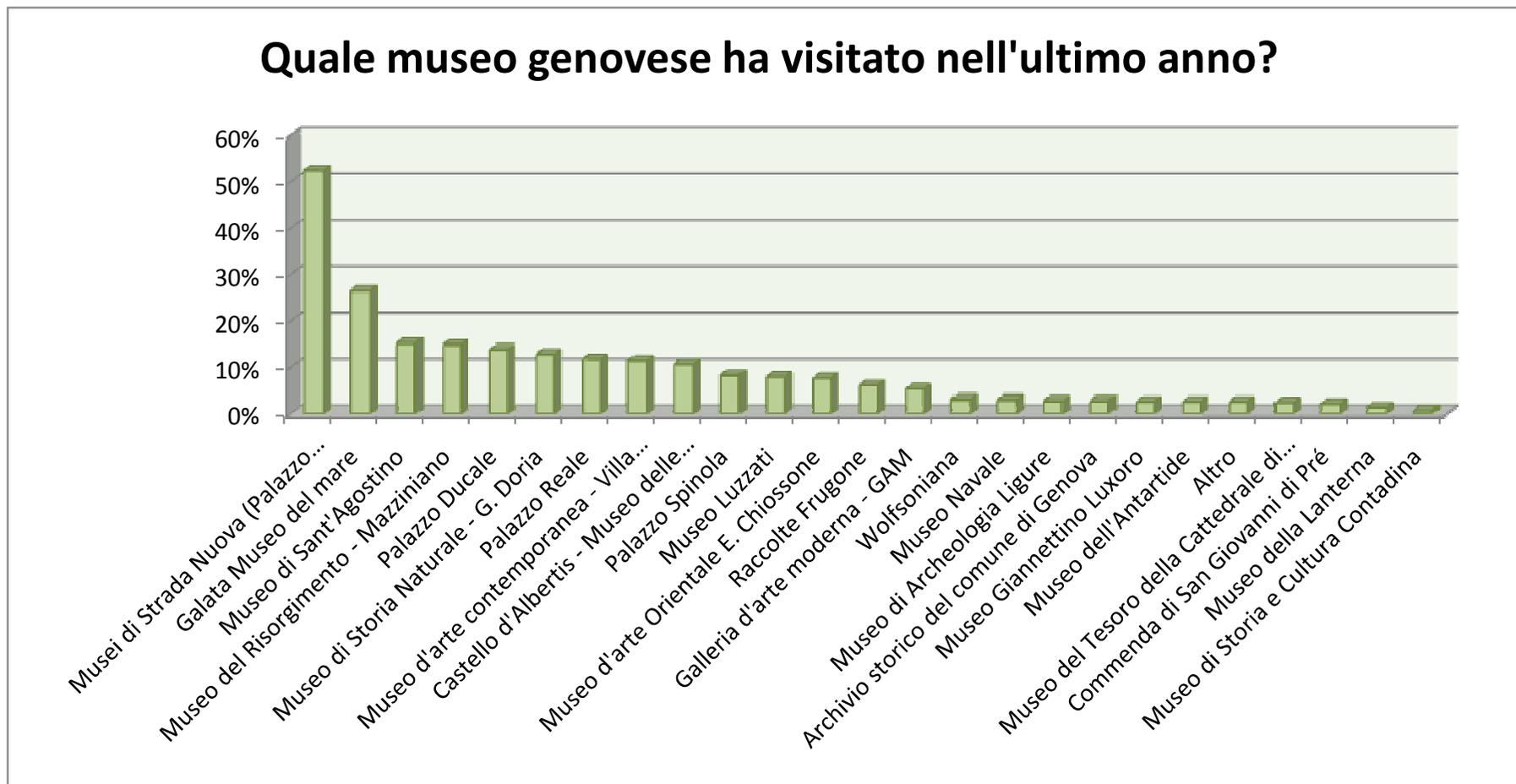


Grafico 10

Domanda a risposta multipla. L'incidenza percentuale è calcolata in base al numero dei rispondenti, pertanto la somma delle percentuali può essere superiore a 100

Quale museo genovese ha visitato nell'ultimo anno?	Valore assoluto	Incidenza %
Musei di Strada Nuova (Palazzo Bianco, Palazzo Rosso, Palazzo Tursi)	311	52%
Galata Museo del mare	157	26%
Museo di Sant'Agostino	90	15%
Museo del Risorgimento - Mazziniano	88	15%
Palazzo Ducale	82	14%
Museo di Storia Naturale - G. Doria	76	13%
Palazzo Reale	70	12%
Museo d'arte contemporanea - Villa Croce	68	11%
Castello d'Albertis - Museo delle culture del mondo	63	11%
Palazzo Spinola	49	8%
Museo Luzzati	47	8%
Museo d'arte Orientale E. Chiossone	45	8%
Raccolte Frugone	36	6%
Galleria d'arte moderna - GAM	31	5%
Wolfsoniana	18	3%
Museo Navale	17	3%
Museo di Archeologia Ligure	16	3%
Archivio storico del comune di Genova	16	3%
Museo Giannettino Luxoro	15	3%
Museo dell'Antartide	15	3%
Altro	15	3%
Museo del Tesoro della Cattedrale di San Lorenzo	14	2%
Commenda di San Giovanni di Pré	12	2%
Museo della Lanterna	8	1%
Museo di Storia e Cultura Contadina	4	1%
na	14	
Totale complessivo	607	
Totale rispondenti	593	

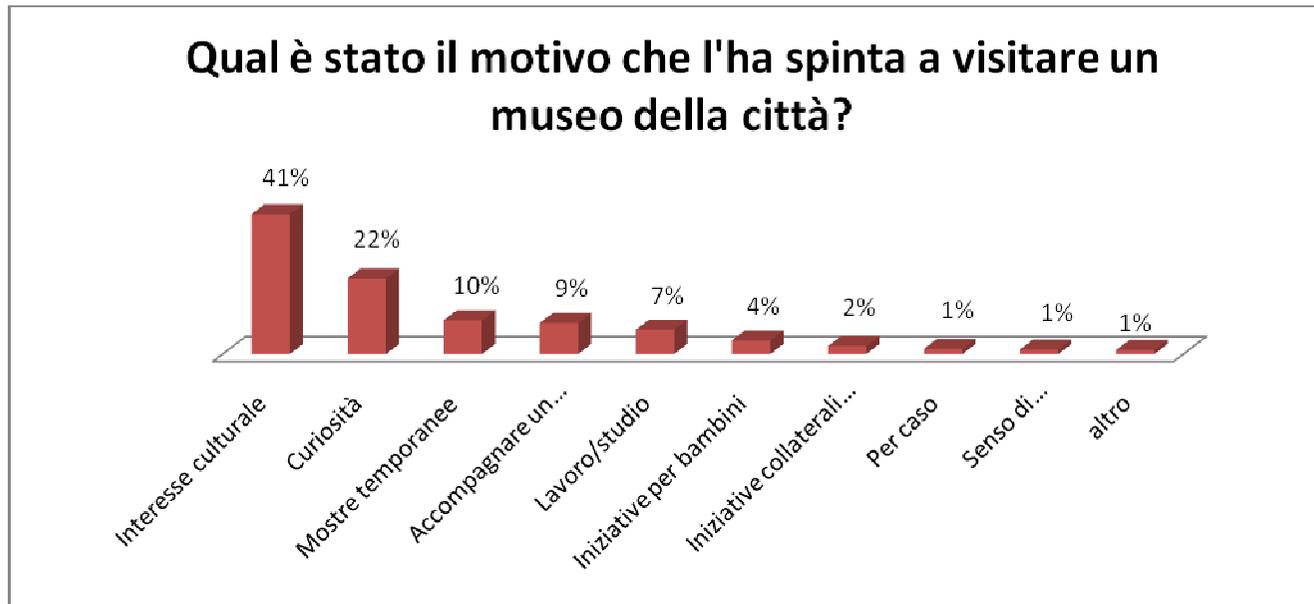


Grafico 11

Qual è stato il motivo principale che l'ha spinto a visitare un museo della città?	Valore assoluto	Incidenza %
Interesse culturale	248	41%
Curiosità	134	22%
Mostre temporanee	60	10%
Accompagnare un amico/partner	55	9%
Lavoro/studio	43	7%
Iniziative per bambini	24	4%
Iniziative collaterali interessanti (Eventi)	14	2%
Per caso	9	1%
Senso di appartenenza alla città	8	1%
altro	7	1%
na	7	
Totale complessivo	609	
Totale rispondenti	602	100%



