

Anno 2011

I MUSEI, LE AREE ARCHEOLOGICHE E I MONUMENTI IN ITALIA

■ Con questa rilevazione a carattere censuario, condotta in collaborazione con il Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, le Regioni e le Province autonome, è per la prima volta possibile tracciare un quadro complessivo non solo dei musei presenti in Italia, ma anche degli altri istituti similari a carattere museale pubblici o privati, statali e non statali.

■ Sono 4.588 i musei e gli istituti similari, pubblici e privati, aperti al pubblico nel 2011, di cui 3.847 i musei, gallerie o collezioni, 240 le aree o parchi archeologici e 501 i monumenti e complessi monumentali.

■ In Italia, quasi un comune su tre ospita almeno una struttura a carattere museale: un patrimonio diffuso quantificabile in 1,5 musei o istituti similari ogni 100 kmq e circa uno ogni 13 mila abitanti.

■ Le regioni con il maggior numero di istituti sono la Toscana (550), l'Emilia-Romagna (440) e il Piemonte (397). Nel Sud e nelle Isole è concentrato il 52,1% delle aree archeologiche, mentre al Nord sono localizzati il 48% dei musei e il 43,1% dei monumenti.

■ Le tipologie prevalenti delle collezioni dei musei sono etnografia e antropologia (16,9%); seguono quelle di archeologia (15,5%), arte (11,9%), storia (11,4%), arte sacra (10,2%) e arte moderna e contemporanea (9,9%).

■ Nel 2011, i visitatori hanno raggiunto la cifra di 103.888.764 unità. Il pubblico tende a concentrarsi fra poche destinazioni; tre sole regioni si assicurano, infatti, il 51% degli ingressi: Toscana (22,1%), Lazio (20,1%) e Lombardia (8,8%).

■ Le tre regioni con il più alto numero medio di visitatori per singolo istituto sono Lazio (67.746), Toscana (42.359) e Campania (37.646). In fondo alla graduatoria si collocano Marche (5.323), Abruzzo (4.428) e Molise (4.319).

■ I primi 15 musei e istituti similari nel 2011 hanno registrato circa un milione di ingressi ciascuno e complessivamente hanno assorbito quasi un terzo (30%) dei visitatori.

■ La maggior parte dei musei (il 63,8%) è di proprietà pubblica. Ben 1.909 istituti, pari al 41,6% del totale, appartengono ai Comuni e solo il 9% al Ministero competente; i musei statali, però, da soli, attraggono più di 40 milioni di visitatori (il 38,8% del totale).

■ In quasi la metà degli istituti italiani (49%), l'ingresso è gratuito. Per un terzo degli istituti l'incasso annuo derivante dai biglietti non supera i 20.000 euro. Se complessivamente un quarto degli enti realizza non più di 10 mila euro all'anno, le megastrutture, con oltre 500.000 visitatori, arrivano ad incassare ognuna oltre un milione di euro.

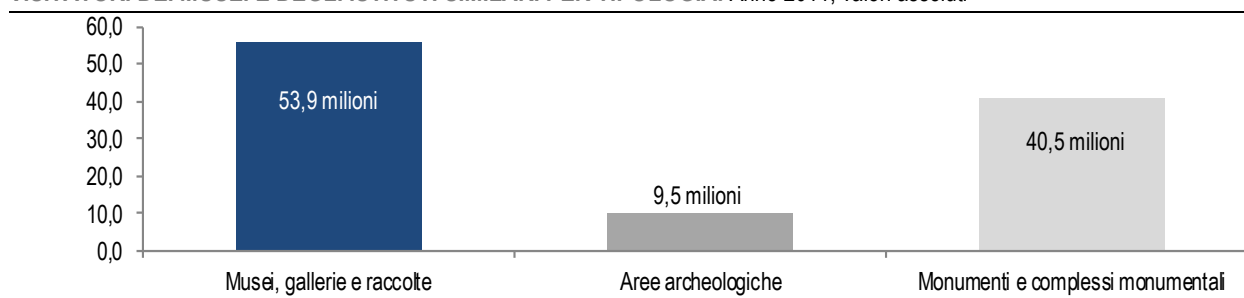
■ È straniero il 44,9% dei visitatori. Per oltre la metà degli istituti (53,3%) gli stranieri rappresentano però una componente minoritaria del pubblico: non più del 10% dei visitatori.

■ Solamente in poco più del 40% delle strutture espositive è presente personale in grado di fornire al pubblico informazioni in lingua inglese.

■ La maggior parte degli istituti museali italiani svolge la propria attività grazie a una quantità esigua di personale: circa l'80% degli istituti ha non più di 5 addetti e solo l'1,5% ne ha da 50 in su. In più del 60% degli enti prestano la propria opera collaboratori volontari, che complessivamente sono circa 16.400.

■ I musei italiani sono ancora poco presenti nel web. Solo la metà (50,7%) ha un proprio sito, il 42,3% pubblica online il calendario delle iniziative e degli eventi, il 22,6% diffonde una newsletter, il 16,3% permette l'accesso online a singoli beni selezionati e il 13,3% rende disponibile un catalogo online.

VISITATORI DEI MUSEI E DEGLI ISTITUTI SIMILARI PER TIPOLOGIA. Anno 2011, valori assoluti



Le informazioni raccolte descrivono una galassia di oltre 4.500 istituti, nati per lo più in tempi relativamente recenti, diffusi in modo capillare su tutto il territorio nazionale e caratterizzati da grande diversità nella tipologia delle strutture (musei, gallerie, collezioni, aree e parchi archeologici, monumenti e complessi monumentali) e degli oggetti collezionati, nelle dimensioni, nelle forme gestionali e organizzative e nel rapporto con il pubblico.

Nel 2011, anno di riferimento della rilevazione, questo insieme numeroso, complesso e variegato, costituito prevalentemente da realtà di dimensioni piccole e piccolissime e che funziona grazie all'opera di un numero esiguo di operatori, tra cui molti volontari, è stato frequentato da circa 104 milioni di visitatori.

I musei e le istituzioni assimilabili costituiscono veri e propri presidi della cultura, intesa nel suo senso più ampio, unendo, alle funzioni fondamentali della conservazione, della ricerca e della esposizione, anche quelle legate alla promozione di attività educative, di discussione, confronto, di spettacolo e di produzione artistica contemporanea, cioè di vera e propria animazione delle comunità locali.

Italia paese del “museo diffuso”: 1,5 musei ogni 100 chilometri quadrati

L'espressione “museo diffuso” definisce perfettamente il nostro Paese. In Italia c'è infatti un museo/istituto e mezzo per ogni 100 kmq e uno ogni 13.000 abitanti circa.

Sono 4.588 i musei e gli istituti simili, pubblici e privati, aperti in Italia nel 2011. Di questo insieme fanno parte, oltre ai musei, alle gallerie e alle collezioni (3.847, pari all'83,9% del totale), anche 240 aree o parchi archeologici e 501 monumenti o complessi monumentali.

Considerato nel suo insieme, il 45,9% del patrimonio museale si trova nelle regioni del Nord, il 29,0% al Centro, e il 25,1% al Sud e nelle Isole. Più specificamente, al Sud e nelle Isole è concentrato il 52,1% delle aree archeologiche, mentre al Nord sono localizzati il 48% dei musei e il 43,1% dei monumenti (Tavv.1-4).

Le regioni con il maggior numero di istituti in valore assoluto sono la Toscana (550), l'Emilia-Romagna (440) e il Piemonte (397). Quelle con il numero più basso sono invece la Valle d'Aosta (74), la Basilicata (53) e il Molise (34).

Su un totale di 8.092 comuni, 2.359, cioè quasi uno su tre (28,3%), ospitano almeno un museo o un istituto simile, ma in alcune regioni le dotazioni sono diffuse in modo ancora più capillare. Nelle Marche, per esempio, la percentuale di comuni dotati di almeno una struttura di raccolta e di esposizione al pubblico sale al 57,3%, in Toscana arriva al 66,6%, e in Umbria addirittura al 67,4%. In altre regioni, invece, gli istituti sono maggiormente concentrati sul territorio: accade così in Lombardia, dove il patrimonio si addensa nel 15,5% dei comuni, in Molise (17,6%) e in Campania (21,1%) (Tav.1).

Poco più di un decimo (10,8%) dei musei/istituti individuati dall'indagine si trova nei 12 centri con più di 250.000 abitanti, tra i quali sono compresi i comuni centro di aree metropolitane (Torino, Milano, Venezia, Verona, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Bari, Palermo e Catania) dove sono presenti in media 41 musei per ogni città. In particolare, nelle città di Roma, Firenze e Venezia, capitali del turismo culturale nazionale e internazionale, risiedono poco più di 200 degli istituti museali, pari al 4,8% delle unità censite.

Accanto a questi poli di maggiore attrazione, il territorio presenta un'ampia e ricca dotazione di luoghi di interesse culturale. Una ragguardevole percentuale di strutture (16,9%) si polverizza nei comuni con meno di 2.000 abitanti, fatto che si traduce in una media di 0,2 musei per singola unità municipale. Quasi un terzo (30,6%) delle strutture è distribuito nei 3.327 comuni con un numero di abitanti compreso fra 2.001 e 10.000 (che ospitano mediamente 0,4 musei ciascuno) e il 26,3% si situa, invece, nei 1.062 comuni della classe di popolazione 10.001-50.000 (in media, 1,1 museo per ogni centro) (Tav. 2).

