



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI BRESCIA

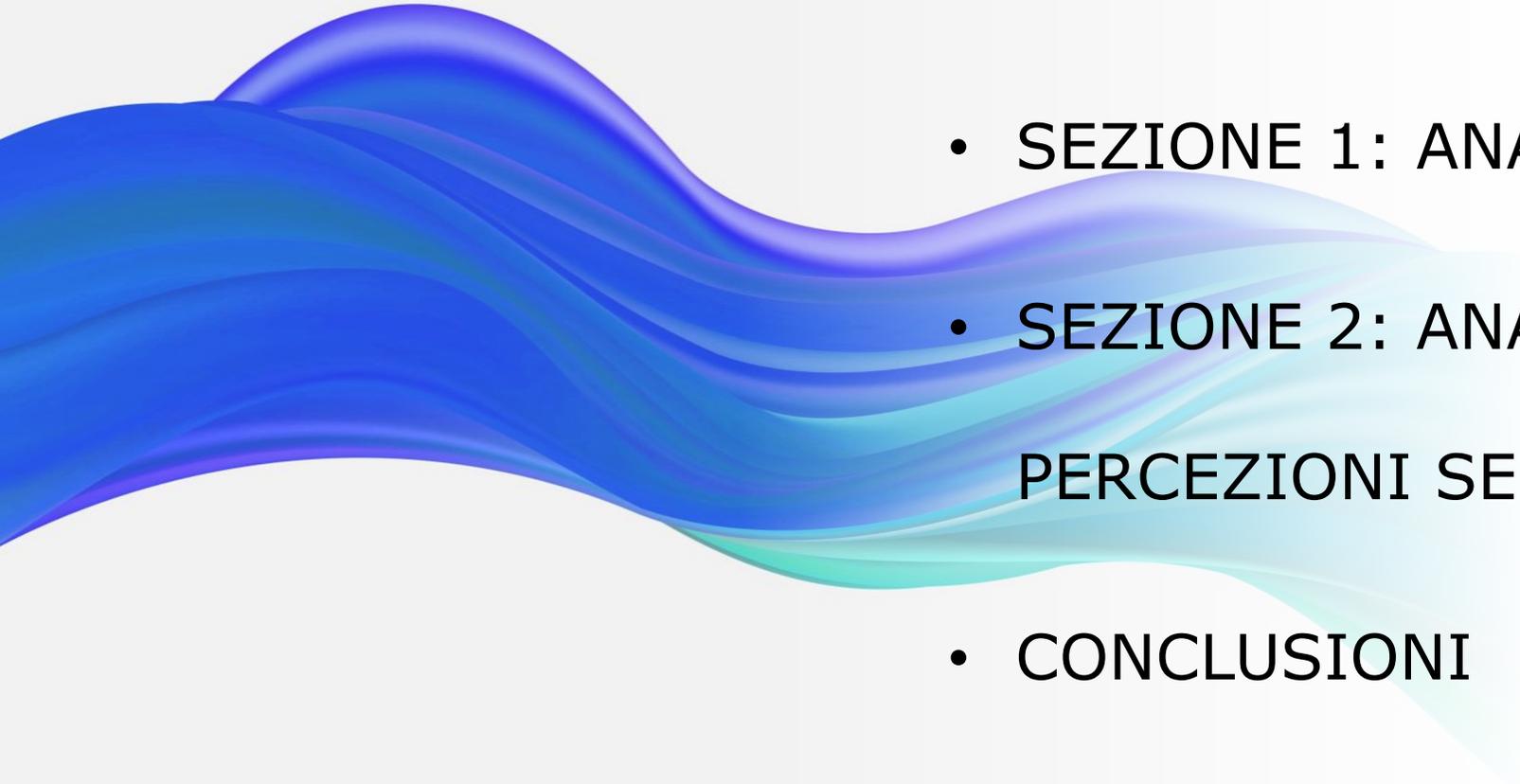
*DIPARTIMENTO DI ECONOMIA E MANAGEMENT*  
*Corso di Laurea*  
*in Economia e Azienda Digitale*

# **UN'INDAGINE STATISTICA SULL'ESPERIENZA DEL VISITATORE MUSEALE: IL CASO DELLA PINACOTECA TOSIO MARTINENGO**

Relatore: Chiar.mo Prof. Enrico Ripamonti

Laureanda:  
DAIANA MARELLA  
Matricola n. 727696

Anno Accademico 2021/2022



- **IL CASO DI STUDIO**

- SEZIONE 1: ANALISI DELL'AFFLUENZA

- SEZIONE 2: ANALISI DELLE EMOZIONI E  
PERCEZIONI SENSORIALI

- CONCLUSIONI

**OBIETTIVO:** da un questionario ad un'**indagine conoscitiva**, cercando di **ottimizzare l'esperienza** del visitatore

**RACCOLTA DATI:** questionario creato ad hoc per il progetto DS4BS, intervistando **134 persone consecutive**, con differenti domande