Grafico 12

Domanda a risposta multipla. L'incidenza percentuale è calcolata in base al numero dei rispondenti, pertanto la somma delle percentuali può essere superiore a 100

Il dato più rilevante è che quasi la metà degli intervistati (il 43%) non ha mai visitato un museo nell'ultimo anno, né in Italia né all'estero, ma una percentuale di poco inferiore (il 40%) li ha visitati da 1 a 4 volte.

Per quanto riguarda invece i risultati relativi alle visite dei musei genovesi nell'ultimo anno, è emerso che oltre la metà (il 52%) degli intervistati non è mai andata a visitare un museo nell'ultimo anno, mentre il 42% ci è andata da 1 a 4 volte. Non si rileva una grande differenza tra uomini e donne, che visitano quasi allo stesso modo i musei. Con riferimento alle professioni si rileva in particolare che tra coloro che non hanno visitato neanche un museo nell'ultimo anno prevalgono pensionati (25%) e impiegati (22%). Gli impiegati, tuttavia, risultano essere anche la categoria professionale più rappresentata tra coloro i quali hanno visitato da 1 a 4 volte un museo nell'ultimo anno (32%). Si evidenzia inoltre che i pensionati risultano essere la fascia di popolazione maggiormente fidelizzata. Il 40% di chi ha visitato più di 8 musei e il 30% di chi ne ha visitati da 4 a 8 risulta essere un pensionato. Risultando, invece, solo il 15% di coloro i quali hanno visitato un museo da 1 a 4 volte nell'ultimo anno, si evidenzia, quindi, come i pensionati non frequentino per niente i musei oppure li frequentino molto.

Esiste una correlazione tra il titolo di studio posseduto e le visite ai musei della città nell'ultimo anno. All'aumentare del titolo di studio aumenta anche la fruizione dell'offerta museale cittadina. Se volessimo tracciare **il profilo del visitatore medio dei musei genovesi** potremmo dire che si tratta di **un impiegato, un insegnante o uno studente, con un titolo di studio medio alto, che è indistintamente uomo o donna e che ha un basso grado di fidelizzazione.**

Il motivo principale per cui non sono stati visitati i musei della città è stata la **mancanza di tempo (36%)**, seguita dal **non interesse (23%)** e da **impegni familiari (22%)**. In particolare i disoccupati non visitano musei prevalentemente per mancanza di interesse, mentre le casalinghe e i pensionati sono le categorie che non li frequentano per impegni familiari.

In una distinzione di genere, emerge che sia uomini che donne non frequentano i musei soprattutto per mancanza di tempo. Come secondo motivo prevalente, le donne non li frequentano per impegni familiari mentre gli uomini per mancanza di interesse.

Tra coloro che hanno invece visitato almeno un museo, i più visitati sono stati quelli di **Strada Nuova (52%)**. Il secondo museo più visitato è stato il **Galata Museo del Mare (26%)**, seguito dal **Museo di Sant'Agostino (15%)** e dal Museo del Risorgimento (15%). L'elevata percentuale di visite che ha toccato quest'ultimo Museo potrebbe essere ricondotta alla ricorrenza dei 150 anni dall'Unità d'Italia e alla mostra *Il Bacio. Un capolavoro per l'Italia*, che ha presentato nel Museo il "Bacio" di Francesco Hayez nel periodo 2 ottobre 2010 - 24 febbraio 2011 (qualche intervistato ha espressamente dichiarato che il motivo principale che l'ha spinto a visitare un museo è stato la possibilità di vedere l'opera).

Dall'indagine è inoltre emerso che **Palazzo Ducale viene percepito** a tutti gli effetti **come un museo**, probabilmente in virtù delle mostre dai contenuti forti che vi si realizzano. In considerazione del fatto che l'indagine intende approfondire la percezione dei Genovesi rispetto ai musei cittadini e in considerazione dell'elevato numero di intervistati che hanno dichiarato di averlo visitato (14%, subito dopo il Museo del Risorgimento) si è pertanto deciso di inserirlo tra quelli che i Genovesi percepiscono come Musei, pur non rientrando correttamente nella categoria.

Si nota inoltre come **l'interesse culturale** sia in assoluto il **motivo principale che spinge a visitare un museo (41%)**, seguito da **curiosità (22%)** e **mostre temporanee (10%)**.

Sebbene la domanda *Quale museo ha visitato nell'ultimo anno* sia stata posta solo a chi ha risposto di averne effettivamente visitato almeno uno, e quindi l'incidenza percentuale è stata calcolata su un totale di 607 unità, mentre la domanda sui primi musei della città che vengono in mente è stata fatta indistintamente a tutti gli intervistati, si può comunque evidenziare come i Musei di Strada Nuova abbiano raccolto in entrambi i casi il numero più alto di risposte. In quest'ultima domanda il 74% li ha citati tra i primi venuti in mente. Un dato interessante evidenziato dagli intervistatori è stato però che tali musei venivano quasi sempre citati singolarmente (Palazzo Rosso, Bianco, etc.), ma quasi mai come Polo. Al limite si parlava più genericamente di "Musei di Via Garibaldi". E' emersa quindi la sensazione che tali Musei siano ancora percepiti come entità singole e non facenti parte di un unico Polo. Anche il Galata Museo del Mare è al secondo posto sia tra i primi menzionati (49%) sia tra quelli visitati da chi è stato almeno una volta nell'ultimo anno in un Museo genovese. Palazzo Ducale, con l'11%, di risposte riconferma la percezione dei genovesi che sia un Museo. Tra i non-musei, sono stati citati anche la Villa del Principe e l'Acquario. Sebbene non sia corretto farli rientrare nella definizione di museo, si è ritenuto comunque interessante inserirli tra i risultati dell'indagine per dare un quadro completo su quelli che i Genovesi percepiscono come Musei.