Se si considera la superficie territoriale dei comuni, la classe che raccoglie quasi la metà (il 49,7%) delle strutture museali è quella compresa fra i 50,1 e i 250 kmq (1.609 comuni), dove la media di istituti per città è di 1,4. Un quinto dei musei (il 20,2%) si trova nei comuni di ampiezza compresa fra 25,1 e 50 kmq (con una media di 0,5 musei per comune) (Tav. 3).

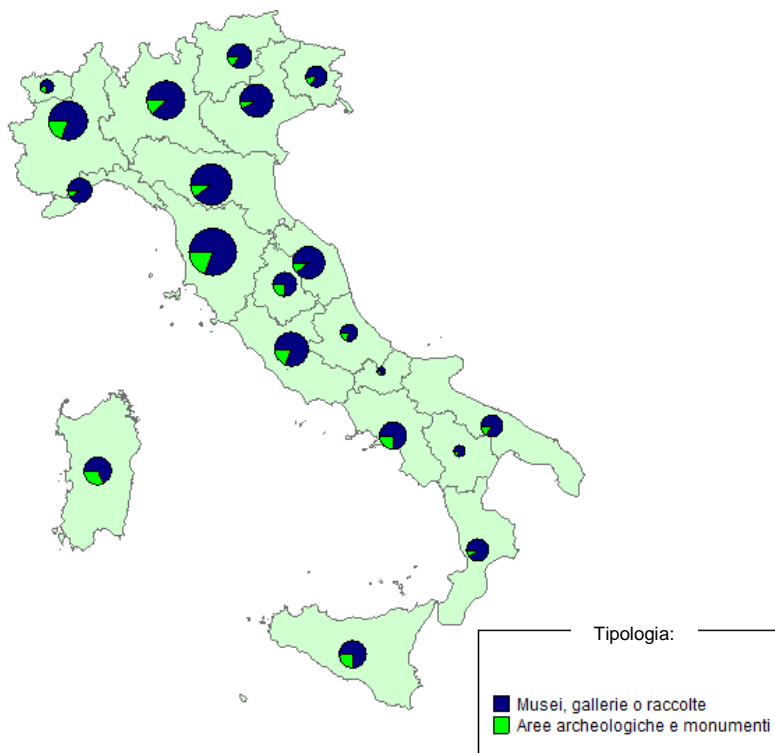
Le collezioni dei musei: un'offerta molto ampia e variegata

La grande varietà dell'universo museale italiano si rispecchia nella natura diversificata dei beni conservati ed esposti. Le collezioni dei musei, delle gallerie e delle raccolte sono di contenuto prevalentemente etnografico e antropologico¹ per il 16,9% degli istituti censiti; per il 15,5% si tratta, invece, di musei di archeologia², per l'11,9% di arte antica³, per l'11,4% di storia⁴, per il 10,2% di arte sacra e infine per il 9,9% di arte moderna e contemporanea⁵. Questa ricca offerta è ulteriormente ampliata da musei di storia e scienze naturali⁶ (9,3%) e da musei specializzati⁷ (8,6%) (Tav. 6).

Ma non sono solo i beni e le collezioni ad avere un interesse e un valore culturale. Circa il 70% dei musei italiani ha, infatti, sede in un edificio di elevato pregio storico o artistico (Tav. 7). Inoltre, aree e parchi archeologici e monumenti ospitano frequentemente (44,3%) al proprio interno un museo, una collezione o una raccolta aperta alla visita del pubblico (Tav. 8).

I motivi di interesse per i visitatori sono dunque molteplici. Per oltre la metà (51,8%) degli istituti, il principale elemento di richiamo sono le collezioni esposte permanentemente. Per il 30,2% degli intervistati, edificio e collezioni concorrono in ugual misura ad attirare il pubblico, mentre per il 14,5% è la struttura che ospita i beni a motivare la visita (Tav. 24).

FIGURA 1. MUSEI E ISTITUTI SIMILARI PER REGIONE. Anno 2011



¹ Raccolte di materiali relativi alle culture e alle caratteristiche delle diverse popolazioni, comprese le documentazioni di testimonianze orali e di eventi o rituali. Sono compresi i musei agricoli e di artigianato per i quali l'interesse etnologico prevale su quello tecnologico e/o artistico, e i musei territoriali con raccolte di materiali e testimonianze relativi ad un particolare territorio.

² Raccolte di oggetti provenienti da scavi o ritrovamenti databili fino al periodo alto medievale compreso. Sono inclusi i musei di paleontologia e di archeologia preistorica e proto-storica.

³ Raccolte di opere e collezioni databili dal V secolo d.C. a tutto il XIX secolo.

⁴ Raccolte di oggetti legati ad eventi storici. Vengono comprese anche le case di personaggi illustri trasformate in museo.

⁵ Raccolte d'arte datate convenzionalmente dal '900 i giorni nostri.

⁶ Raccolte di specie animali e vegetali non viventi, minerali o fossili, organizzate per l'esposizione al pubblico.

⁷ I musei specializzati sono collezioni con preciso orientamento tipologico, come i musei di oggetti insoliti e di curiosità, nonché di raccolte particolari monotematiche.

Tanti i beni conservati, ma non sempre documentati e valorizzati

L'84,2% dei musei, delle gallerie e delle raccolte conserva ed espone beni di sua proprietà, anche se in alcuni istituti è praticato lo scambio di oggetti per finalità espositive o di studio. Quasi un terzo degli istituti (il 32,4%), al momento della rilevazione disponeva infatti di beni ricevuti in deposito e oltre un quinto (23,6%) di beni in comodato, mentre il 22% ne aveva ottenuti in prestito per mostre e allestimenti specifici. Il 35,4% delle strutture, a sua volta, aveva dato in prestito ad altre istituzioni, per l'allestimento di esposizioni o mostre, oggetti appartenenti alle proprie collezioni (Tav. 25).

Il numero medio di beni conservati, che contribuisce a rappresentare le dimensioni dei musei, varia con la natura tematica delle collezioni. Le collezioni di storia naturale e scienze naturali, ad esempio, sono quelle tendenzialmente più numerose (con un valore medio di oltre 120.000 unità conservate) e quelle di arte sacra, al contrario, le più esigue (meno di 700 elementi per struttura). Le raccolte archeologiche si attestano su 47.000 pezzi circa, quelle di arte moderna e contemporanea sui 13.300, quelle specializzate sui 12.900, quelle industriali o d'impresa sui 2.700 (Tav. 27).

La capacità espositiva di molti musei è inferiore a quella di custodia e conservazione, cosicché, nonostante oltre tre quarti degli istituti (il 79,1%) dichiarino di avere aperto al pubblico, nel 2011, tutti gli spazi espositivi disponibili (Tav. 61), i beni conservati sono molti di più di quelli esposti al pubblico. Infatti, sono meno della metà (il 42,9%) i musei che sostengono di esporre oltre il 90% dei beni conservati, mentre il 31,1% dei musei espone non più della metà delle collezioni che possiede (Tav. 29). La capacità espositiva è tanto maggiore quanto si riduce il numero di beni posseduti: i musei dotati di un patrimonio scarsamente numeroso (fino a 50 beni) ne espongono il 94,5%, quelli che detengono da 51 a 100 beni invece il 90,2%, fino ad arrivare a quelli che dispongono di oltre 50.000 oggetti e ne espongono solamente il 6,4% (Tav. 28). In stretto collegamento a questo aspetto va segnalata una scarsa dinamicità nell'esposizione degli oggetti: solo poco più di un quinto (21,2%) degli intervistati riferisce di avere effettuato una rotazione dei beni da presentare al pubblico fra sale espositive e depositi (Tav. 30). La più elevata propensione a movimentare le opere si registra nei musei di arte moderna e contemporanea (38,2%), seguiti da quelli d'arte (25,6%) e da quelli specializzati (25,5%). I meno propensi alla rotazione del materiale espositivo sono i musei etnografici e antropologici, solo il 13,7% dichiara di avere effettuato movimenti fra il magazzino e le sale. La relativa staticità delle esposizioni, unita alla bassa propensione a proporre allestimenti e mostre temporanee (vedi paragrafo seguente), è una delle ragioni della scarsa diffusione della formula dell'abbonamento annuale, indicata fra le modalità di accesso previste da appena il 23,7% degli istituti e come titolo di ingresso effettivamente utilizzato nel 2011 da appena il 6% dei visitatori. In altri termini, un'offerta espositiva che per molti musei tende ad essere sempre uguale a se stessa non incoraggia meccanismi di fidelizzazione, e non riesce a proporre al pubblico buoni motivi per ritornare.

Maggiore diffusione ha invece la formula del biglietto cumulativo, che consente l'ingresso a più istituti con l'acquisto di un solo titolo di accesso integrato, il quale è adottato dal 22,8% degli istituti e utilizzato dal 28,3% dei visitatori.