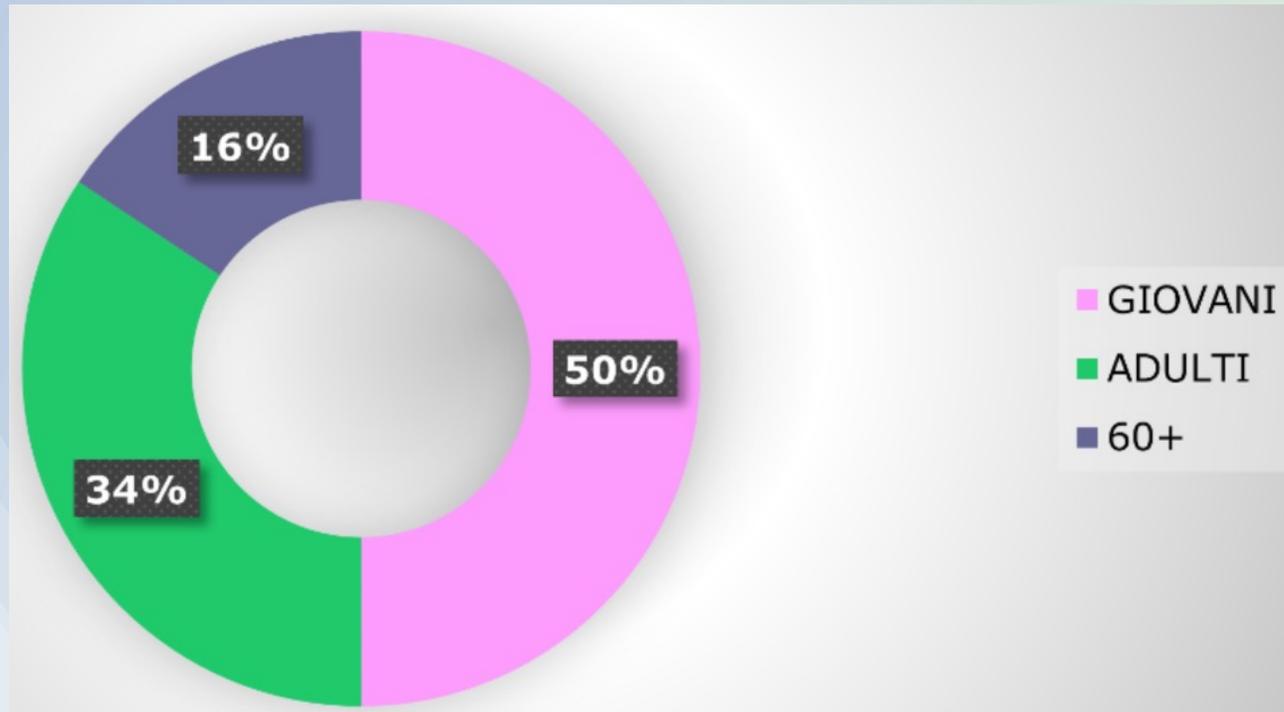
## **2 STUDI:**

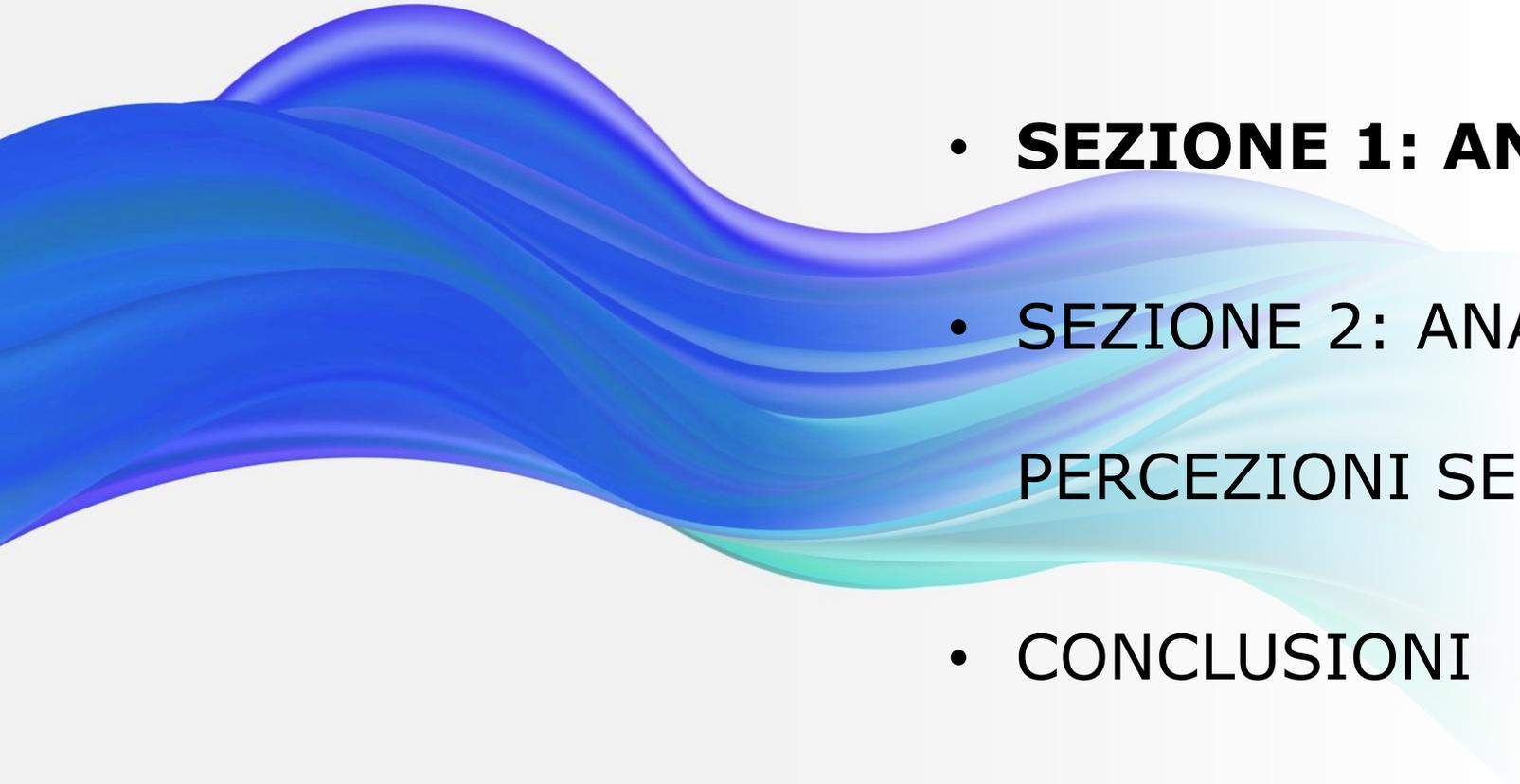
- affluenza
- emozioni e percezioni sensoriali

## ***Distribuzione dei visitatori***

I 134 visitatori sono stati suddivisi in 3 differenti **classi d'età**:

- 67 "Giovani", con età massima compiuta pari a 29 anni
- 46 "Adulti", con età compiuta dai 30 ai 59 anni
- 21 "60+", con età superiore ai 60 anni compiuti

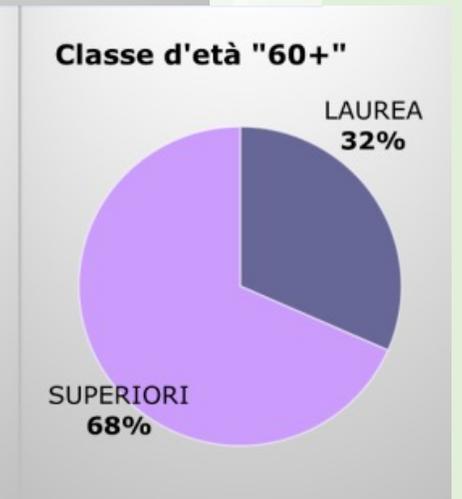
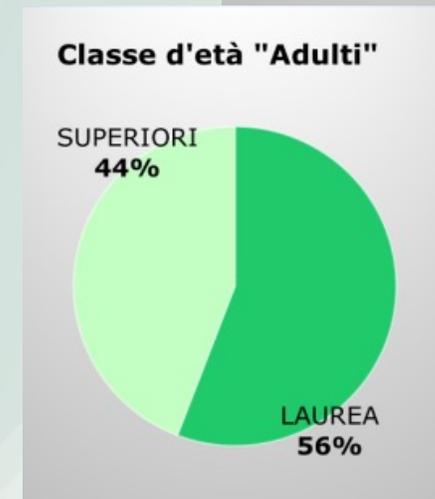
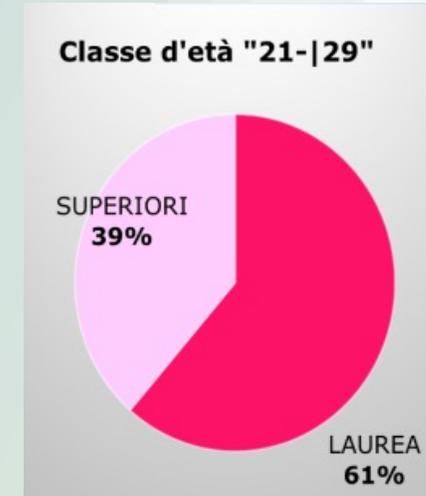
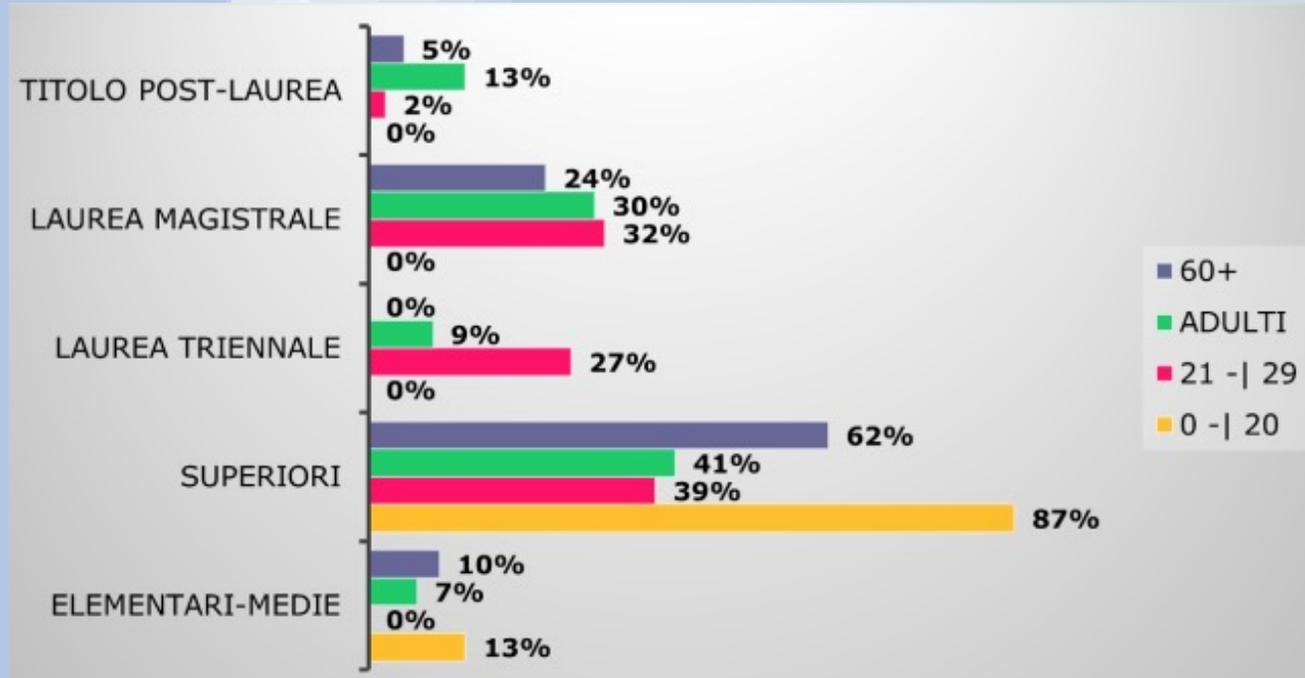