LE OPINIONI

E' un luogo frequentato solo da addetti ai lavori	Valore assoluto	Incidenza %
na	40	
Molto d'accordo	24	2%
Abbastanza d'accordo	125	10%
Poco d'accordo	339	27%
Per niente d'accordo	748	61%
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1236	

E' un luogo frequentato solo da addetti ai lavori

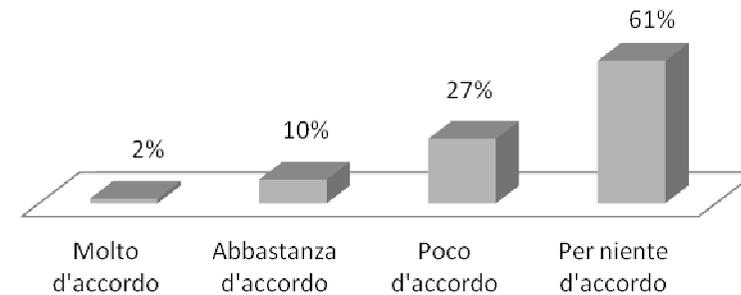


Grafico 13

Si può passare tempo e incontrare gente	Valore assoluto	Incidenza %
na	49	
Molto d'accordo	225	18%
Abbastanza d'accordo	544	44%
Poco d'accordo	358	29%
Per niente d'accordo	100	8%
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1227	

Si può passare tempo e incontrare gente

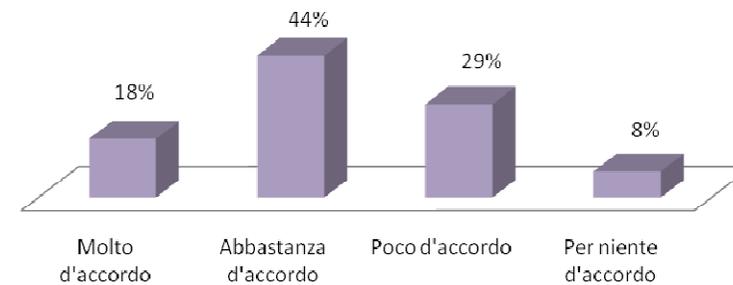


Grafico 14

Si va per arricchirsi culturalmente	Valore assoluto	Incidenza %
na	40	
Molto d'accordo	894	72%
Abbastanza d'accordo	326	26%
Poco d'accordo	13	1%
Per niente d'accordo	3	0%
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1236	

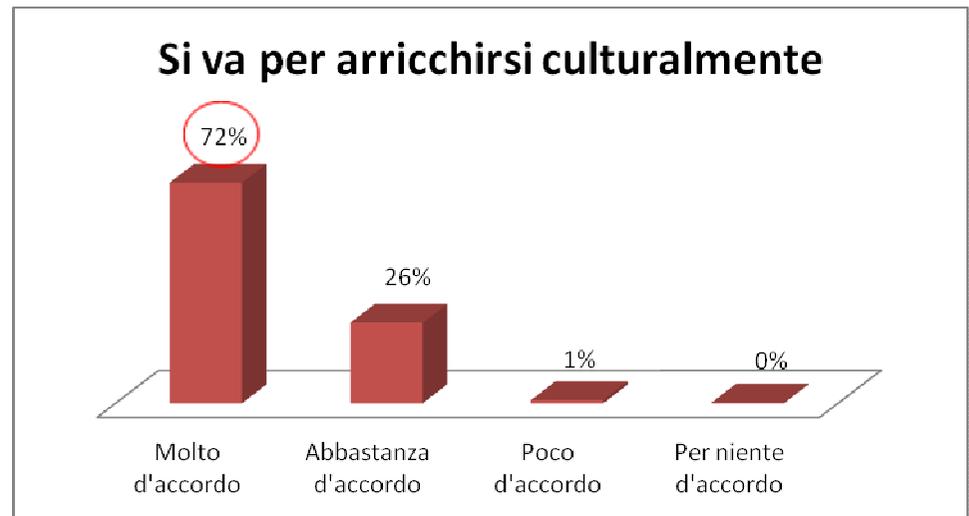


Grafico 15

Si conserva il patrimonio della città	Valore assoluto	Incidenza %
na	50	
Molto d'accordo	845	69%
Abbastanza d'accordo	308	25%
Poco d'accordo	63	5%
Per niente d'accordo	10	1%
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1226	

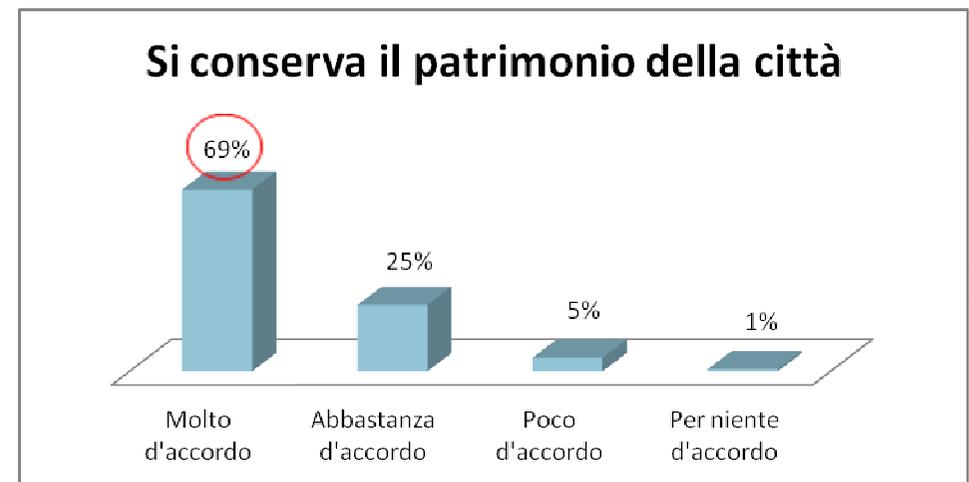


Grafico 16

E' un luogo per partecipare ad eventi e condividere interessi comuni	Valore assoluto	Incidenza %
na	57	
Molto d'accordo	450	37%
Abbastanza d'accordo	539	44%
Poco d'accordo	189	16%
Per niente d'accordo	41	3%
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1219	