Del vasto patrimonio di beni e collezioni disponibili solo una parte è puntualmente documentata, mentre un'ampia quota non è identificata e registrata e non è accessibile e fruibile attraverso atti documentali, sicuramente importanti ed utili per le attività di tutela e di valorizzazione. Va considerato che se poco più della metà (51,2%) dei beni presenti nei musei italiani è stata inventariata, soltanto il 20,3% è stato anche catalogato e appena l'11,5% riprodotto in formato digitale. Nei musei con collezioni di piccole dimensioni (fino a 100 oggetti), le percentuali salgono rispettivamente al 79,9%, al 39,1%, e al 24,9%. In quelli di grandi dimensioni (oltre 50.000 beni) scendono invece al 48,0%, 18,0% e 9,1%⁸ (Tav. 31). Sono, però, numerose le strutture che hanno promosso interventi di restauro (41,4%).

⁸ Per i musei e gli altri istituti statali, che conservano mediamente 75.500 beni a fronte dei 18.000 dei non statali, la quota percentuale di quelli catalogati scende al 13,2% e quella dei digitalizzati al 5,8%.

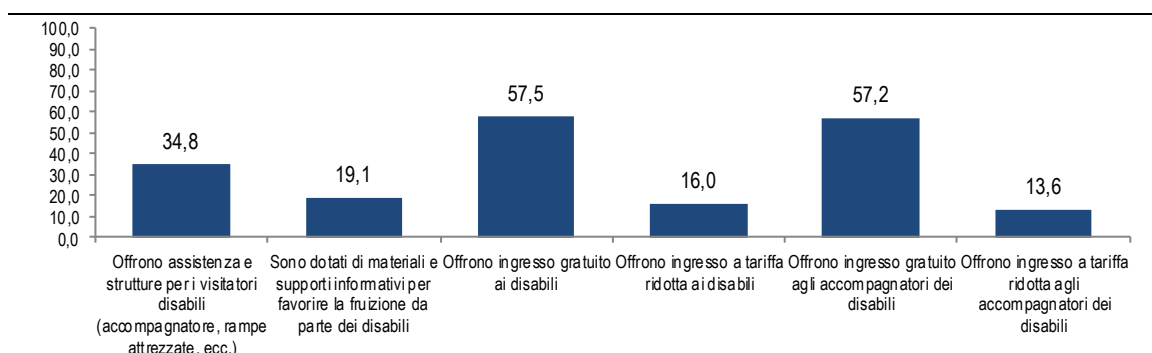
Ampia dotazione di strutture e servizi, basso utilizzo delle lingue straniere

Una vasta maggioranza (77,8%) di musei e istituti similari italiani offre al pubblico la possibilità di usufruire di visite guidate. Anche la prenotazione dei biglietti e delle visite è un servizio largamente diffuso (58,3%). Poco meno della metà degli istituti (44,2%) è dotata di bookshop e nel 34,7% di essi i disabili possono trovare assistenza, servizi e percorsi dedicati. Il 19,0% degli istituti ha ludoteche e offre intrattenimento per i bambini. Caffetteria e ristorazione sono invece servizi aggiuntivi più rari, e vengono assicurati solo dal 13,2% delle strutture (Tav. 65).

La presenza di un archivio è segnalata dal 34,9% degli istituti, il centro di documentazione o fototeca dal 29,3%, la biblioteca dal 32,7%, la sala per attività didattica o di ricerca dal 34,2%, e il laboratorio di restauro – la struttura rilevata più di rado – solo dal 10,3% (Tav. 62).

Nell'81% dei musei e degli istituti similari italiani è possibile trovare opuscoli e materiale informativo a stampa e nel 74,6% sono presenti in loco pannelli che spiegano ai visitatori le singole opere. C'è un punto di accoglienza, dove vengono forniti ai visitatori orientamento e informazioni nel 68,7% delle strutture. Il percorso di visita viene suggerito con appositi strumenti dal 41,2% degli istituti, e nel 39,5% dei casi sono anche disponibili informazioni e notizie sul contesto territoriale locale. Per contro, solo poco più di un museo su quattro (il 25,2%) ha predisposto percorsi specificamente pensati per i bambini, il 24,5% dispone di postazioni multimediali e solo l'11,6% offre la possibilità di utilizzare audioguide. In poco meno di un quinto dei musei rispondenti, i disabili possono trovare materiali e supporti informativi specifici, come percorsi tattili o pannelli in *braille* per i non vedenti (Tav. 63, Fig. 2).

FIGURA 2. GLI ISTITUTI MUSEALI E L'ACCESSO DEI DISABILI. Anno 2011, valori % sul totale dei musei e istituti similari



Il personale è in grado di fornire al pubblico informazioni in inglese nel 42,5% dei casi. Per la lingua francese, la percentuale scende al 23,2%, per il tedesco al 9,7% e per lo spagnolo al 7%. Sono molto rari i casi in cui gli addetti possono comunicare in arabo e giapponese (0,2%) o cinese (0,1%). La disponibilità di materiale informativo scende al 40,9% dei musei per l'inglese, al 16,1% per il francese e al 5,5% per lo spagnolo, ma sale, rispettivamente, al 16,4% per il tedesco, e, seppur marginalmente, allo 0,9% per il giapponese e allo 0,3% per il cinese. Ancor più rara è la possibilità di trovare pannelli e didascalie in lingua diversa dall'italiano: l'inglese compare nel 21,3% degli istituti, il tedesco nel 4,4% e tutte le altre lingue di fatto scompaiono dal panorama dell'offerta informativa. Tutti questi dati contrastano con l'aspirazione, più volte espressa nelle sedi della programmazione delle politiche culturali, a fare dei musei, dei monumenti e delle aree archeologiche un elemento qualificante dell'offerta turistica di qualità del Paese, specie nei confronti dei mercati emergenti (Tav. 64).

La metà dei musei ha un sito web, ma solo il 16% permette l'accesso online ai beni esposti

Il web è un ambiente nel quale i musei e i luoghi della cultura italiani stanno cominciando a muovere significativi passi in avanti, anche se i dati disponibili mostrano che pochi di essi lo utilizzano in tutte le sue potenzialità. La comunicazione con il pubblico attraverso la Rete appare ancora caratterizzata da una certa staticità e unidirezionalità. Se, infatti, la metà degli istituti (50,7%) ha un proprio sito Web, solo il 42,3% pubblica online il calendario delle iniziative e degli eventi, il 22,6% diffonde anche una newsletter, appena il 16,3% permette l'accesso online a singoli beni selezionati e il 13,3% rende disponibile un catalogo digitale (Tav. 66).

Meno di un decimo degli istituti (9,4%) offre ai visitatori connettività Wi-Fi gratuita tramite *hotspot*. Solo il 16% dei musei è attivo nelle *community* virtuali, attraverso *social network*, blog e forum, a conferma di una familiarità molto ridotta con i meccanismi comunicativi e partecipativi resi possibili dal Web 2.0⁹. Ancor meno istituti (il 5,7%) utilizzano Internet per la prenotazione delle visite e la vendita dei biglietti, e quelli che hanno predisposto applicazioni per *smartphone* e *tablet* sono una percentuale veramente bassa (3,4%).

Organizzano mostre temporanee, attività didattiche, convegni solo la metà dei musei

I musei che nel 2011 hanno organizzato una mostra o un'esibizione temporanea sono meno della metà (45,8% del totale). In particolare, gli istituti d'arte moderna e contemporanea hanno raggiunto la quota del 64,2%, seguiti dai musei d'arte (62,6%). La propensione ad allestire esposizioni temporanee crolla, invece, fra le aree archeologiche (14,6%). In media ogni istituto ha allestito circa tre mostre ed esposizioni temporanee nel corso dei dodici mesi (Tav. 68).

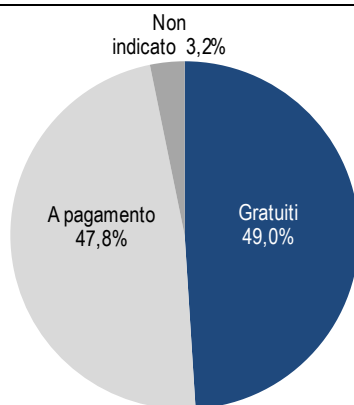
Nel complesso, i visitatori delle mostre nel 2011 sono stati 33,1 milioni, con un valore medio di circa 18 mila visitatori per istituto organizzatore (Tav. 70).

Nello stesso periodo, altre iniziative hanno manifestato un tasso di vitalità considerevole. Il 58,6% dei musei/istituti italiani ha, infatti, dichiarato di aver svolto una o più attività didattiche (corsi, laboratori, progetti educativi, ecc.). Convegni, conferenze e seminari si sono tenuti in più della metà (52,3%) delle strutture, mentre una minoranza consistente (46,9%) ha organizzato spettacoli dal vivo e iniziative di animazione culturale. Infine, un terzo degli istituti ha avviato progetti di ricerca, o vi ha preso parte (Tav. 67).