- 
- IL CASO DI STUDIO
  - **SEZIONE 1: ANALISI DELL'AFFLUENZA**
  - SEZIONE 2: ANALISI DELLE EMOZIONI E  
PERCEZIONI SENSORIALI
  - CONCLUSIONI

# TITOLO DI STUDIO

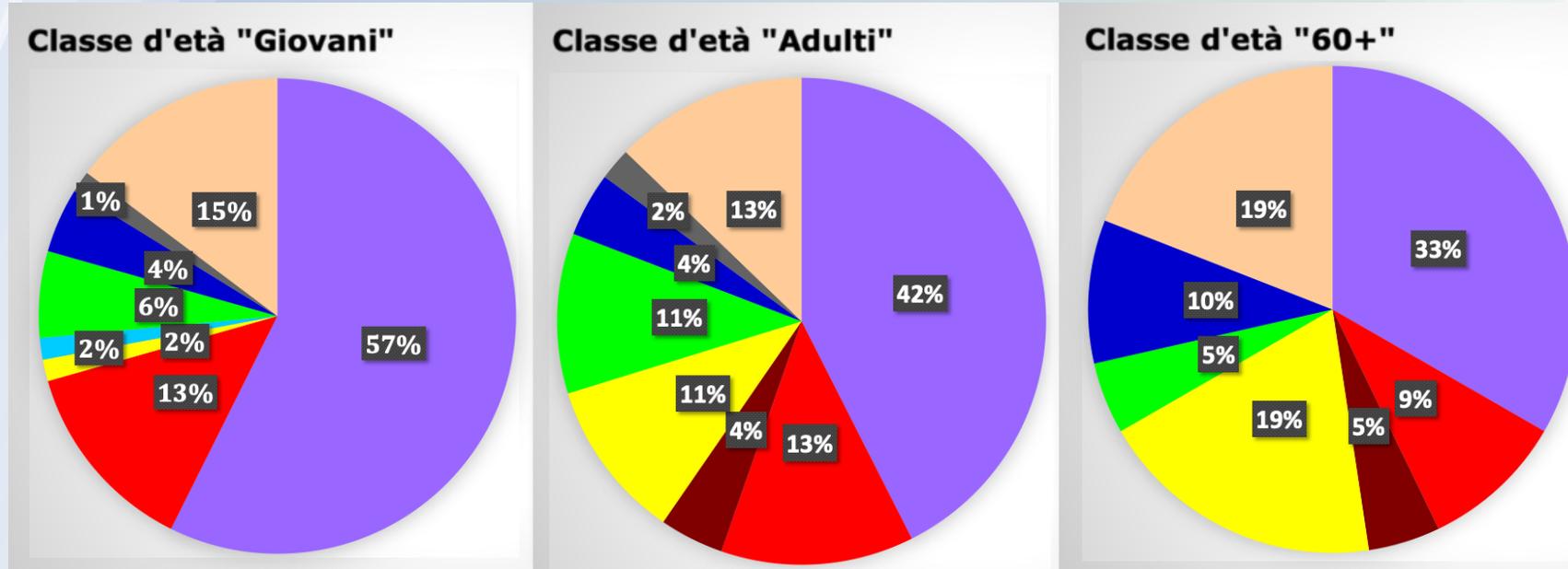
Quanti fra i visitatori sono in possesso di **almeno** un titolo di **laurea triennale**?

Per studiare al meglio i risultati, si è deciso di dividere la classe "Giovani"



# CONOSCENZA

*Quali sono stati, fra le diverse generazioni, i **metodi** maggiormente utilizzati per **apprendere del museo**?*



■ PARENTI/AMICI E PASSAPAROLA

■ SOCIAL MEDIA DI FONDAZIONE BRESCIA MUSEI

■ ALTRI SOCIAL MEDIA

■ RIVISTE/GIORNALI QUOTIDIANI

■ CARTELLI STRADALI

■ SITO WEB DI FONDAZIONE BRESCIA MUSEI

■ ALTRI SITI WEB (GOOGLE)