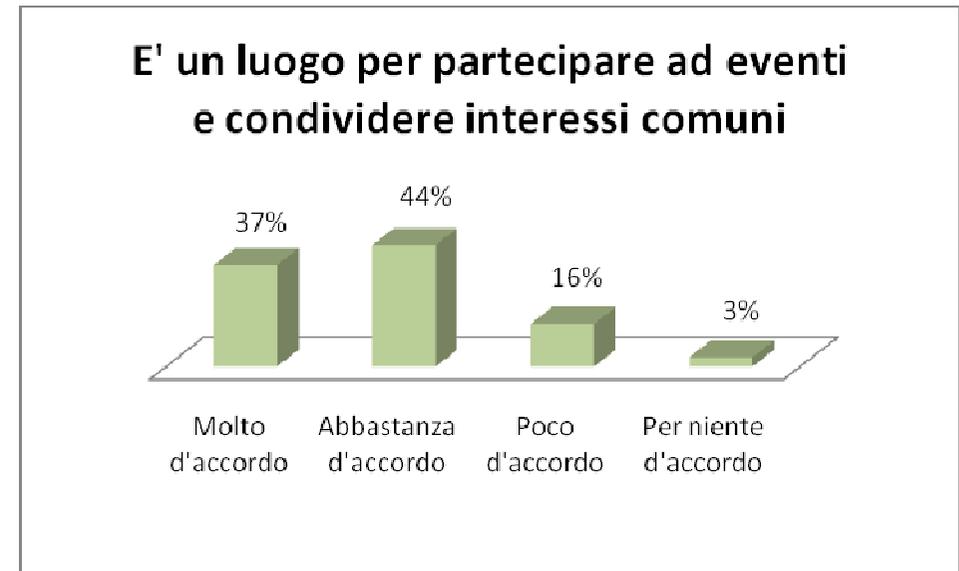


Grafico 17

Un'altissima percentuale di intervistati (l'88%) ha dichiarato di non essere per niente d'accordo con l'affermazione *Il Museo è un luogo solo per addetti ai lavori* (il 61% si è dichiarato per niente d'accordo con la frase, il 27% poco). Si può quindi affermare a ragione che il Museo non viene sentito come un luogo inaccessibile o riservato a chi abbia già un'approfondita esperienza in materia. Ciò giustifica in un certo senso anche l'alta percentuale di intervistati (62%) che ha dichiarato di essere d'accordo con l'affermazione *Il Museo è un luogo in cui si può passare tempo e incontrare gente* (di cui il 44% si è dichiarato abbastanza d'accordo, il 18% molto). Il Museo viene quindi percepito come luogo di svago e luogo d'incontro, non esclusivo. Tra coloro i quali pensano che il museo non sia un luogo di svago la maggior parte appartiene alla fascia d'età 41-50 e si tratta soprattutto di artigiani e impiegati. Rimane però anche la tradizionale immagine del Museo come luogo in cui si va per arricchirsi culturalmente (il 98% si è dichiarato d'accordo con l'affermazione, di cui il 72% molto, il 26% abbastanza) e come luogo in cui si conserva il patrimonio della Città

(il 94% si è dichiarato d'accordo con l'affermazione, di cui il 69% molto il 25% abbastanza). Molto forte anche l'immagine del Museo come luogo in cui si va per partecipare a eventi e condividere interessi comuni. L'81% si è dichiarato d'accordo con l'affermazione (di cui il 37% molto, il 44% abbastanza). Coerentemente con quanto affermato prima tra coloro i quali sono poco d'accordo nel considerare un luogo per partecipare ad eventi spicca la fascia d'età dai 41 a 50 anni, soprattutto artigiani ed impiegati.

Si può quindi affermare che **il Museo viene fortemente percepito al tempo stesso come luogo di arricchimento culturale e conservazione del patrimonio, ma anche come luogo di socialità e svago.**

E' a conoscenza dell'apertura serale dei Musei di Strada Nuova al Venerdì?	Valore assoluto	Incidenza %
na	19	
No	681	54%
Si	576	46%
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1257	

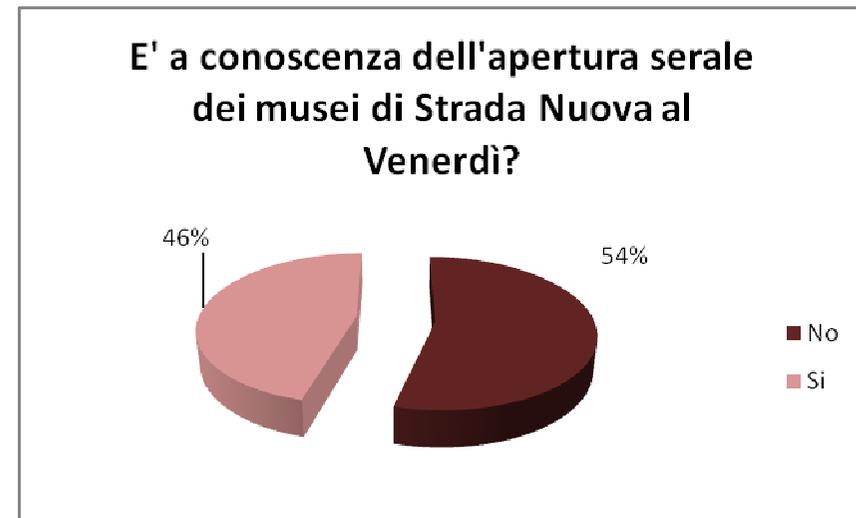
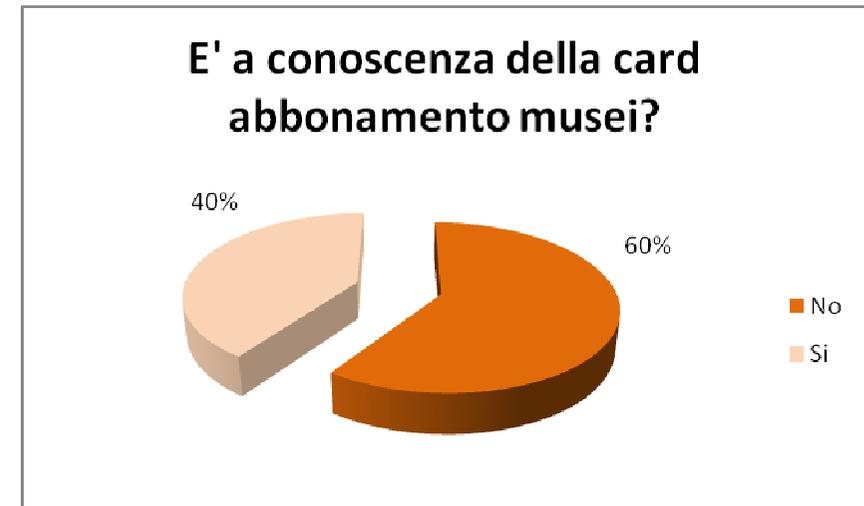


Grafico 18

Il servizio di apertura serale dei musei di Strada Nuova il Venerdì è abbastanza conosciuto, soprattutto se si considera che il servizio è attivo da poco più di un anno (dal 25 Giugno 2010). Il 46% dei rispondenti ha affermato di conoscere il servizio. Esiste una **correlazione tra le volte che un utente ha visitato un museo genovese e la conoscenza dell'apertura serale** (all'aumentare della frequenza dei musei corrisponde una maggiore conoscenza del servizio) sebbene il 33% di chi non ha visitato neanche un museo nello scorso anno conosca il servizio di apertura serale.

E' a conoscenza della card abbonamento musei?	Valore assoluto	Incidenza %
na	22	
No	749	60%
Si	505	40%
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1254	



E' in generale più bassa invece la conoscenza della card abbonamento musei (40%). Esiste anche in questo caso una **correlazione tra il numero di visite in un museo di Genova nell'ultimo anno e la conoscenza della card**. Il 25% di chi non ha frequentato un museo nell'ultimo anno conosce la card.