Ingresso gratuito in una struttura su due, ma pochi i visitatori under 25

In generale, l'apertura al pubblico copre un calendario piuttosto esteso. Nel 2011, il 64,7% dei musei, delle aree archeologiche e dei monumenti è stato aperto ai visitatori tutto l'anno, il 12% in alcuni giorni della settimana, il 13% solo in alcuni mesi, il 4,8% solamente in occasioni particolari (Tav. 35), il 13,9% esclusivamente su richiesta (Tav. 36). Nonostante la riduzione degli investimenti e delle risorse finanziarie e umane, il 47,5% degli istituti è stato aperto anche di sera almeno una volta nel corso dell'anno (Tav. 37).

FIGURA 3. MUSEI E ISTITUTI SIMILARI GRATUITI E A PAGAMENTO. Anno 2011, valori percentuali



L'ingresso è gratuito in quasi metà (49%) dei luoghi della cultura (Tav. 40). Negli istituti dove è previsto il pagamento, i biglietti venduti hanno rappresentato introiti fino a 10.000 euro l'anno per il 26% dei rispondenti, mentre il 7% ha realizzato meno di 1.000 euro all'anno. Sono pochi i luoghi –

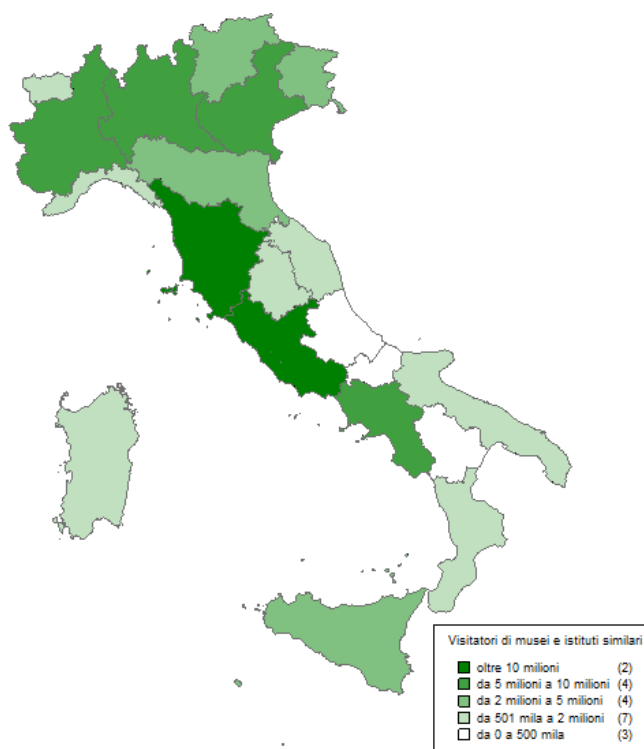
⁹ Si indica come Web 2.0 l'insieme di tutte quelle applicazioni online che permettono un elevato livello di interazione tra il sito web e l'utente come i blog, i forum, le chat, i Wiki, le piattaforme di condivisione di media come Flickr, YouTube, Vimeo, i social network come Facebook, Myspace, Twitter, Google+, LinkedIn, Foursquare, ecc., in contrapposizione alla fruizione passiva da parte degli utenti dei contenuti del cosiddetto Web statico o Web 1.0.

solo un centinaio, cioè l'1,2% del totale – che hanno incassato una cifra compresa fra 500.000 e più di un milione di euro (Tav. 57).

Nel complesso, sono state quasi 104 milioni le persone che nel 2011 si sono recate nei musei, nei monumenti e nelle aree archeologiche italiane. Sulla base dei dati forniti, i visitatori paganti risultano 54,9 milioni, a fronte di 48,9 milioni di non paganti (Tavv. 49-51).

Il flusso dei visitatori tende a concentrarsi fra poche destinazioni; tre sole regioni si assicurano, infatti, quasi il 51% degli ingressi: la Toscana (22,1%), il Lazio (20,1%), la Lombardia (8,8%) (Tav. 47).

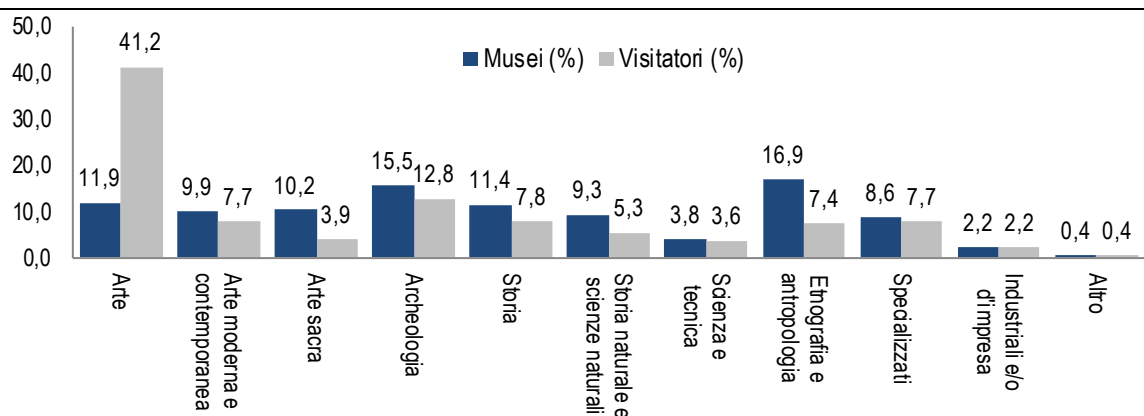
FIGURA 4. NUMERO DI VISITATORI DEI MUSEI E DEGLI ISTITUTI SIMILARI PER TIPOLOGIA E REGIONE. Anno 2011



I musei e gli istituti similari statali, che rappresentano meno del 10% del totale, richiamano da soli il 38,8% dei visitatori: più di 40 milioni nel 2011.

La distribuzione delle presenze è molto polarizzata, dal momento che le prime 15 strutture espositive totalizzano quasi un terzo dell'intero pubblico.

Il numero medio di visitatori per istituto è quasi 24.000, ma notevoli differenze emergono nel confronto, sia fra istituti statali (per i quali la media è di poco meno di 100.000 ingressi) e istituti non statali (che si attestano su poco meno di 16.000 visitatori), sia fra regioni. I valori medi più alti sono, infatti, raggiunti dal Lazio (quasi 68.000 ingressi per istituto), Toscana (oltre 42.000), Campania (più di 37.500). Al contrario, gli istituti di Basilicata, Marche, Abruzzo e Molise non superano la soglia media di 6.000 visitatori (Tav. 48).

FIGURA 5. PERCENTUALE DI MUSEI E VISITATORI PER TIPO DI BENI E COLLEZIONI. Anno 2011


In merito alla composizione e alle caratteristiche del pubblico, i musei e gli istituti similari rispondenti stimano che i giovani con età compresa tra i 18 e i 25 anni rappresentino poco più di un quinto (21,1%) dei visitatori (Tav. 52). Questo dato può essere messo in relazione, tra l'altro, alla carenza di politiche tariffarie di favore per gli *under 25*, alla relativa staticità dell'offerta espositiva e a un rapporto con le ICT ancora da sviluppare¹⁰. Anche il pubblico degli anziani resta marginale e arriva a rappresentare poco più di un quarto del totale (26,3%).

Significativo il dato relativo alla quota stimata dei visitatori provenienti dall'estero, che - se nel complesso rappresentano il 44,9% dei visitatori - per oltre la metà dei musei e degli istituti similari italiani non superano il 10% degli ingressi del 2011.

La scarsa dimestichezza con il Web, sia come ambiente nel quale segnalare la propria esistenza e le proprie attività, sia come potente strumento informativo su calendari, orari e servizi, sia come mezzo *user friendly* di larghissimo raggio per la prenotazione delle visite e la vendita dei biglietti, contribuisce ad esprimere una bassa capacità di penetrazione nel pubblico internazionale. Ma è soprattutto nelle ridotte capacità di comunicazione dei contenuti in lingue diverse dall'italiano che va ricercata la ragione del "mancato aggancio" fra patrimonio museale italiano e visitatori stranieri.

TABELLA 1. MUSEI E ISTITUTI SIMILARI PER QUOTA DI VISITATORI STRANIERI SUL TOTALE DEI VISITATORI. Anno 2011 (a)

QUOTA DI VISITATORI STRANIERI	% di musei e istituti similari
Meno del 10%	53,3
Dal 10,1 al 25%	20,1
Dal 25,1 al 50%	19,0
Dal 50,1 al 75%	5,6
Oltre il 75%	2,0
Totale	100,0

(a) Il valore è calcolato sul numero complessivo dei rispondenti (pari all'88,5% del totale), cioè al netto delle unità per le quali risulta la modalità "non indicato".

Dall'indagine emerge, peraltro, che solo un'esigua minoranza degli istituti conduce indagini per conoscere il proprio pubblico: solo il 12,2% svolge monitoraggi sistematici o a cadenza regolare e appena il 34,7% ha promosso inchieste occasionali (Tav. 53).

Alcune iniziative per sostenere la domanda da parte del pubblico, nel 2011, sono state tuttavia prese, quasi esclusivamente in termini tariffari.