■ TRASMISSIONI TV/RADIO

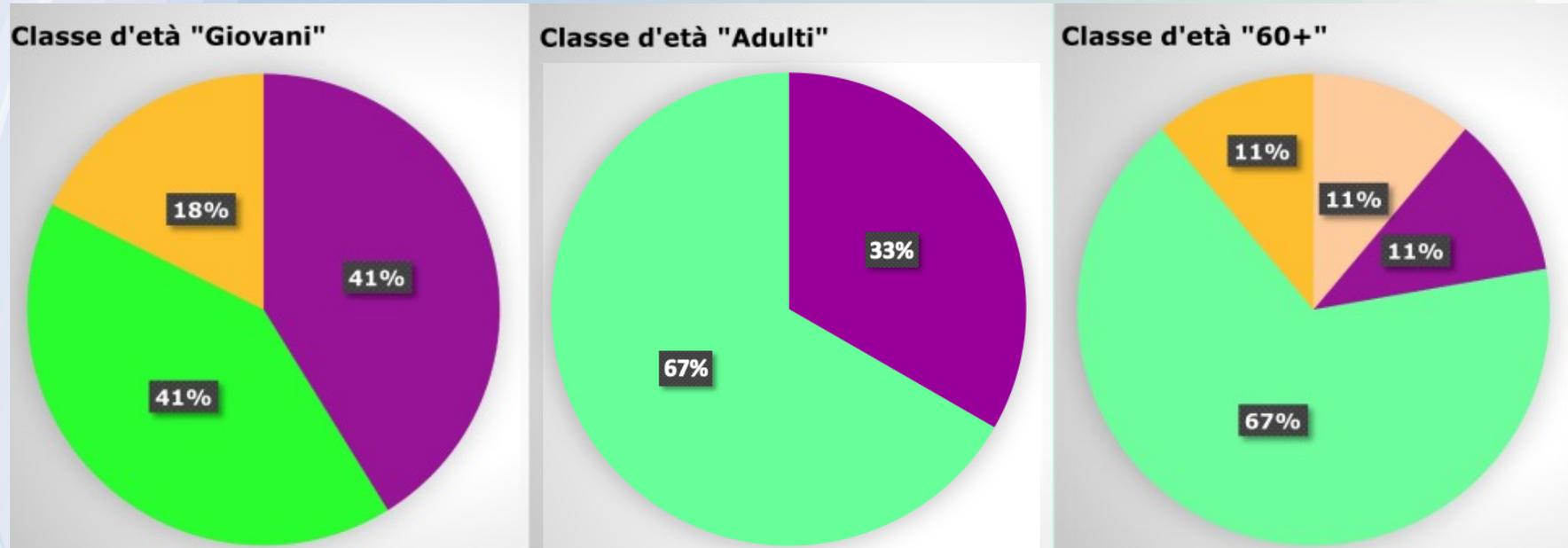
■ INFOPOINT (DI BRESCIA CENTRO)

■ ALTRO

# RITORNO

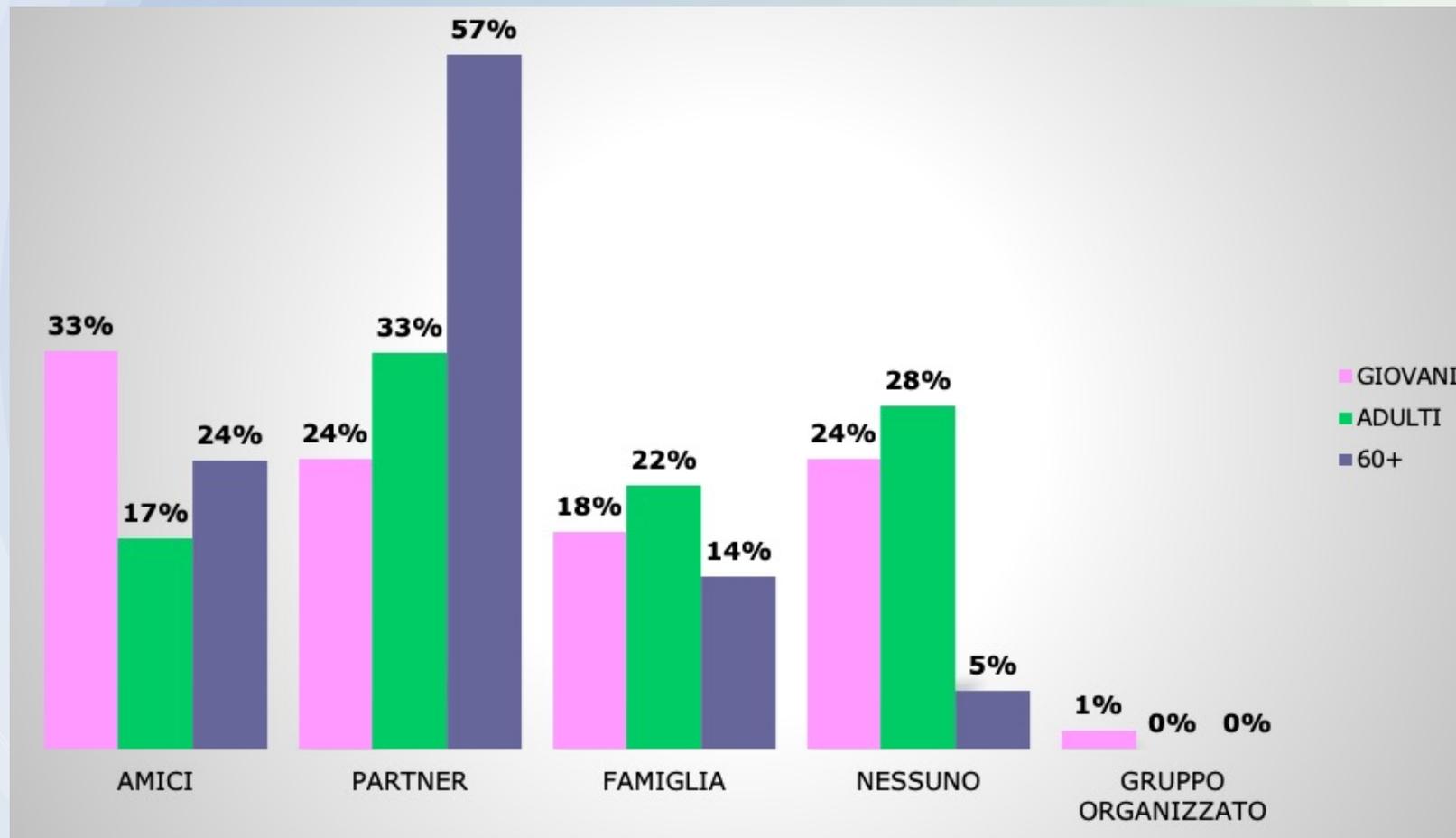
***Perché i visitatori sono ritornati al museo?***

Visitatori ritornati: 17 «Giovani»; 18 «Adulti» e 9 «60+»