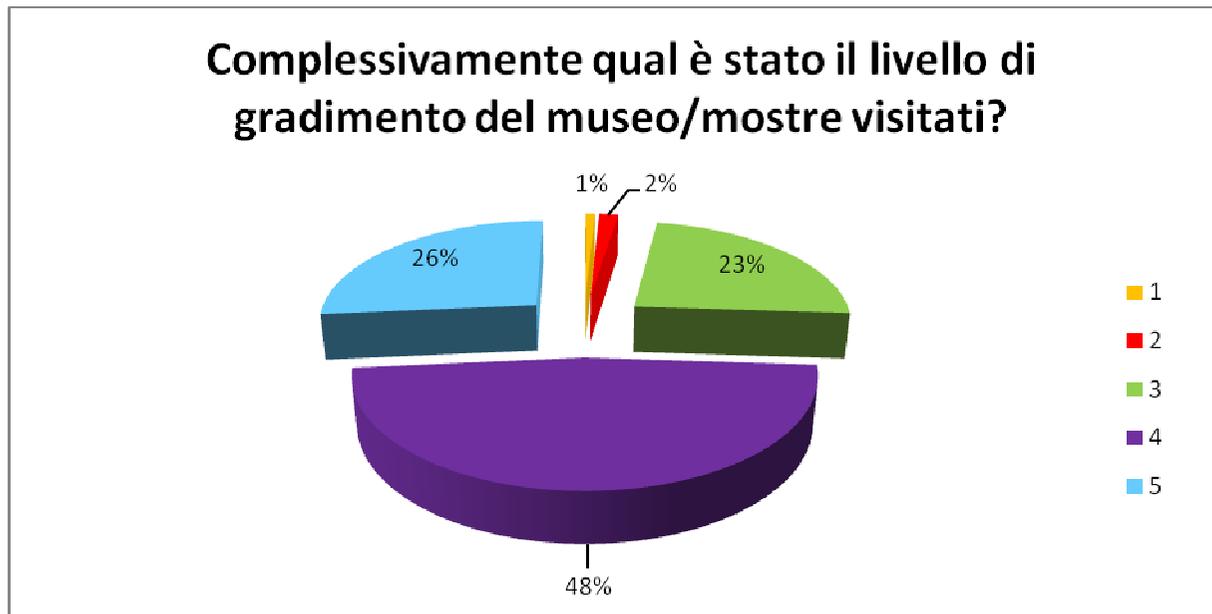


Grafico 20

Complessivamente qual è stato il livello di gradimento del museo/mostre visitati?	Valori assoluti	Incidenza %
1	8	1%
2	16	2%
3	226	23%
4	457	48%
5	254	26%
na	315	
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	961	

I SERVIZI

Cosa vorrebbe trovare in un museo	Valore assoluto	Incidenza %	Incidenza % per riga
Visite guidate	572	28%	50%
Mostre temporanee	332	16%	29%
Pannelli illustrativi e didascalie	320	16%	28%
Audioguide	294	14%	25%
Zone di sosta lungo il percorso	226	11%	20%
Illuminazione adeguata	181	9%	16%
Segnalazioni del percorso	127	6%	11%
na	122		
Totale complessivo	1276		
Totale risposte	2052		
Totale rispondenti	1154		

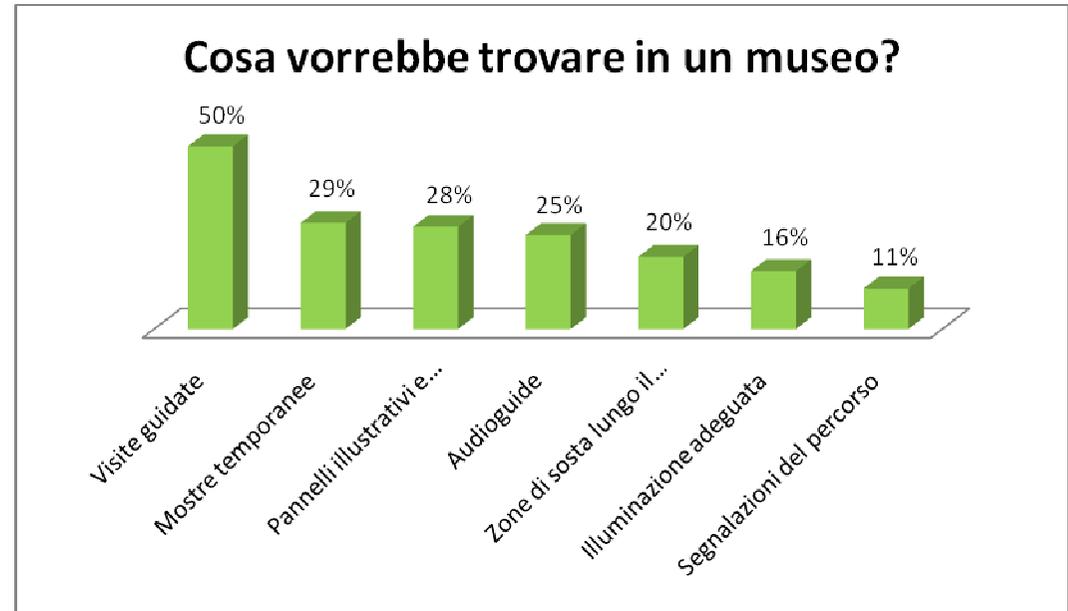


Grafico 21

Domanda a risposta multipla. L'incidenza percentuale è calcolata in base al numero dei rispondenti, pertanto la somma delle percentuali può essere superiore a 100

Cosa vorrebbe trovare in un museo (servizi aggiuntivi)	Valore assoluto	Incidenza %	Incidenza % per riga
Caffetteria/ristorante	439	23%	41%
Eventi Culturali	326	17%	31%
Parcheggi o trasporti dedicati	316	17%	30%
Servizi per disabili e anziani	246	13%	23%
Bookshop/Giftshop	237	13%	22%
Attività didattiche e laboratorio rivolti a specifici tipi di pubblico	229	12%	21%
Pubblicazioni	84	4%	8%
na	209		
Totale complessivo	1276		
Totale Risposte	1877		
Totale Rispondenti	1067		

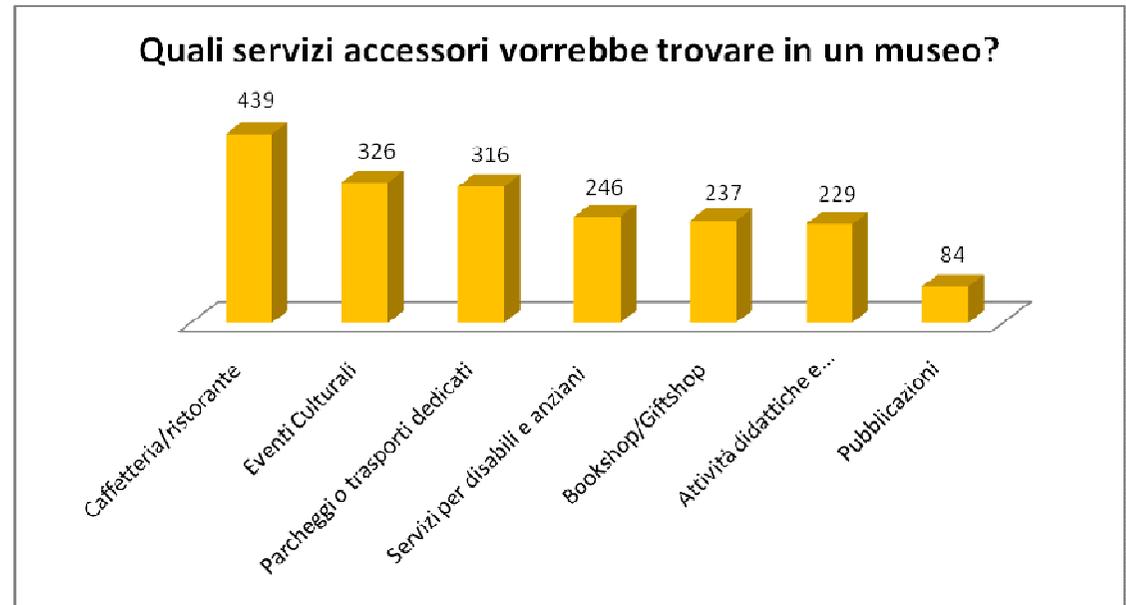


Grafico 22

Domanda a risposta multipla. L'incidenza percentuale è calcolata in base al numero dei rispondenti, pertanto la somma delle percentuali può essere superiore a 100