Il 77% dei musei con ingresso a pagamento ha organizzato una o più giornate a ingresso gratuito. Per la metà di quegli istituti (il 50,9%), queste giornate hanno oscillato tra 2 e 10, mentre per poco più di un museo su dieci l'apertura gratuita è stata 1 in un anno (Tav. 43).

¹⁰ L'offerta di accessi gratuiti ad Internet tramite WiFi, per esempio, raggiunge il 78,6% nelle biblioteche comunali italiane, e solo il 9,4% tra i musei.

I musei hanno anche concesso ingressi gratuiti o a tariffa ridotta ad alcune categorie specifiche di visitatori. I disabili e i loro accompagnatori accedono liberamente nel 57,5% delle strutture (Tav. 42). I bambini invece entrano negli istituti gratis nel 48,4% o con un biglietto a prezzo ridotto nel 34,6%. Per i ragazzi, gli ingressi gratuiti si riducono al 12,6%, ma le tariffe agevolate sono praticate da oltre la metà (51,2%) dei musei. Le opportunità favorevoli rivolte ai giovani si assottigliano ancor più se si considera che l'entrata gratuita è prevista solamente dall'1,8% degli istituti e il biglietto è scontato solo dal 21,1%. Agli studenti in visita individuale, solo il 5,8% dei musei concede l'entrata libera e il 37,8% riconosce il diritto a uno sconto. Per i gruppi scolastici le condizioni sono un po' più vantaggiose (il 13,9% gratis e a prezzi ridotti il 64,7%).

Gli anziani possono accedere gratuitamente nel 14,3% dei casi e con biglietto ridotto nel 48,5%. Praticamente ignorate, invece, le famiglie (appena lo 0,9% dei musei le fa entrare gratis e solo il 23% pratica loro uno sconto), mentre alle comitive viene riconosciuta la classica riduzione di prezzo da oltre il 64% degli istituti (Tav. 42).

Le grandi strutture museali attirano da sole oltre quattro visitatori su dieci

Tre istituti museali su quattro sono strutture di dimensioni piccole e piccolissime, che non registrano più di 10.000 ingressi l'anno. Le maxi strutture che richiamano più di 500.000 visitatori sono al contrario una vera rarità (rappresentano meno dell'1% del totale), sono concentrate in poche regioni, in aree metropolitane, ma da sole coprono il 43,3% del pubblico (Tabella 2).

Il modello italiano è quindi caratterizzato da organizzazioni di piccolissima dimensione (meno di 1.000 visitatori) presenti anche nei centri urbani più piccoli, tendenzialmente isolate, deboli nei mezzi (il numero medio di addetti è pari a 1,2; il personale che parla inglese si ferma al 28,6%, la dotazione di un sito web arriva appena al 36,2%) e nella capacità di animazione culturale (i valori riguardanti le attività didattiche, gli allestimenti temporanei, le altre forme di animazione sono puntualmente molto più bassi di quelli delle organizzazioni di dimensioni maggiori) e nella capacità di generare risorse finanziarie (solo il 17,7% accede a finanziamenti pubblici e meno del 10% ottiene finanziamenti e contributi privati o genera proventi attraverso servizi aggiuntivi).

Si tratta di strutture di cui sono titolari soprattutto i Comuni (nel 46,1% dei casi) o soggetti privati (40,1%). In questa classe di grandezza, le collezioni esposte sono frequentemente (22,2% dei casi) di contenuto etnologico o antropologico, legate al territorio e alla storia locale.

TABELLA 2. CARATTERISTICHE DEI MUSEI E DEGLI ISTITUTI SIMILARI IN BASE ALLE DIMENSIONI. Anno 2011

Dimensioni del museo/istituto in base al flusso di visitatori	Quanti sono	Quota di visitatori (% sul totale)	Incasso medio annuo attraverso la bigliettazione	Hanno accesso a contributi e finanziamenti pubblici	Hanno accesso a finanziamenti privati: sponsorizzazioni, contributi di fondazioni ex bancarie, erogazioni liberali, donazioni, lasciti, ecc.	Realizzano altri proventi attraverso servizi aggiuntivi, bookshop, prestiti di opere, vendita di altri servizi, affitti, concessioni, royalties, ecc.
Fino 1.000	Un terzo del totale (34,6%)	0,7% del totale	Meno di 1.000 euro (16%)	17,7	9,1	9,1
Da 1.001 a 10.000	Il 43,4% del totale	7,2% del totale	Non oltre 2.500 euro (15%)	33,4	16,1	18,2
Da 10.001 a 100.000	Il 18,5% del totale	23,2% del totale	Non oltre 20.000 euro (20%)	33,2	21,7	29,5
Da 100.000 a 500.000	Il 2,8% del totale	25,7% del totale	Tra 100.000 e 500.000 euro (26%)	34,4	29,5	37,7
Oltre 500.000	Meno dell'1% del totale (0,8%)	43,3% del totale	Oltre 1 milione di euro (78%)	20,0	22,9	51,4
Totale	-	-	Non oltre 20.000 euro (33%)	27,9	15,2	17,9

Strutture di questo tipo esprimono, però, un servizio puntuale di portale culturale nei confronti della propria realtà geografica (fornisce informazioni sulle risorse esistenti nel circondario il 40% delle unità più piccole, contro il 6,1% di quelle più grandi) e una capacità di attrazione del pubblico giovane e anziano nettamente superiore alla media: la percentuale di giovani sul totale dei visitatori, che nelle realtà più grandi è circa il 20%, qui sale di dieci punti percentuali (29,6%) e quella degli anziani raggiunge il 31,1%, contro il 19,5% degli over 500.000. Molto più difficile ovviamente per i piccoli, spesso fuori dai principali circuiti turistici, raggiungere il pubblico degli stranieri, fermo al 14,3%, e che invece rappresenta il 60,8% dei visitatori delle strutture della classe più grande.

La metà dei musei fa parte di sistemi museali organizzati

L'organizzazione in rete e l'integrazione delle risorse e dei servizi, attraverso l'appartenenza a sistemi museali integrati, rappresentano modalità organizzative sempre più ricorrenti da parte degli attori dell'offerta museale, realizzate al fine di conseguire importanti benefici in termini di efficacia e di efficienza, soprattutto per le realtà di minori dimensioni, che, come si è visto, costituiscono la vasta maggioranza dell'universo italiano.

La metà (49,9%) degli istituti investigati appartiene a un sistema museale organizzato, che consente di condividere le risorse, dividere le spese e creare sinergie, tanto sul piano organizzativo, quanto su quello dei contenuti. Tra i musei pubblici, la propensione a partecipare a sistemi è particolarmente alta (59,9%) e arriva, tra le strutture del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo (Mibact), al 100%. Al contrario, la grande maggioranza dei musei e istituti similari privati (68,5%) dichiara di non appartenere a nessun sistema organizzato (Tav. 22).

La diffusione dei sistemi museali varia considerevolmente da una regione all'altra, anche per effetto di specifiche politiche culturali. Nel Lazio, per esempio, la percentuale di musei associati a sistemi è del 62,7%, nel Friuli Venezia Giulia e in Toscana è del 62,1%, in Umbria del 60,2%, in Emilia Romagna del 56,4%. Valori percentuali molto bassi si registrano invece in Calabria (22,8%), Molise (26,5%) e Valle d'Aosta (29,7%), regioni caratterizzate peraltro da una quota significativa di aree geograficamente isolate e disagiate e da una concentrazione di strutture piccole e piccolissime, che potrebbero invece beneficiare dell'appartenenza a un sistema museale.

I rapporti del museo con il territorio si esprimono attraverso una pluralità di strumenti e di strategie. La presenza diffusa e capillare di volontari, di cui si è parlato nel paragrafo dedicato alle risorse umane, testimonia un importante consenso da parte dei cittadini nei confronti di questi presidi culturali. Altri approcci, molto comuni nei paesi anglosassoni, sono al contrario poco frequenti da noi: ad esempio, solamente il 28,4% degli istituti ha costituito un'associazione di amici o sostenitori.

Colpisce l'elevata percentuale (43,1%) di musei e istituti similari che dichiarano di non aver collaborato con altre istituzioni culturali presenti sul territorio, a conferma della propensione, da parte di una quota rilevante di queste organizzazioni, a non "fare sistema", già rilevata in merito alla partecipazione a sistemi museali (Tav. 71).

A ulteriore riprova di questa scarsa tendenza alla cooperazione può essere citata anche la modesta entità (23,6%) di istituti che hanno offerto agevolazioni ai possessori di biglietti, tessere o abbonamenti a servizi pubblici.

Tuttavia, anche se con approccio prevalentemente individuale, i musei si confermano come fondamentali porte di accesso culturale ai propri territori. Infatti, oltre il 70% delle strutture rilevate rende disponibile, presso i propri locali, materiale informativo sulle offerte culturali del territorio e rientra nei percorsi turistico-culturali dell'area di riferimento.

Il pubblico dei residenti locali è stato oggetto di attività e di campagne mirate da parte di una quota significativa di strutture (57,5%). Decisamente più bassa (37,2%), invece, la percentuale di istituti che hanno condotto, nel 2011, indagini sul proprio territorio.