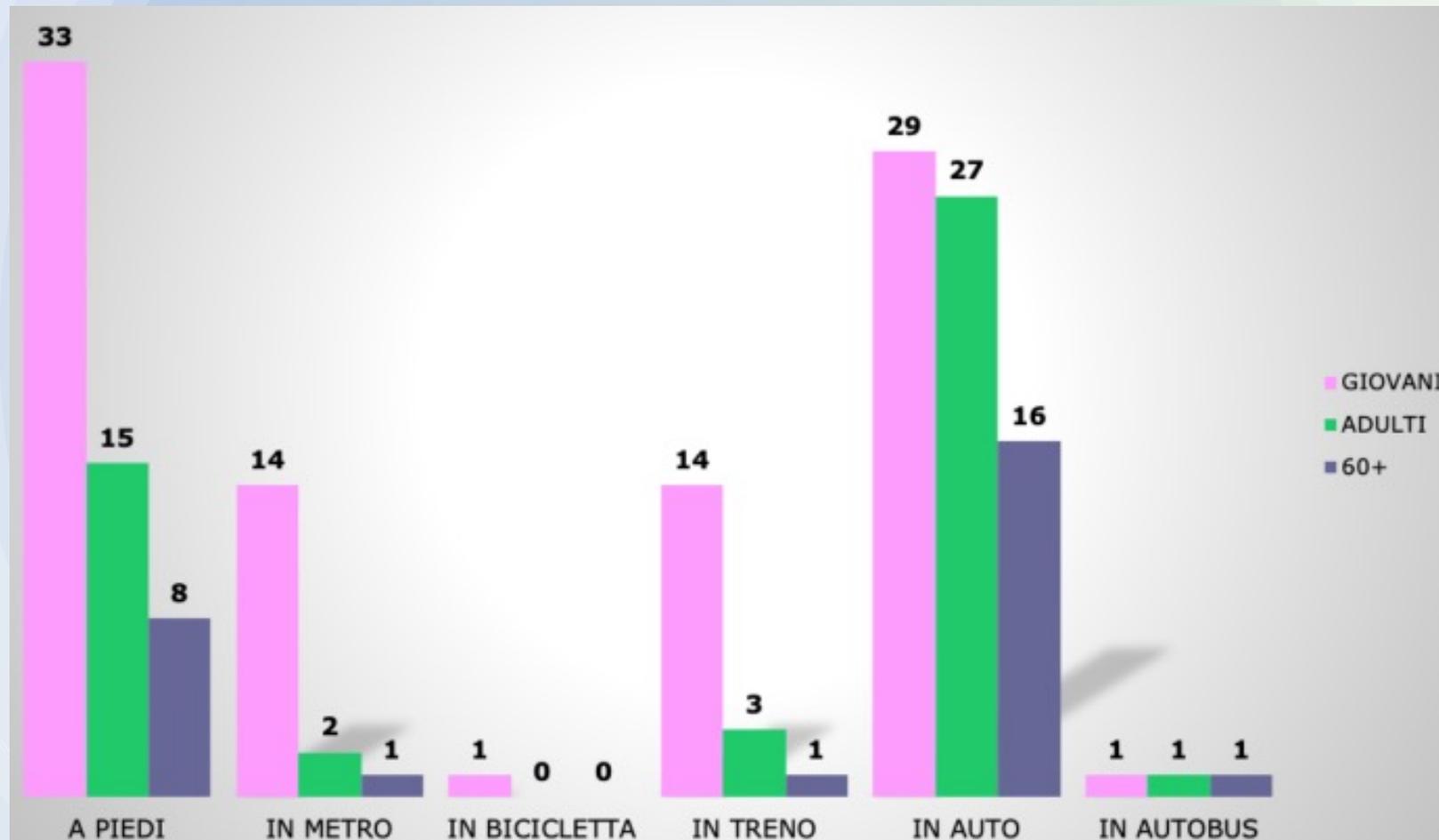
## CONDIVISIONE

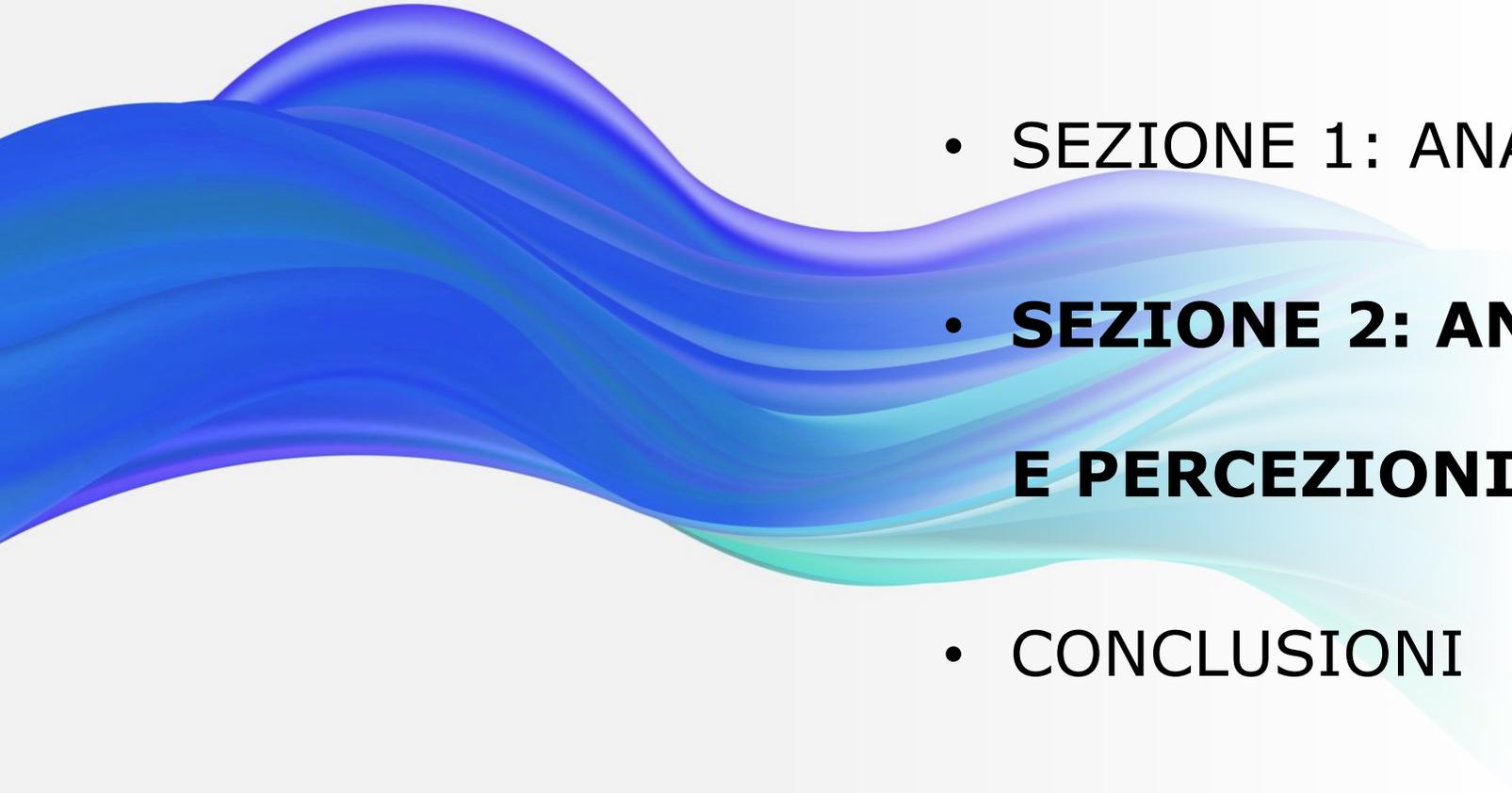
*Con chi i visitatori hanno preferito condividere l'esperienza al museo?*



## MEZZI DI TRASPORTO

*Come si sono spostati i visitatori per raggiungere la Pinacoteca?*



- 
- IL CASO DI STUDIO
  - SEZIONE 1: ANALISI DELL'AFFLUENZA
  - **SEZIONE 2: ANALISI DELLE EMOZIONI  
E PERCEZIONI SENSORIALI**
  - CONCLUSIONI

**PREMESSA:** al momento della compilazione del questionario ogni visitatore si trovava in **una fra le tre stanze** in osservazione:

- Sala III: Il primo `500: 42 visitatori totali
- Sala VI: Moretto, Savoldo e Lotto: 47 visitatori totali
- Sala X: Il ritratto: 45 visitatori totali

**OBIETTIVO:** **capire l'intensità** di emozioni e percezioni che ogni stanza è stata in grado di suscitare ai visitatori divisi nelle tre classi ed il **grado di coinvolgimento** della visita in generale