Quali altri servizi vorrebbe trovare in un museo (risposta aperta)	Valore assoluto
Altri servizi di base	61
Interattività/multimedialità	53
Personale più qualificato e accogliente	41
Approfondimenti sulle mostre e sulle collezioni tematiche più conosciute grandi artisti	34
Più servizi igienici e maggiore pulizia	33
Gratuità dei servizi e agevolazioni	28
Maggiore comunicazione e promozione	24
Altri servizi aggiuntivi	24
Internet e wi-fi	22
Baby parking e accessibilità per famiglie	11
Aperture straordinarie ed eventi speciali	11
Info e guide in più lingue	9
Totale complessivo	1276
Totale risposte	358

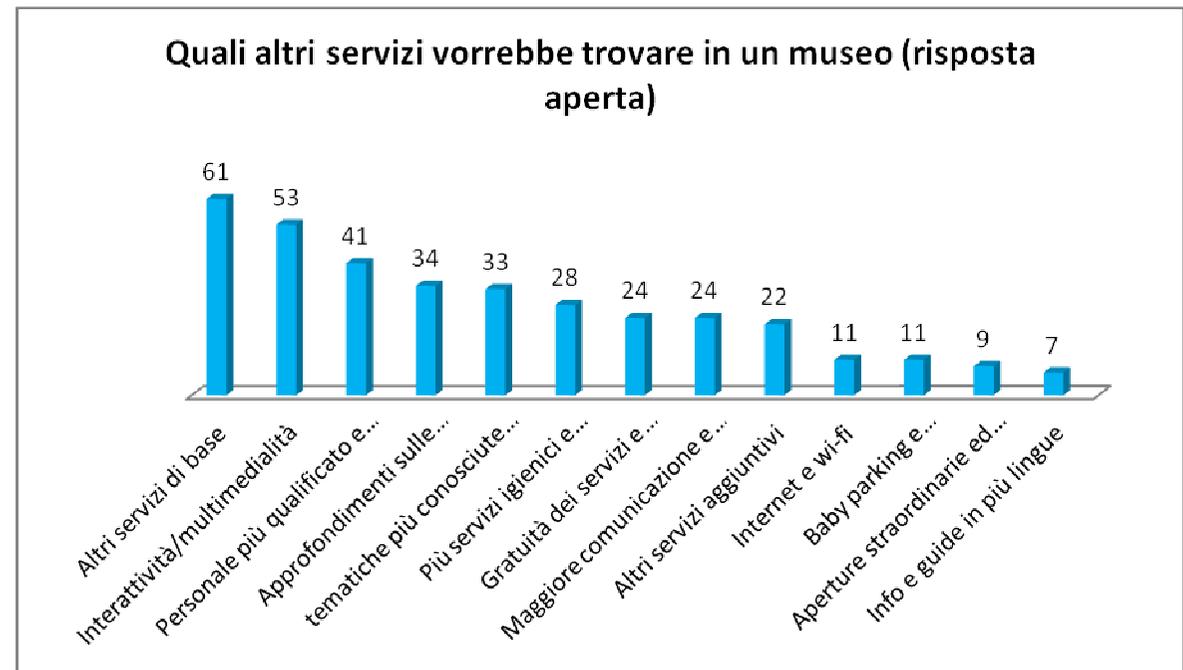


Grafico 23

E' stato chiesto agli utenti cosa si aspettassero di trovare in un museo a livello di servizi di base ed accessori. Nel porre la domanda non venivano lette le opzioni di risposta, perciò nel grafico 23 sono state raggruppate tutte le risposte che non rientravano tra quelle previste. Il primo dato che si evince è che **non viene percepita una netta distinzione tra servizi di base e servizi accessori**, infatti gli intervistati spesso mescolavano le risposte delle due domande. **Alla domanda Cosa vorrebbe trovare in un museo la metà dei rispondenti ha dichiarato visite guidate.** Molto richieste risultano anche le **mostre temporanee (29%)**, un maggior numero di **pannelli illustrativi con didascalie più accurate (28%)** e **audioguide (25%)**. **Le visite guidate sono particolarmente richieste da coloro che non frequentano i musei.** Se andiamo ad analizzare nel dettaglio questa categoria di utenti risulta che i servizi più richiesti sono visite guidate e audio guide; sembra quasi che venga richiesto un tramite per entrare a contatto con il mondo del museo. Al contrario, invece, **gli utenti forti preferirebbero gestire da soli la visita al museo con l'ausilio di pannelli esplicativi e didascalie più curate.** Incrociando il dato con le categorie professionali si può rilevare che solo gli studenti e liberi professionisti preferirebbero avere più mostre temporanee rispetto alle visite guidate, che però si attestano sempre su livelli alti.