È pubblico la maggior parte del patrimonio museale

Il patrimonio museale italiano è per la maggior parte pubblico (63,8% del totale) (Tabella 3). Ben 1.909 istituti, pari al 65,3% del sottoinsieme a titolarità pubblica, dipendono dai Comuni, e solo 414 (pari al 14,2%) dal Ministero dei beni, delle attività culturali e del turismo, mentre le università pubbliche sono titolari del 3,7% del totale degli istituti pubblici ¹¹ (Tav. 11).

TABELLA 3. MUSEI E ISTITUTI SIMILARI, VISITATORI TOTALI E PAGANTI PER SOGGETTO TITOLARE. Anno 2011

SOGGETTO TITOLARE	Musei/istituti		Visitatori		Di cui paganti	
	N.	%	N.	%	N.	%
Istituti pubblici:	2.925	63,8	74.531.386	71,7	35.765.337	65,2
Ministero per i beni e le attività culturali (statali)	414	9,0	40.280.194	38,8	18.006.768	32,8
Regione	97	2,1	4.736.788	4,6	2.227.312	4,1
Provincia	84	1,8	1.591.752	1,5	1.169.337	2,1
Comune e comunità montana o isolana	1.939	42,3	21.859.987	21,0	11.835.528	21,6
Università pubblica	109	2,4	562.600	0,5	228.573	0,4
Altro (a)	282	6,1	5.500.065	5,3	2.297.819	4,2
Istituti privati:	1.618	35,3	30.880.338	29,7	20.637.321	37,6
Ente ecclesiastico o religioso	454	9,9	3.977.727	3,8	2.080.186	3,8
Società (di persone, capitali, cooperativa, ecc.)	153	3,3	3.241.726	3,1	2.388.863	4,4
Associazione (riconosciuta e non)	426	9,3	4.004.517	3,9	2.102.156	3,8
Fondazione non bancaria	221	4,8	4.942.802	4,8	3.642.717	6,6
Privato cittadino	200	4,4	696.086	0,7	383.814	0,7
Altro (b)	164	3,6	13.285.216	12,8	8.509.585	15,5
Non indicato	45	1,0	7.040	-	3.990	-
Totale	4.588	100,0	103.888.764	100,0	54.876.648	100,0

(a) Comprende: Istituto o scuola di ogni ordine e grado, Istituto o ente di ricerca, Consorzio di diritto pubblico, Altro ente pubblico o soggetto pubblico non altrimenti specificato.

(b) Comprende: Fondazione bancaria, Consorzio o altra forma di cooperazione tra imprese, Ente pubblico economico, azienda speciale o azienda pubblica di servizi, Impresa o ente privato costituito all'estero, Altro soggetto privato o soggetto privato non altrimenti specificato.

Fra i soggetti privati, la categoria titolare del maggior numero di musei è rappresentata dagli enti ecclesiastici o religiosi, con 454 strutture (pari al 28,1% del totale delle strutture private), le associazioni riconosciute raggiungono la quota del 16,9% e le fondazioni (a esclusione di quelle bancarie) il 13,7%. Ci sono poi 200 unità (12,4%) che fanno riferimento a singoli cittadini.

La gestione delle strutture è assicurata, di solito, direttamente dal titolare (così nel 72% degli istituti pubblici e nel 90% di quelli privati) (Tav. 13). La gestione del titolare in collaborazione con altri soggetti (tramite forme associative, consorzi non imprenditoriali o con affidamento *in house*) avviene solo in una ristretta minoranza di casi, tanto per i pubblici (11,5%) quanto per i privati (10,7%). La gestione indiretta delle strutture pubbliche è affidata a soggetti privati nell'86,5% dei casi, mentre quella dei privati coinvolge soggetti pubblici nell'11,3% dei casi (Tavv. 14 e 15).

Musei relativamente "giovani": solo il 15% è stato aperto prima del 1959

La maggior parte degli istituti oggetto dell'indagine ha origini relativamente recenti. Ben 2.199 strutture (47,9%) sono state inaugurate tra il 1960 e il 1999. Ad esse vanno aggiunte quelle aperte successivamente al 2000, che sono 1.565, cioè il 34,1%. Solo il 15,3% dichiara un anno di apertura antecedente al 1959 e appena il 2,9% (131 musei) risale a prima del 1861 (Tav. 9).

La formalizzazione dal punto di vista giuridico e istituzionale dei musei e degli istituti simili in Italia ha una storia complessa, testimoniata dal fatto che, ad oggi, un ente su tre è privo di qualsiasi tipo di atto costitutivo. La quota di organizzazioni private prive di documenti istitutivi formali sale al 44,8%, mentre gli istituti pubblici sono frequentemente (44%) costituiti attraverso

¹¹ Un piccolo numero di istituti (40, pari all'1,4%) è di titolarità statale, afferente ad un'altra amministrazione centrale.

una delibera dell'organo di governo. Solo nell'8,1% dei casi gli istituti sono stati istituiti con una legge statale o regionale (Tav. 18).

La "Carta dei servizi", come è noto, è un documento che, al fine di garantire un rapporto trasparente con il pubblico, descrive agli utenti le finalità, i servizi offerti e le attività di un museo, specificando i fattori di qualità adottati per soddisfare le esigenze dell'utenza nonché i doveri dell'amministrazione, le forme di tutela dei diritti degli utenti, le modalità di reclamo, ecc. Si sono dotati di questo strumento poco più di un quinto (21,6%) dei musei/istituti italiani. Fra i soggetti pubblici che ne dichiarano l'adozione (24,7% del totale), le strutture del Ministero (Mibact) presentano percentuali nettamente maggiori (68,2%). Tra i privati, le carte dei servizi sono assai meno diffuse, essendo state sottoscritte solo dal 15,9% delle unità (Tav. 20).

Considerando ogni tipologia di addetti (dipendenti, collaboratori esterni, volontari, ecc.), il mondo museale italiano mobilita complessivamente circa 44.000 operatori: un valore pari in media a uno ogni 2.400 visitatori. Gli addetti del museo, cioè le unità di personale che hanno un rapporto lavorativo diretto con il museo/istituto, sono 5,5 per struttura. A questi si aggiungono quelli forniti da imprese o enti esterni (ad esempio per la bigliettazione, la pulizia o la sorveglianza), in ragione di due in media per istituto, e i volontari, i quali sono complessivamente circa 16.400.

Quanto alle figure professionali di cui può disporre un istituto, nel 60,6% dei casi c'è un direttore, nel 52% un addetto ai servizi didattici ed educativi, nel 48,2 un responsabile della promozione, della comunicazione e dei servizi informatici (sito web, digitalizzazione, ICT, multimedia, ecc.), nel 47,9% un curatore, nel 42,2% un addetto alla conservazione e al restauro (Tav. 55). Il 48,3% dei musei/istituti dichiara di aver organizzato corsi di formazione o aggiornamento professionale per i propri addetti negli ultimi cinque anni.

Quasi un quarto dei musei vorrebbe investire di più in campagne di comunicazione

Solo poco più di un quarto degli istituti italiani (25,4%) è dotato di un bilancio autonomo, perché la maggior parte di essi rappresenta un'articolazione di un'organizzazione più complessa (ad esempio, una soprintendenza o un'amministrazione comunale) (Tav. 21). La presenza di bilanci scende al 18,6% tra gli istituti pubblici, ma tra i privati non supera il 38,1%.

Le spese di funzionamento ordinario rappresentano più del 90% dei costi sostenuti dagli istituti per il 23,2% dei rispondenti. Meno di un quinto delle unità (il 18,5%) dichiara, invece, che la loro incidenza non supera il 25% delle spese complessive (Tav. 58).

Se potessero aumentare del 10% il proprio budget di spesa, i musei e gli istituti simili destinerebbero queste risorse a: campagne di informazione e comunicazione, per aumentare il pubblico dei visitatori (23,5%), rinnovamento degli allestimenti (12,2%), interventi urgenti di manutenzione o restauro dei beni e delle collezioni (11,4%), ristrutturazione dell'edificio o adeguamento degli impianti (11,3%), organizzazione di manifestazioni ed eventi per ampliare l'offerta (10,2%). Solo lo 0,9% del totale utilizzerebbe la maggiore disponibilità per realizzare interventi formativi per la qualificazione del personale (Tabella 4).