# EMOZIONI

*Quanto hanno percepito i visitatori, nella sala in cui si trovavano, una serie di **emozioni**?*

## Come sono stati trattati i dati

- **Scala Likert** : valori da 1 ("per nulla") a 5 ("moltissimo")
- Utilizzo di:
  - **moda**
  - **mediana**

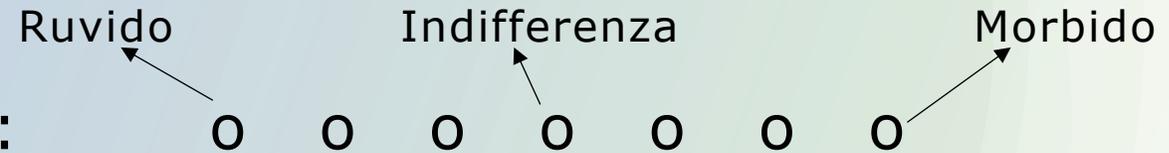
**Grafici a barre in pila:** confronto immediato fra le tre classi d'età



## PERCEZIONI

*Quali percezioni legate ai **cinque sensi** hanno provato i visitatori nella sala in cui si trovavano?*

### Come sono stati trattati i dati



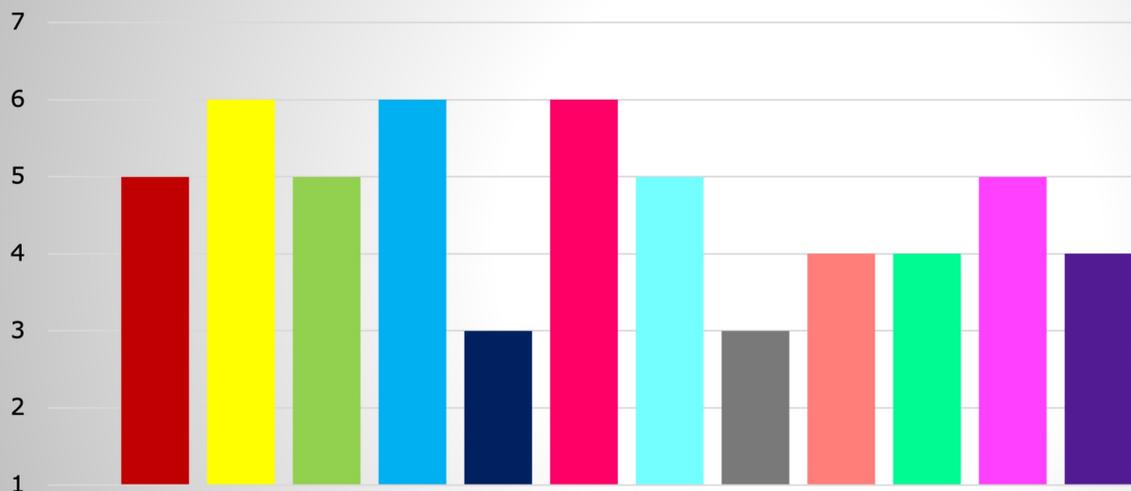
- **Differenziale semantico:**
- **Moda**
- **Grafici a barre**

## 2: EMOZIONI E PERCEZIONI

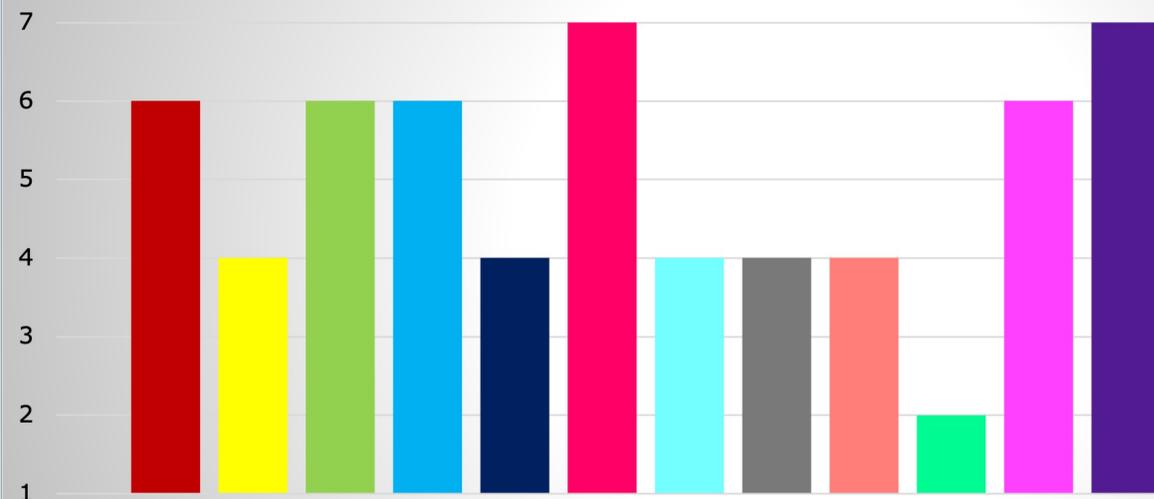
# PERCEZIONI

- RUVIDO - MORBIDO
- SPIGOLOSO - TONDEGGIANTE
- APPICCICOSO - FLUIDO
- SOFFOCANTE - FRESCO
- ANTICO - NUOVO
- FETIDO - AROMATICO
- AMARO - DOLCE
- SPEZIATO - FRUTTATO
- INSIPIDO - SAPORITO
- GLACIALE - TROPICALE
- PALLIDO - FRIZZANTE
- OFFUSCATO - LIMPIDO

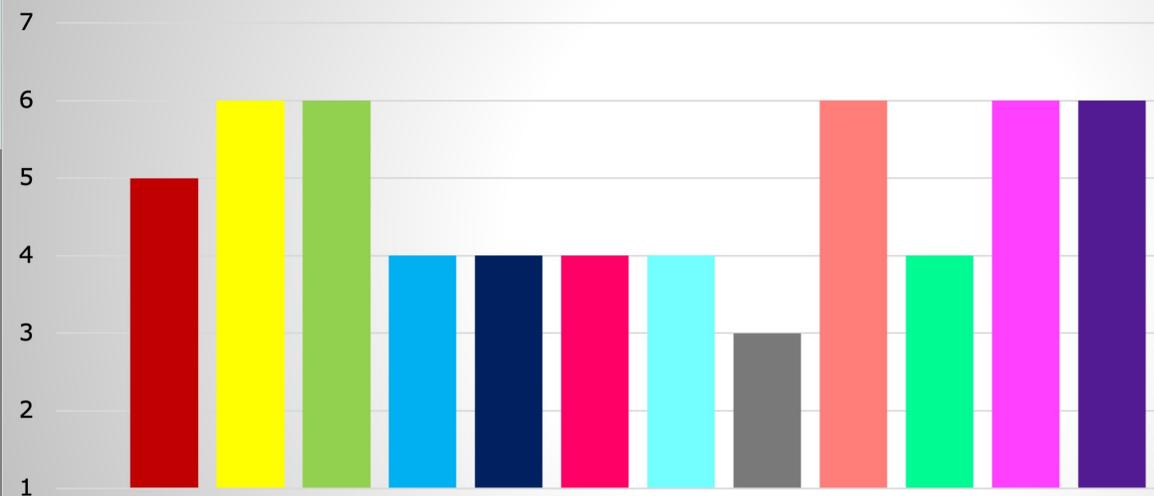
### Sala X: Il ritratto



### Sala III: Il primo '500



### Sala VI: Moretto, Savoldo e Lotto



Bisognava indicare l'estremo sensoriale che meglio rappresentava la percezione relativa alla sala.  
Ad esempio, 1 = Ruvido; 4 = indifferenza; 7 = Morbido