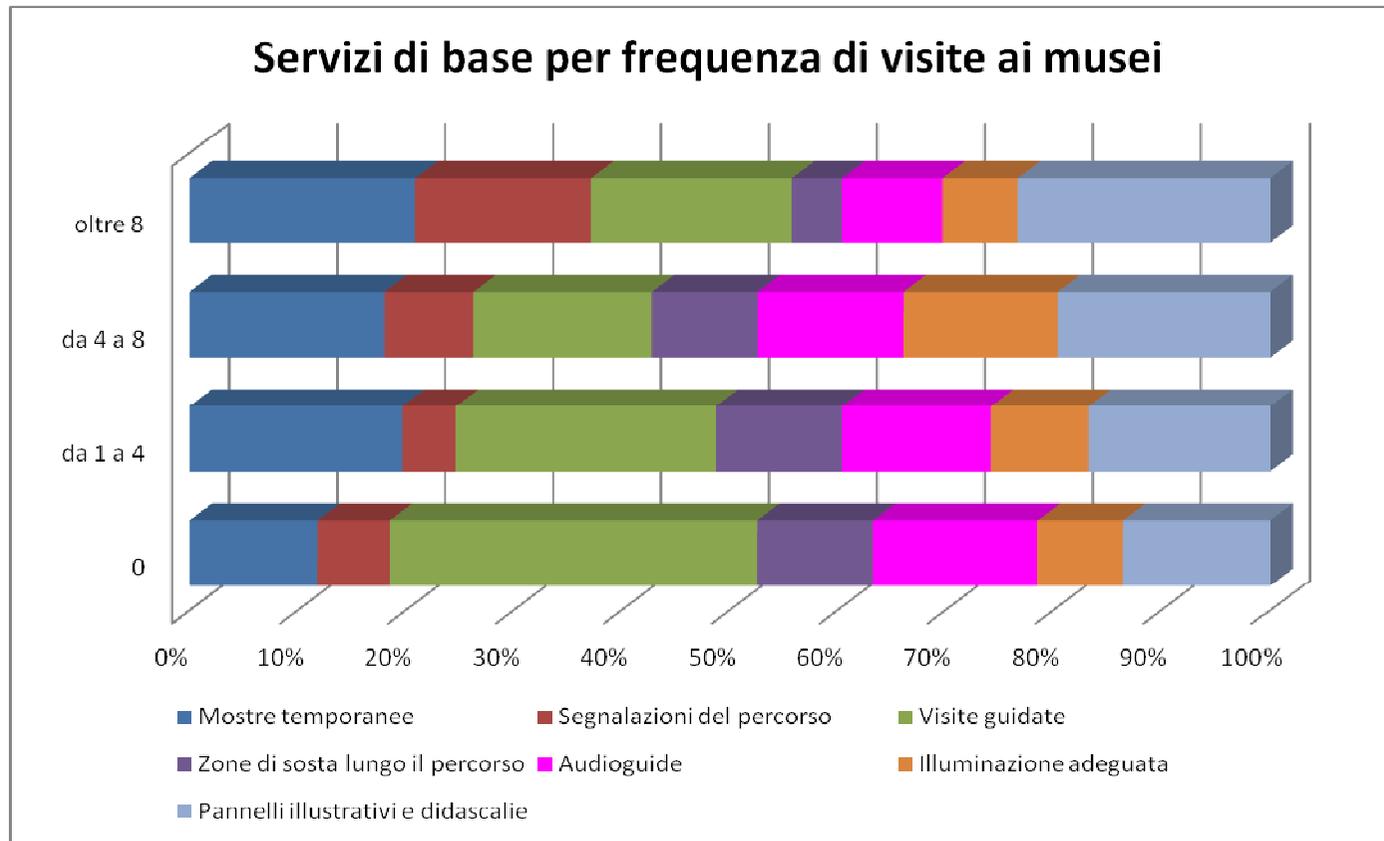


Grafico 24

Tra i servizi aggiuntivi il più suffragato risulta essere quello di **ristorazione**. Il **41%** dei rispondenti infatti ha dichiarato di aspettarsi di trovare all'interno di un museo una caffetteria o un ristorante seguito dal **31%** che si vorrebbe più **eventi culturali** e da coloro i quali vorrebbero più **parcheggi o trasporti dedicati (30%)**. Si tratta quindi di risposte molto diverse. La caffetteria e i parcheggi sono richiesti soprattutto da chi non frequenta i musei, mentre gli eventi culturali sono richiesti soprattutto dal pubblico meno fidelizzato ovvero coloro i quali nell'ultimo anno hanno visitato da 1 a 4 musei. L'utenza più fidelizzata invece si aspetta di trovare all'interno di un museo un maggior numero di laboratori ed attività dedicate a particolari tipi di pubblico. Per quanto riguarda le professioni sono gli impiegati, i disoccupati e coloro che sono occupati in professioni intellettuali e scientifiche a volere maggiormente gli eventi culturali, volontà espressa principalmente anche da coloro che hanno un livello di istruzione più alto. Una piccola nota merita anche la risposta **interattività/multimedialità** che è stata **la più quotata tra le risposte aperte** (quelle che non rientravano nelle opzioni di risposta) a sottolineare la voglia di modernità tra gli intervistati.

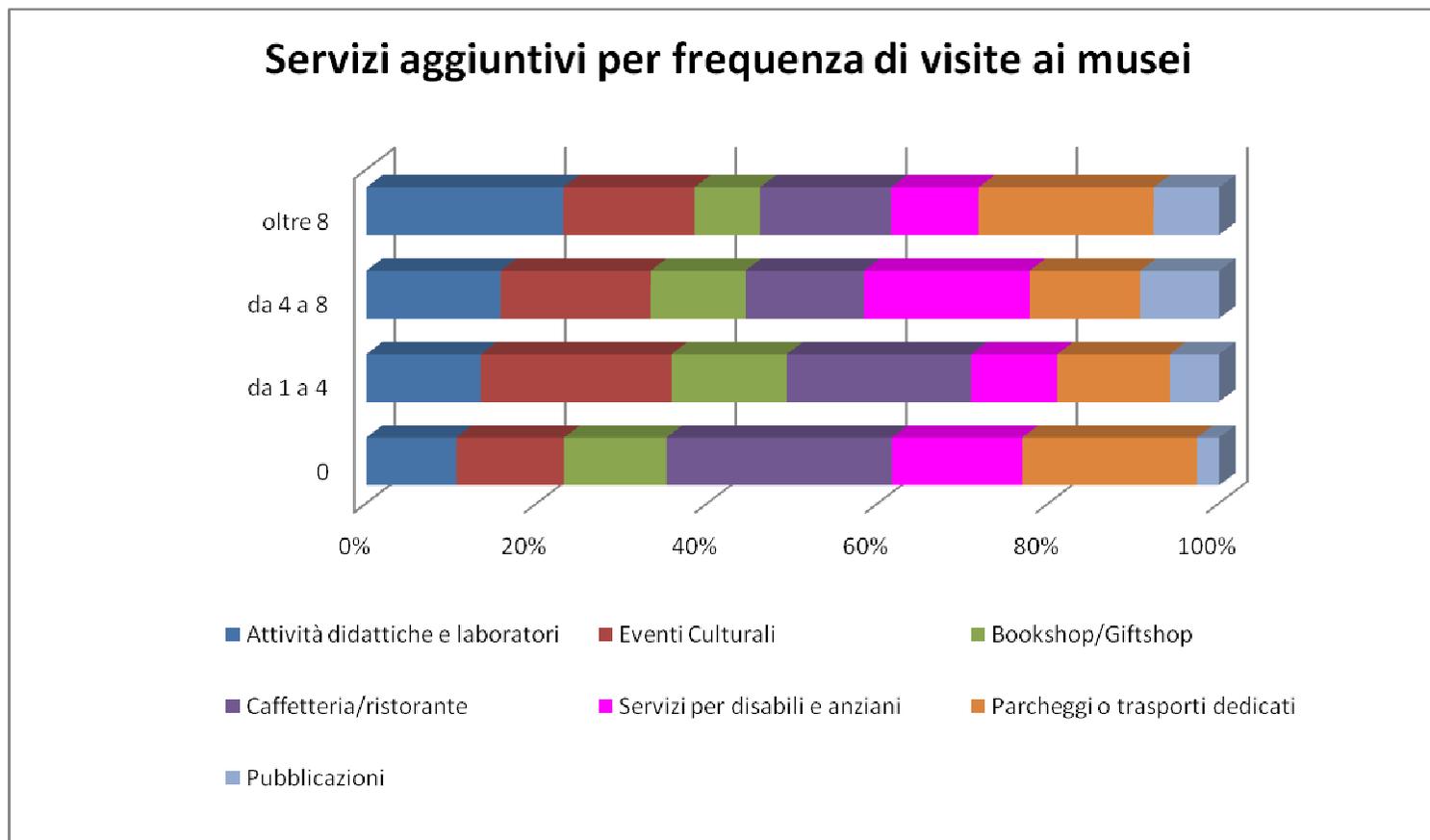


Grafico 25

E' interessato a ricevere documentazione sulle attività e sui servizi dei musei?	Valore assoluto	Incidenza %
No	458	37%
Sì	789	63%
na	29	
Totale complessivo	1276	
Totale rispondenti	1247	



Grafico 26

In che modo?	Valore assoluto	Incidenza %
Newsletter	271	34%
Cartaceo	228	29%
Sito internet	100	13%
Pubblicità sui giornali	69	9%
Sms	41	5%
Facebook	38	5%
Articoli di giornale	21	3%
Altro	18	2%
na (vuoto)	3	
Totale complessivo	789	
Totale rispondenti	786	