TABELLA 4. MUSEI E ISTITUTI SIMILARI PER AREA D'INTERVENTO RITENUTA PRIORITARIA. Anno 2011

AREE DI INTERVENTO RITENUTE PRIORITARIE	%
Campagne di informazione e comunicazione per aumentare il pubblico dei visitatori	23,5
Interventi per rinnovare gli allestimenti	12,2
Interventi urgenti di manutenzione e/o restauro dei beni e delle collezioni	11,4
Interventi di ristrutturazione dell'edificio e/o di adeguamento degli impianti	11,3
Organizzazione di manifestazioni ed eventi per ampliare l'offerta	10,2
Nuove assunzioni di personale per garantire la continuità e la qualità di servizi essenziali	6,0
Attività di studio e ricerca	4,9
Nuove acquisizioni di beni e/o collezioni per rinnovare o migliorare l'offerta	4,9
Acquisizione di nuovi locali per ospitare i beni e/o le collezioni	2,3
Interventi formativi per la qualificazione del personale	0,9
Altro	1,7
Non indicato	10,7
Totale	100,0

Un museo su tre incassa non più di 20 mila euro dalla vendita di biglietti

Per un terzo degli istituti l'incasso annuo derivante dai biglietti è non superiore ai 20.000 euro. Se complessivamente un quarto degli enti realizza non più di 10.000 euro all'anno, le megastrutture, con oltre 500.000 visitatori, arrivano ad incassare ognuna oltre un milione di euro (Tav. 57). Il 10% dei musei e istituti similari italiani con ingresso a pagamento non ha registrato entrate dalla vendita dei biglietti nel 2011.

Accede a contributi e finanziamenti pubblici il 27,9% degli istituti, ma se si considera la variabile del numero di visitatori, le strutture con meno di 1.000 ingressi riescono a godere di sostegno finanziario pubblico solo nel 17,7% dei casi, contro il 34,4% dei musei che accolgono tra 100.000 e 500.000 visitatori. I finanziamenti privati, le sponsorizzazioni, le erogazioni liberali e i lasciti, che in Italia sono poco frequenti, contribuiscono al budget del 15,2% degli istituti, ma solo il 9,1% delle organizzazioni con minore capacità di attrazione del pubblico beneficia di questi contributi. Questa stessa percentuale di piccoli istituti riesce a realizzare altri proventi attraverso servizi aggiuntivi, bookshop, prestiti di opere, affitti, concessioni e royalty, che invece confluiscono nei bilanci del 51,4% degli istituti con più di 500.000 ingressi.

Anche i finanziamenti privati favoriscono le grandi strutture: ne beneficia il 29,5% di quelle con un numero di visitatori compreso tra 100.000 e 500.000 e il 22,9% degli istituti con oltre un milione di visite.

I poli museali di maggiore attrazione

Come documentato dai dati illustrati, il panorama museale italiano è caratterizzato da una forte polarizzazione dell'offerta: da un lato una grande quantità di strutture di piccole e medie dimensioni, distribuite in modo diffuso su tutto il territorio nazionale, che rappresentano importanti presidi culturali sul territorio, ma alle quali non sempre corrisponde un volume di pubblico altrettanto rilevante sul piano quantitativo; dall'altra, una quota ristretta di mega istituzioni, di rilievo internazionale, capaci di assorbire un'ampia parte del flusso di visitatori. Tra i poli di maggiore attrazione, le prime 15 strutture italiane sono in grado di produrre ciascuna oltre 900.000 ingressi all'anno. Sono monumenti come il Palazzo ducale di Venezia, il Castello Sforzesco di Milano, o gli Scavi Vecchi e Nuovi di Pompei e l'Anfiteatro Flavio e il Foro romano e Palatino di Roma, ma anche musei come le Gallerie degli Uffizi e il Corridoio Vasariano di Firenze.

Per il valore che esprimono e che sono in grado di produrre, queste realtà rappresentano un patrimonio che richiede una grande capacità di gestione, orientata verso la realizzazione di obiettivi strategici per lo sviluppo culturale ed economico del Paese.

Sebbene rappresentino meno dell'1% delle istituzioni censite, in esse si concentra quasi un terzo (oltre il 29%) del pubblico dei visitatori.

Oltre un quarto (27%) è composto da musei e gallerie che espongono collezioni d'arte. Più della metà di esse (53%) sono istituti statali, di cui è titolare il Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo.

Il bacino di utenza è rappresentato prevalentemente da turisti stranieri, che rappresentano ben il 71% del pubblico, mentre la domanda locale e nazionale risulta ampiamente minoritaria.

L'attività di tali strutture è affidata al personale interno, quantificabile in media in 49 addetti per istituto, al quale si aggiungono circa 28 unità di personale di imprese e ditte esterne ed una presenza comunque significativa di volontari. Del resto, l'intervento ritenuto più urgente e strategico al quale, in oltre un caso su cinque (21%) le megastrutture intervistate, qualora potessero beneficiare di un finanziamento aggiuntivo e potessero incrementare del dieci per cento il budget di spesa disponibile, destinerebbero in via prioritaria un investimento è proprio l'assunzione di personale per garantire la continuità e la qualità dei servizi essenziali, oltre agli interventi urgenti di manutenzione e di restauro dei beni e delle collezioni, indicati da una quota rilevante di rispondenti.

L'orientamento preminente verso la domanda turistica straniera è dimostrato dalla dotazione superiore alla media di personale in grado di parlare lingua inglese. Tuttavia, il 13% degli istituti dimostra carenze in questo senso; così come è altrettanto sorprendente che quasi il 30% di tali strutture sia sprovvisto di un sito web dedicato con contenuti informativi riferiti specificamente alla descrizione dei beni e delle collezioni esposte e dei servizi erogati. Solo due istituti su tre hanno

realizzato inoltre progetti e iniziative per la riproduzione in formato digitale dei beni e delle collezioni disponibili.

Quasi la totalità degli istituti (93%) ha effettuato nel corso dell'anno interventi di restauro conservativo dei beni, assolvendo al ruolo istituzionale di tutela del patrimonio conservato, mentre meno frequente è la pratica di attività di studio e di ricerca (effettuata solo nella metà dei casi), seppure in partenariato con altri enti.

Inoltre, se tali istituzioni appaiono attive nella realizzazione di eventi, sia esposizioni e mostre temporanee sia manifestazioni culturali e dello spettacolo, i dati raccolti testimoniano una debole attenzione nei confronti delle iniziative volte a conoscere le caratteristiche del pubblico di riferimento effettivo e potenziale, attraverso indagini e monitoraggi dell'utenza.

TABELLA 5. I POLI MUSEALI DI MAGGIORE ATTRAZIONE. Anno 2011 (a), valori medi e percentuali

Indicatori	Valori
N. musei/istituti	15
Quota sul totale dei musei/istituti	0,3%
Quota istituti statali	53%
Tipologia prevalente	Musei d'arte (27%)
N. visitatori	30,8 milioni
Quota di visitatori sul totale	29%
Quota di stranieri sul totale dei visitatori	71%
Quota di anziani sul totale dei visitatori	28%
Quota di giovani sul totale dei visitatori	21%
N. medio di addetti del museo/istituto	49
N. medio di unità di personale esterno	28
N. medio di volontari	6
N. medio di visitatori all'anno per unità di personale	28.238
% di istituti dotati di personale che parla inglese	87%
% di istituti dotati di sito web dedicato	73%
Quota istituti per attività svolte:	
Interventi di restauro conservativo dei beni	93%
Allestimento di esposizioni e/o mostre temporanee	64%
Attività didattiche, spettacoli dal vivo e animazione culturale	71%
Digitalizzazione dei beni e delle collezioni	64%
Ristrutturazione o restauro dell'edificio dei locali	71%
Attività di studio e ricerca	57%
Indagini occasionali sul pubblico di visitatori	46%
Aree d'intervento ritenute prioritarie:	
Interventi urgenti di manutenzione e/o restauro dei beni e delle collezioni	36%
Assunzioni di personale per garantire la continuità e la qualità dei servizi essenziali	21%

(a) Musei e istituti simili con un flusso annuo di visitatori superiore a un milione di ingressi.

Glossario

Addetto (del museo/istituto) Persona che ha un rapporto lavorativo direttamente con il museo/istituto, anche se utilizzata in modo non continuativo e/o a tempo parziale. Sono comprese le persone che, oltre a lavorare per il museo/istituto, svolgono anche altre attività o funzioni, eventualmente presso altri uffici dell'amministrazione di appartenenza o altri enti e/o istituti, purché impiegate in via prevalente per il museo/istituto.

Addetto di impresa e/o ente esterno Unità di personale di eventuali imprese e/o enti esterni a cui sia stata affidata la fornitura di servizi per il museo/istituto e impiegata in via prevalente presso il museo/istituto stesso.

Altri proventi Tutti gli eventuali introiti realizzati dal museo/istituto attraverso lo svolgimento di attività e l'erogazione di servizi. Sono comprese le eventuali somme pagate dal pubblico per servizi accessori (es.: bar, bookshop, merchandising, didattica, ristorante, guardaroba, ecc.), al lordo delle imposte e delle quote spettanti ai concessionari del servizio, nonché le entrate per sfruttamento di marchi, diritti di autore e riproduzione, concessioni, ecc.

Architettura civile di interesse storico o artistico Si intendono, ad esempio, mulini, masi, case agricole, ponti, ecc.. Sono esclusi i manufatti di età antica (vedi "Manufatto archeologico").

Architettura fortificata o militare Si intendono, ad esempio, un castello fortificato, torri, mura, arsenali, ecc..

Area archeologica Sito caratterizzato dalla presenza di resti di natura fossile o di manufatti o strutture preistorici o di età antica" (d.lgs. 42/2004, art. 101).