### ELEMENTI DI CONTESTO

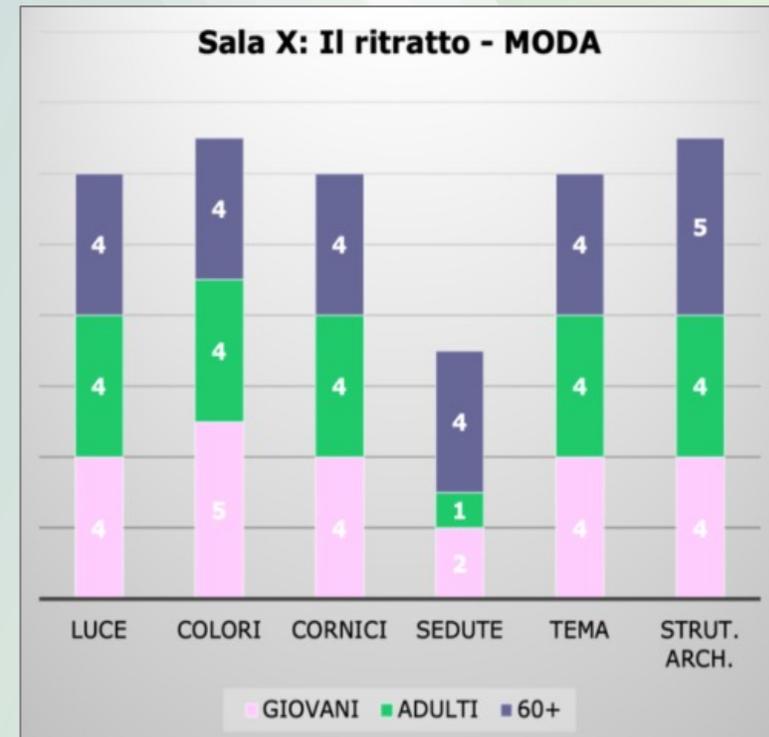
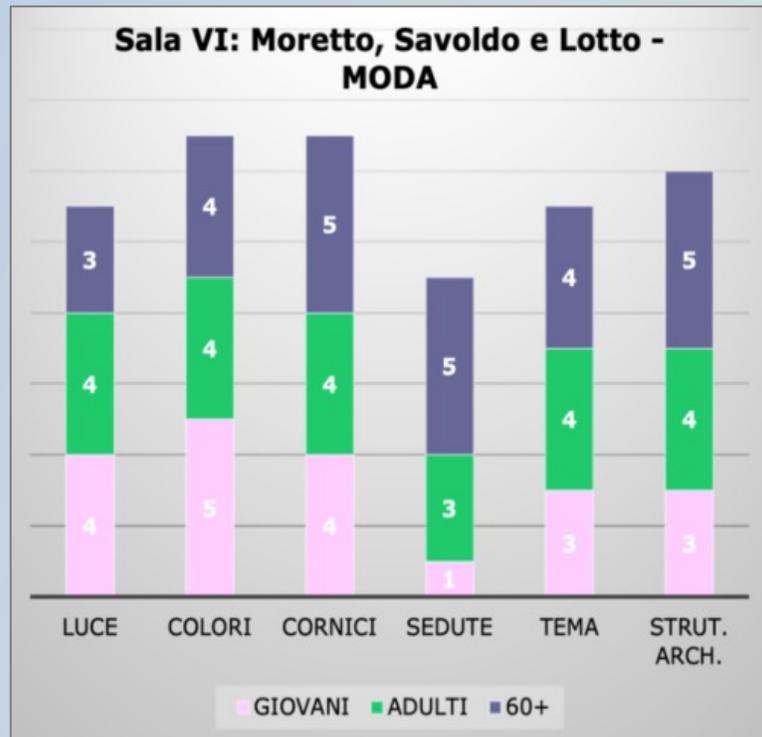
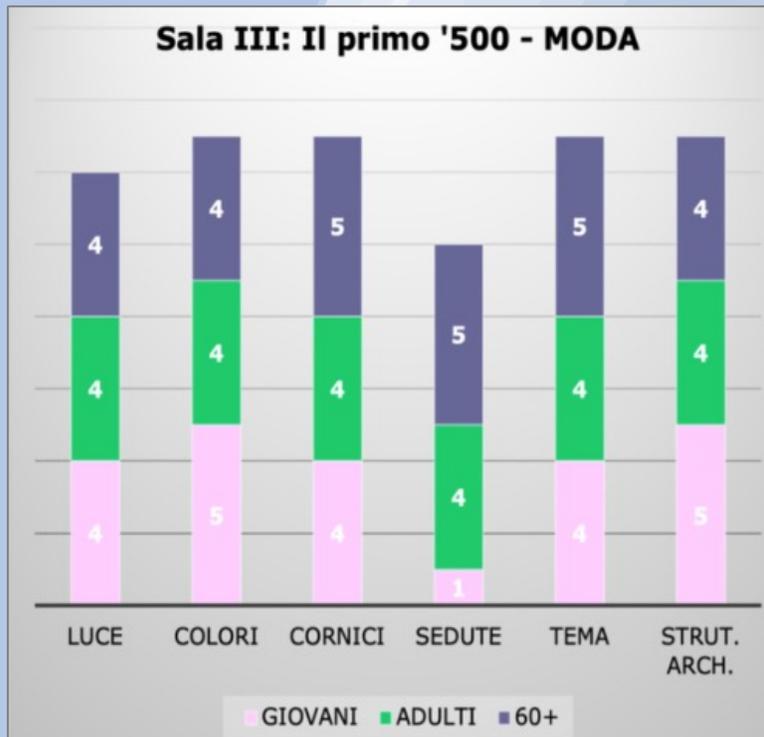
*Quanto stanno contribuendo una serie di **elementi** alle sensazioni, sentimenti ed emozioni provate dai visitatori?*

### Come sono stati trattati i dati

- **Scala Likert** : valori da 1 ("per nulla") a 5 ("moltissimo")
- Utilizzo di:
  - **moda**
  - **mediana**

**Grafici a barre in pila:** confronto immediato fra le tre classi d'età

# ELEMENTI DI CONTESTO



L'intensità delle emozioni è stata così definita:

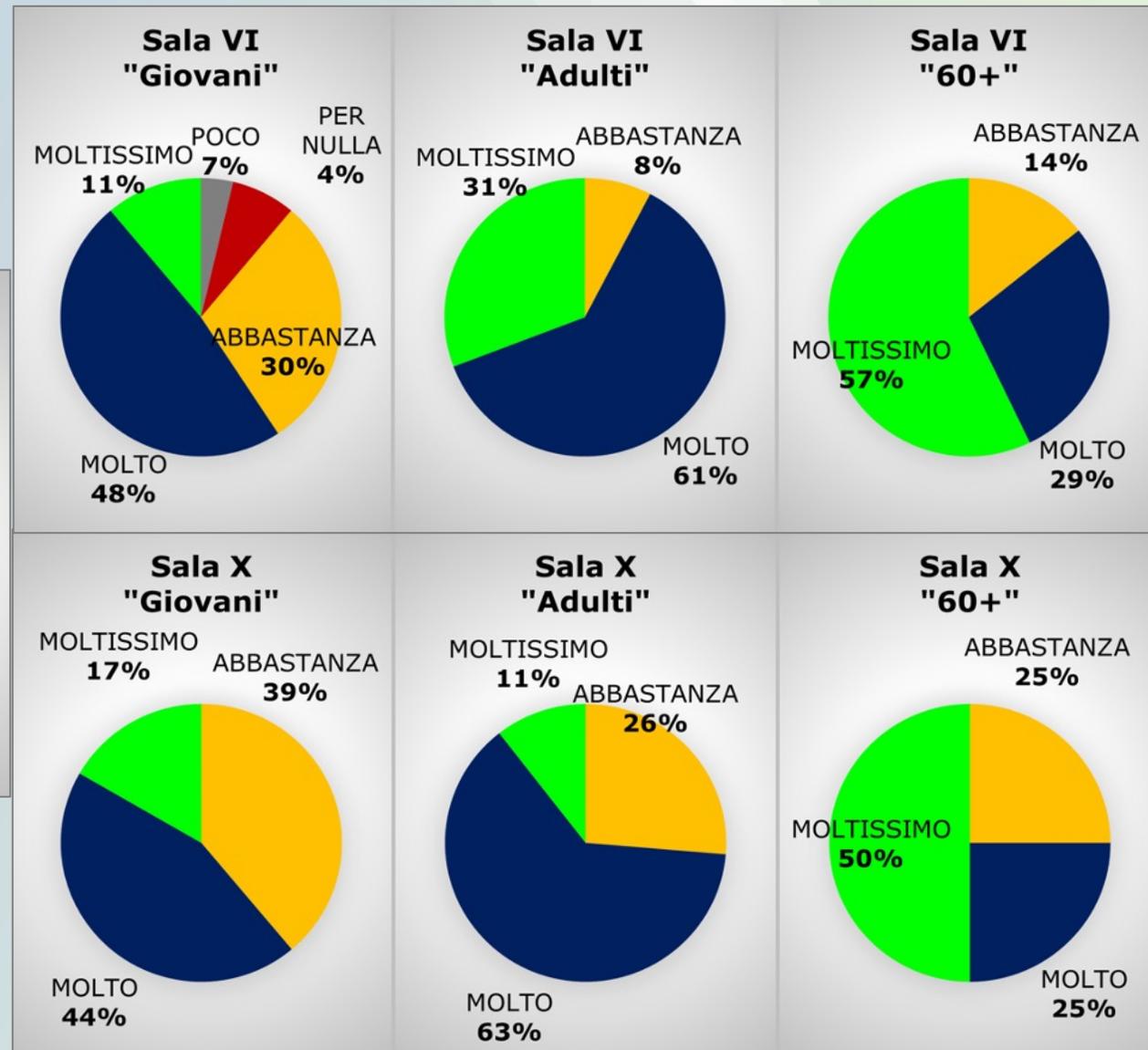
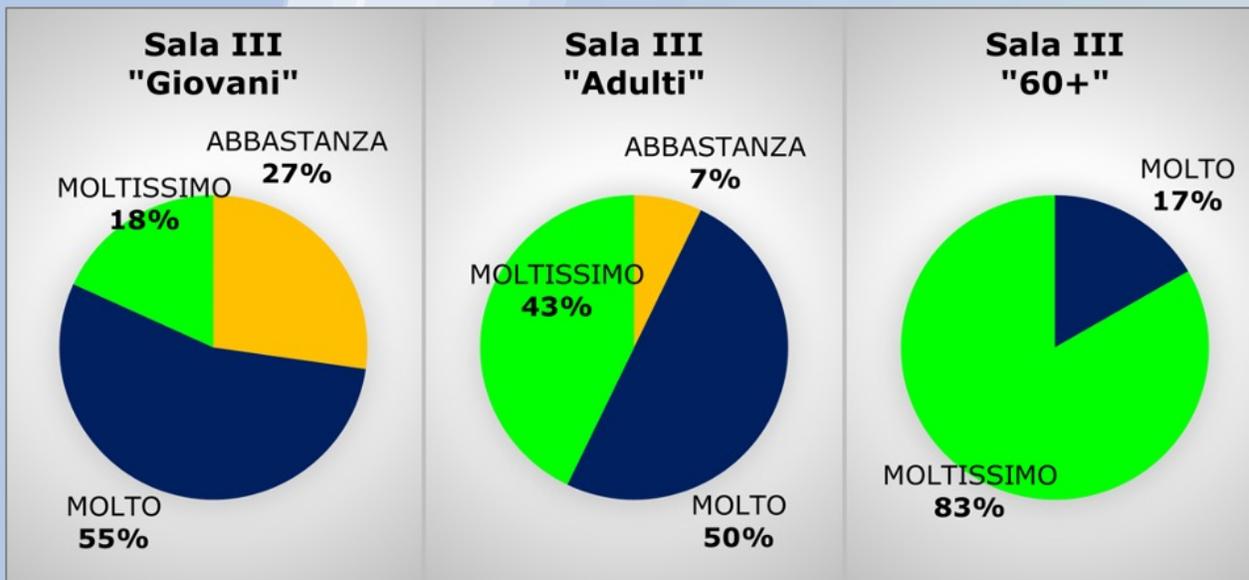
- 1 = per nulla
- 2 = poco
- 3 = abbastanza
- 4 = molto
- 5 = moltissimo

## COINVOLGIMENTO

**Quanto** si sono sentiti **coinvolti** nella sala in cui si trovavano i visitatori?

**Scala Likert** : valori da 1 ("per nulla") a 5 ("moltissimo")

# COINVOLGIMENTO



L'intensità delle emozioni è stata così definita:

1 = per nulla

2 = poco

3 = abbastanza

4 = molto

5 = moltissimo

# CONCLUSIONI

- Il **passaparola** è il metodo di conoscenza più frequente e specialmente i visitatori sono ritornati al museo per **rivivere l'esperienza** nel tempo
- Differenza di **intensità emotiva** fra le classi, al contrario sono d'accordo per gli **elementi di contesto. Coinvolgimento** positivo, tranne per i giovani nella Sala X
- Dai risultati, si possono adottare **strategie di marketing concentrate su diversi piani**

# SITOGRAFIA

<https://bodai.unibs.it/ds4bs/>

<https://dms-statlab.unibs.it/ricerca-e-pubblicazioni/progetto-mub>

<https://www.bresciamusei.com/fondazione-brescia-musei/>

<https://www.bresciamusei.com/musei-e-luoghi/>

<https://www.bresciamusei.com/musei-e-luoghi/pinacoteca-tosio-martinengo/>

[https://www.bresciamusei.com/wp-content/uploads/2022/04/BW\\_Pinacoteca\\_GG.pdf](https://www.bresciamusei.com/wp-content/uploads/2022/04/BW_Pinacoteca_GG.pdf)

[http://www.culturaitalia.it/opencms/museid/viewItem.jsp?id=oai%3Aculturaitalia.it%3Amuseiditalia-coll\\_86](http://www.culturaitalia.it/opencms/museid/viewItem.jsp?id=oai%3Aculturaitalia.it%3Amuseiditalia-coll_86)

*Grazie per l'attenzione*