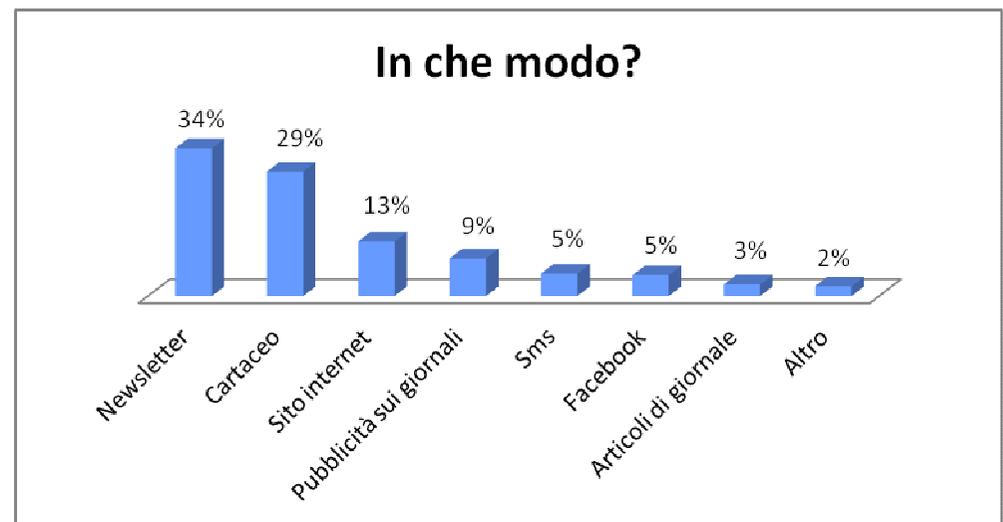


Grafico 27

IL QUESTIONARIO

Indagine sull'utenza potenziale dei Musei

1) **Età:** _____

2) **Sesso**

Maschio

Femmina

3) **Titolo di studio**

Licenza elementare

Licenza media

Diploma di maturità

Laurea

Post laurea

4) **Professione**

Libero Professionista

Insegnante

Casalinga

Pensionato

Studente

Disoccupato

Impiegato

Operaio

Dirigente

5) Come trascorre il tempo libero?

- Stare con amici/famiglia
- Cinema
- Teatro
- Musei o mostre
- Guardare la tv
- Sport
- Concerti
- Conferenze
- Associazionismo
- Shopping
- Lettura
- Altro: _____

6) Nell'ultimo anno quante volte ha visitato un museo in Italia o all'estero?

- 0
- da 1 a 4

- da 4 a 8
- oltre 8

7) Quante volte è andato nell'ultimo anno in un museo genovese?

- 0
- da 1 a 4
- da 4 a 8
- oltre 8

8) Per quale motivo?

Rispondere solo se si è risposto 0 alla domanda 7

- Non li conosco
- Non mi interessa, preferisco fare altro
- Età/salute
- Pigrizia
- Orari inconciliabili con il lavoro
- Lontananza dalla mia abitazione
- Non trattano argomenti che mi interessano
- Mi sento a disagio
- Motivi economici

- Impegni familiari
- E' un luogo per studenti/studiosi
- Mancanza di tempo
- Altro: _____

9) Quale?

Rispondere solo se NON si è risposto 0 alla domanda 7

- Musei di Strada Nuova (Palazzo Bianco, Palazzo Rosso, Palazzo Tursi)
- Museo d'arte contemporanea – Villa Croce
- Museo di Sant'Agostino
- Museo del tesoro della Cattedrale di San Lorenzo
- Galata – Museo del mare
- Museo d'arte orientale E. Chiossone
- Castello d'Albertis – Museo delle culture del mondo
- Museo di Storia Naturale G. Doria
- Museo del Risorgimento – Mazziniano
- Museo Navale
- Museo di Archeologia Ligure
- Galleria d'arte moderna – GAM

- Raccolte Frugone
- Wolfsoniana
- Museo di Storia e cultura contadina
- Museo Giannettino Luxoro
- Commenda di San Giovanni di Pré
- Palazzo Spinola
- Palazzo Reale
- Museo Luzzati
- Museo della Lanterna
- Museo dell'Antartide
- Archivio storico del Comune di Genova
- Altro: _____

10) Qual è stato il motivo principale che l'ha spinto a visitare un museo della città?

- Interesse culturale
- Curiosità
- Lavoro studio
- Accompagnare amico/partner
- Iniziative per bambini

- Mostre temporanee
- Iniziative collaterali interessanti
- Senso di appartenenza alla città
- Per caso
- Altro: _____

11) Quali sono i primi musei della città che le vengono in mente?

- Musei di Strada Nuova (Palazzo Bianco, Palazzo Rosso, Palazzo Tursi)
- Museo d'arte contemporanea – Villa Croce
- Museo di Sant'Agostino
- Museo del tesoro della Cattedrale di San Lorenzo
- Galata – Museo del mare
- Museo d'arte orientale E. Chiossone
- Castello d'Albertis – Museo delle culture del mondo
- Museo di Storia Naturale G. Doria
- Museo del Risorgimento – Mazziniano
- Museo Navale
- Museo di Archeologia Ligure
- Galleria d'arte moderna – GAM
- Raccolte Frugone
- Wolfsoniana
- Museo di Storia e cultura contadina
- Museo Giannettino Luxoro

- Commenda di San Giovanni di Pré
- Palazzo Spinola
- Palazzo Reale
- Museo Luzzati
- Museo della Lanterna
- Museo dell'Antartide
- Archivio storico del Comune di Genova
- Altro: _____

12) Le verranno lette alcune frasi riguardanti i musei. Ci potrebbe dire quanto è d'accordo con le seguenti informazioni?

	Per niente d'accordo	Poco d'accordo	Abbastanza d'accordo	Molto d'accordo
E' un luogo frequentato da addetti ai lavori	○	○	○	○
Si può passare tempo e incontrare gente	○	○	○	○
Si va per arricchirsi culturalmente	○	○	○	○
Si conserva il patrimonio della città	○	○	○	○

E' un luogo per partecipare ad eventi e condividere interessi comuni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

13) E' a conoscenza dell'apertura serale dei musei di Strada Nuova al Venerdì?

- Sì
- No

14) E' a conoscenza della card abbonamento musei?

- Sì
- No

15) Complessivamente qual è stato il livello di gradimento del museo/mostre visitati? 1 insufficiente, 5 ottimo

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

16) Cosa vorrebbe trovare in un museo?

- Mostre temporanee
- Visite guidate
- Zone di sosta lungo il percorso
- Audioguide
- Illuminazione adeguata
- Pannelli illustrativi e didascalie
- Segnalazioni del percorso
- Altro: _____

17) Quali servizi accessori vorrebbe trovare in un museo?

- Attività didattiche e laboratorio rivolti a specifici tipi di pubblico
- Eventi culturali
- Bookshop/Giftshop
- Caffetteria
- Servizi per disabili e anziani
- Parcheggi o trasporti dedicati

Pubblicazioni

Altro: _____

18) E' interessato a ricevere documentazione sulle attività e sui servizi dei musei?

Sì

No

19) Se sì, in che modo?

Cartaceo

Newsletter

Sms

Sito internet

Facebook

Pubblicità sui giornali

Articoli di giornale

Altro: _____

Gruppo di ricerca:

Egidio Camponizzi, Daniele D'Agostino, Deborah Erminio, Angela Ferrari, Marco Marauda, Tina Russo, Fabio Tenore, Federica Vinelli

Elaborazioni ed analisi dati:

Deborah Erminio, Angela Ferrari, Fabio Tenore

Redazione report:

Deborah Erminio, Angela Ferrari, Fabio Tenore

Rilevazioni:

Deborah Erminio, Angela Ferrari, Francesco Fiorese, Mamura Grassi, Ornella Lafauci, Francesca Longo, Filippo Montelatici, Francesca Noceti, Davide Ritarossi, Assia Slaveva, Michelangelo Scialfa, Fabio Tenore