

IL PUBBLICO DI MUSEOTORINO NEL 2012

di Stefano Boselli

2012
950.000
PAGINE
VISUALIZZATE

Nel suo secondo anno di vita, MuseoTorino è stato visitato da oltre 157mila persone per un totale di 231.129 visite, pari a oltre seicento accessi quotidiani e poco meno di ventimila mensili. Le pagine totali visualizzate sono state 950mila, con una permanenza media superiore ai tre minuti, e una media di 4,11 pagine consultate. Questi dati generali confermano quindi pienamente quanto sostenuto dagli studi sul pubblico dei musei reali e virtuali: mentre in un museo sarebbe davvero difficile ipotizzare di compiere numerose visite così brevi, andando via dopo essere entrati soltanto in due o tre stanze e aver trascurato tutto il resto, in quelli virtuali ciò rappresenta la normalità, proprio perché è in qualche modo la natura stessa del web a “imporlo”.

Osservando la provenienza geografica dei visitatori, il pubblico italiano rappresenta il 92% del totale (oltre 212mila visite), un altro dato senza dubbio atteso: se infatti tutti i musei della città “fisici” [1] si rivolgono in primis al pubblico locale/nazionale, lo stesso discorso non potrà che valere per MuseoTorino, ad oggi sprovvisto di sezioni e singole pagine tradotte in altre lingue. All'interno di questo 92%, Torino e provincia rappresentano il bacino di utenza largamente dominante, dal momento che da qui proviene oltre la metà delle visite totali. Anche da un punto di vista qualitativo sembra esserci una chiara differenza rispetto al resto del pubblico italiano, con un numero maggiore di pagine visualizzate per accesso, un tempo di permanenza più alto e una presenza più forte di utenti abituali.

Un dato particolarmente interessante riguarda proprio il pubblico nuovo e

di ritorno, vale a dire la percentuale di persone alla prima visita e quella del pubblico più fedele, che torna spesso sul sito: nel 2012, il pubblico di ritorno ha rappresentato il 37% del totale, quello nuovo il restante 63%. In altre parole, accanto ad un gruppo di visitatori già fidelizzati comunque in costante crescita (+6% rispetto al 2011), vi è una grossa fetta di pubblico, tuttora maggioritaria, che continua ad avvicinarsi a MuseoTorino per la prima volta. Benché il dato, o quantomeno il divario percentuale tra i due segmenti, possa forse apparire sorprendente, esso rappresenta in realtà un altro aspetto strettamente connesso alla natura stessa di Internet: mentre è infatti impossibile, tranne in rarissimi casi, che le persone entrino in un museo reale senza avere neppure una vaga idea di ciò che esso contenga, sul web ciò accade continuamente. Quante volte ci è successo ad esempio, dopo aver fatto una ricerca su Google, di trovarci su siti di cui fino ad allora avevamo ignorato l'esistenza? Il fatto che MuseoTorino possieda un patrimonio di informazioni, fotografie e altri materiali relativi a Torino molto vasto, fa sì che numerose ricerche aventi la città come tema di fondo finiscano per catapultare gli utenti sulle sue pagine, ed è proprio per questo che, a quasi due anni dal lancio in rete, il museo continua a registrare un numero di nuovi visitatori molto alto. Alcuni di essi apprezzeranno i contenuti e torneranno in visita in futuro, altri no; in ogni caso il fatto stesso che basti una semplice visita perché tutti prendano coscienza dell'esistenza del progetto, rappresenta un elemento fondamentale per garantire ampia visibilità e diffusione allo stesso.