

Musei e turismo: una relazione in crescita.

Il pubblico dei musei piemontesi nell'indagine dell'Osservatorio Culturale del Piemonte

Allo scopo di indagare i cambiamenti nei pubblici di musei e beni culturali e nelle relative modalità di fruizione, dovuti da un lato ad una più spiccata vocazione turistica e culturale del territorio e dall'altro ai notevoli cambiamenti intervenuti nel sistema dell'offerta museale territoriale a Torino e in Piemonte (128 nuovi musei e beni culturali aperti o restituiti alla collettività negli ultimi venti anni), l'Osservatorio è stato incaricato di svolgere un'indagine finalizzata a delineare:

- il profilo socio-culturale dell'utenza e eventuali cambiamenti rispetto ai risultati delle ricerche precedenti;
- la provenienza del pubblico e le forme di mobilità dei visitatori;
- la capacità dei musei di essere radicati nei territori di appartenenza e di fungere anche da attrattori turistici;
- l'efficacia degli strumenti di comunicazione utilizzati;
- le motivazioni e i comportamenti di fruizione.

La ricerca sul campo, realizzata **in 3 fasi avviate durante il periodo natalizio 2007 (dicembre e gennaio) e poi lungo tutto il periodo primaverile e estivo 2008**, è stata condotta a partire da un primo nucleo di musei dell'area metropolitana e del territorio piemontese¹; tale gruppo è stato ulteriormente ampliato nelle successive fasi di analisi.

Sebbene l'indagine sia tutt'ora in corso di svolgimento, i primi dati emersi hanno già messo in evidenza interessanti indicazioni sia sul ruolo svolto dai musei in relazione all'appeal turistico del Piemonte, sia sulla forte identità territoriale dei beni.

Se fino a ieri il pubblico di musei e mostre presenti in Piemonte era prevalentemente locale, oggi l'interesse suscitato dai beni culturali si estende al di là dei confini regionali e nazionali riuscendo a entrare nell'immaginario turistico dei visitatori. D'altro canto la consistente presenza di pubblico anche regionale è espressione dell'interesse sempre vivo che i piemontesi rivolgono alle risorse culturali regionali.

Il profilo socio-culturale

Il **56%** del campione dell'utenza nei musei è rappresentato dalle **donne**, sotto il profilo anagrafico **l'età media** riscontrata è di **42 anni**, con alcune significative variazioni in relazione a singoli musei. Infatti l'età media rilevata al Museo del Cinema è di 34,4 anni, un pubblico sensibilmente più giovane rispetto a quello degli altri musei.

La composizione del pubblico in relazione al titolo di studio si presenta in linea con quanto registrato nel 2001, si è infatti in presenza di un pubblico con livello culturale medio-alto, il **37% è laureato** e il **36% è diplomato**. La professione prevalente svolta dai visitatori intervistati è di tipo impiegatizia, 25%, mentre nel 2001 il campione era composto principalmente da pensionati, il 21%.

La provenienza: oltre i confini regionali

Anche se la maggioranza dei visitatori dei musei coinvolti nell'indagine proviene dal Piemonte, il **38% proviene da altre regioni italiane**, mentre il **9% dall'estero**; le presenze extraregionali sono state più rilevanti nei giorni festivi e nei week end. Dalla precedente indagine curata dall'Osservatorio nel 2001², gli italiani che provenivano da fuori Piemonte erano appena il 14% del campione intervistato e quelli provenienti dall'estero il 3%.

In relazione ai dati riferiti ai singoli musei si passa da una forte presenza di torinesi a Palazzo Bricherasio e alla Reggia di Venaria - rispettivamente il 63% e il 51% vive nella provincia di Torino - ad una maggioranza di provenienze da fuori regione al Museo Egizio, il 61%, e al Museo del Cinema, il 58%.

¹ I musei coinvolti nella prima fase d'indagine sono stati: Palazzo Madama, Palazzo Reale, Museo del Cinema, Museo Egizio, GAM, Palazzo Bricherasio, Castello di Rivoli, Castello di Racconigi, Filatoio Rosso, Arca, Reggia di Venaria. Saranno poi analizzati nelle fasi successive a partire da maggio 2008: Forte di Exilles, Museo dei Campionissimi e Museo del Territorio del Biellese.

² Osservatorio Culturale del Piemonte, *Il pubblico di Mostre e Musei in Piemonte nel 2001*.

Relativamente alla Reggia di Venaria oltre ad una significativa presenza di pubblico dell'area torinese, si registra un buona capacità di attrazione nei confronti del pubblico fuori regione (35%, in particolare Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto), mentre più bassa l'incidenza di visitatori stranieri (2,5%).

E' interessante notare come anche nei musei e beni culturali diffusi sul territorio regionale emergano realtà in grado di attirare quote significative di utenza extraregionale: dal 17% del Filatoio Rosso di Caraglio, al 26% del Castello di Racconigi al 30% dell'Arca di Vercelli.

Relativamente alle principali regioni italiane di provenienza del pubblico, accanto alla Lombardia e all'Emilia-Romagna, è significativa la presenza di toscani e laziali.

I canali di comunicazione: Internet potenzialità ancora da sfruttare

La conoscenza pregressa (35%) e il passaparola (25%) rimangono i canali di comunicazione privilegiati attraverso cui venire a conoscenza di musei e iniziative culturali, buona l'efficacia della comunicazione su quotidiani (18%). Controverso invece l'utilizzo di Internet: solo il 9% dichiara di essere venuto a conoscenza di un museo piemontese attraverso il web, anche se la rete rimane il canale principale attraverso il quale le persone si informano su musei e mostre (53%).

In via preliminare – l'indagine non è ancora terminata e un bilancio conclusivo si potrà trarre in autunno - si può affermare che rispetto a 6 anni fa emerge un quadro in cui i musei dimostrano una nuova e rafforzata capacità di attrarre pubblico al di fuori dei confini regionali, ponendosi spesso come "attrattori" strategici in grado di connotare il sistema di offerta turistica nei confronti dei diversi target del turismo culturale. Come già ricordato non si tratta di un fenomeno concentrato esclusivamente nell'area torinese, ma che riguarda anche beni e realtà museali diffusi sul territorio.