Atto costitutivo Atto giuridico (sia esso un atto pubblico o una scrittura privata) che sancisce e documenta formalmente l'istituzione del museo/istituto, indicandone la denominazione, la titolarità e l'attività.

Beni e/o collezioni permanenti Beni e/o collezioni a disposizione del museo/istituto in modo permanente, per finalità di conservazione e/o esposizione, in quanto di proprietà e/o in prestito a lungo termine e/o in concessione d'uso. Sono compresi sia i beni mobili sia quelli immobili. Ai fini dell'indagine si considerano tali anche le aree archeologiche, i monumenti o altre strutture espositive similari (es.: edificio d'interesse storico-artistico, manufatto archeologico o edilizio), che costituiscono di per sé l'oggetto "permanente" della visita, anche qualora non contengano beni e/o collezioni mobili esposte o queste siano marginali ai fini della fruizione.

Biglietto cumulativo Biglietto o un altro titolo che dà il diritto di accesso a più musei o istituti similari appartenenti allo stesso circuito (territoriale o tematico).

Biglietto singolo gratuito Biglietto o altro titolo non a pagamento che dà il diritto di accesso al museo/istituto per la visita.

Bilancio autonomo Strumento contabile, riferito in modo specifico all'esercizio del museo/istituto, che ne descrive entrate e uscite per categorie, capitoli e/o voci di spesa, consentendo un rendiconto finanziario dei risultati di gestione. Pertanto rispondere "Sì" qualora il museo/istituto disponga di un proprio bilancio, distinto da quello dell'ente, istituzione o impresa di appartenenza (es.: Regione, Provincia, Comune, Università o altra istituzione o impresa al quale il museo/istituto eventualmente appartenga) o di uno specifico capitolo di spesa dedicato.

Carta dei servizi Documento che, al fine di garantire un rapporto trasparente con il pubblico, descrive agli utenti gli standard delle prestazioni fornite e dei servizi offerti, specificando gli impegni assunti dal museo/istituto per assicurare la qualità del servizio, i comportamenti adottati nel caso in cui gli impegni non vengano rispettati, le forme di tutela dei diritti degli utenti, le modalità del reclamo, ecc.

Comodato Acquisizione da parte di musei/istituti di beni e/o collezioni appartenenti a privati proprietari, previo assenso del competente organo ministeriale, al fine di consentirne la fruizione da parte della collettività, qualora si tratti di beni di particolare pregio o che rappresentino significative integrazioni delle collezioni pubbliche. Il contratto di comodato non può avere durata inferiore ai cinque anni e si intende prorogato tacitamente per un periodo pari a quello convenuto (Codice dei beni culturali, d.lgs. 42/2004, art. 44). Il comodato è essenzialmente gratuito ed è noto anche come prestito d'uso. Il museo/istituto che riceve il bene in comodato può, infatti, servirsene per un periodo o un uso determinato, assumendo l'obbligo di restituzione alla scadenza del termine convenuto. Esso si differenzia dal deposito in quanto il comodatario può servirsi del bene mentre il depositario non può.

Complesso monumentale Insieme formato da una pluralità di fabbricati edificati anche in epoche diverse, che con il tempo hanno acquisito, come insieme, un'autonoma rilevanza artistica, storica o etno-antropologica" (d.lgs. 42/2004, art. 101).

Deposito Acquisizione da parte di musei/istituti di beni e/o collezioni appartenenti a enti pubblici, previo assenso del competente organo ministeriale (Codice dei beni culturali, d.lgs. 42/2004, art. 44). Il deposito, con l'obbligo di custodia e di restituzione, si presume gratuito - salvo diversa volontà delle parti - e senza

termine, e il depositante mantiene la disponibilità completa e continua del bene, il quale è ritirabile in qualsiasi momento.

Entrate attraverso la vendita di biglietti Incassi derivanti dalla vendita di qualunque titolo di accesso al museo/istituto, indipendentemente dal luogo di emissione, compresi gli abbonamenti e i titoli emessi per eventuali esposizioni temporanee e/o altre manifestazioni ed eventi, al lordo delle imposte, delle quote spettanti ai concessionari del servizio di biglietteria e degli eventuali corrispettivi a terzi.

Esposizioni temporanee Esposizioni di beni e collezioni, quali mostre, rassegne e altri allestimenti, organizzate per un periodo di tempo limitato. I beni e le opere di una collezione permanente di un museo possono essere prestati ad altri musei o istituti similari per l'allestimento di mostre e esposizioni temporanee o rassegne periodiche.

Finanziamenti privati Comprende le sponsorizzazioni, i contributi da fondazioni ex bancarie, le erogazioni liberali, le donazioni, i lasciti e le quote sociali.

Gestione Ogni attività, realizzata mediante l'organizzazione stabile di risorse, strutture o reti, ovvero la messa a disposizione di competenze tecniche o risorse finanziarie o strumentali, finalizzata all'esercizio delle funzioni e al perseguimento delle finalità museali (cfr. D.L. 112/98; d.lgs. 42/2004 e d.lgs. 156/2006, art. 115). Ai fini della rilevazione si fa riferimento, nello specifico, alla forma di gestione delle attività che consentono il funzionamento del museo/istituto e permettono lo svolgimento dei compiti per la valorizzazione e la fruizione dei beni e/o delle collezioni (o dell'istituto stesso, nel caso di istituto assimilabile o monumento, quale una chiesa, una villa o un castello, che non disponga propriamente di beni e/o collezioni, essendo esso stesso oggetto di esposizione permanente). Ai fini della rilevazione si fa, quindi, riferimento alla conduzione del museo/istituto nel suo complesso e non alla gestione di eventuali specifici servizi aggiuntivi o di supporto (es.: accoglienza, sicurezza, vigilanza, pulizia, bookshop, ristorazione, ecc.).

Gestione con affidamento in house Gestione svolta da una amministrazione pubblica senza ricorrere al mercato e senza coinvolgere operatori economici, bensì attraverso propri organismi, che rappresentano solo un modulo organizzativo di cui l'amministrazione stessa si avvale per soddisfare le proprie esigenze.

Gestione condotta dal solo soggetto titolare Gestione svolta direttamente e autonomamente dal soggetto titolare del museo/istituto, senza il ricorso a soggetti terzi attraverso forme associate o consortili.

Gestione con forme associate Gestione svolta attraverso Società di persone (Società semplice, in nome collettivo o in accomandita semplice, Studio associato e Società di professionisti, Società di fatto o irregolare, comunione ereditaria) o Società di capitali (Società per azioni, a responsabilità limitata, a responsabilità limitata con un unico socio o in accomandita per azioni).

Gestione con forme consortili non imprenditoriali Gestione svolta attraverso Consorzi di diritto pubblico o privato, o Società consortili (d.lgs. 42/2004 e successive modifiche e integrazioni).

Gestione diretta Gestione svolta direttamente dal soggetto titolare del museo/istituto, cui i beni appartengono o al quale sono conferiti in prestito a lungo termine o concessi in uso, per mezzo di strutture organizzative interne, dotate di adeguata autonomia scientifica, organizzativa, finanziaria e contabile e attraverso idoneo personale tecnico. La gestione diretta si intende anche attuata attraverso forme associate o con forme consortili pubbliche non imprenditoriali (d.lgs. 42/2004 e successive modifiche e integrazioni).

Gestione indiretta Gestione attuata tramite concessione a terzi (a fondazioni, associazioni, consorzi, società di capitali, ecc.) o affidamento a un soggetto giuridico autonomo delle attività di valorizzazione, anche in forma congiunta e integrata, da parte del soggetto giuridico titolare cui i beni appartengono o al quale sono conferiti in prestito a lungo termine o concessi in uso (d.lgs. 42/2004 e successive modifiche e integrazioni).

Istituto che si occupa di attività non prettamente espositive Istituti quali i planetari, gli osservatori astronomici, i centri scientifici e culturali, le biblioteche e le fondazioni.

Istituto che svolge prevalentemente attività commerciali Enti, istituzioni o iniziative legate all'arte e alla cultura ma la cui attività ha carattere commerciale, come le gallerie d'arte.

Luogo o istituto non destinato alla pubblica fruizione Spazio o struttura non visitabile dal pubblico e accessibile solo ad uso privato e/o a personale autorizzato (es. un luogo che ospita una collezione privata non accessibile al pubblico).

Luogo o istituto privo di modalità organizzate di fruizione Luoghi o istituti quali chiese o monumenti non musealizzati, ecomuseo, musei diffusi, ecc.

Manufatto archeologico Si intende, ad esempio, un anfiteatro, un obelisco, un acquedotto, ecc.

Manufatto di archeologia industriale Si intendono, ad esempio, fabbriche, fornaci, impianti industriali, ecc.

Monumento Opera architettonica o scultorea o un'area di particolare interesse dal punto di vista artistico, storico, etnologico e/o antropologico (Unesco), la cui visita sia organizzata e regolamentata secondo

determinate modalità di accesso e fruizione. Può essere di carattere civile, religioso, funerario, difensivo, infrastrutturale e di servizio, nonché naturale.

Mostre e/o esposizioni temporanee Allestimenti e manifestazioni organizzate per un periodo di tempo limitato, anche da parte di e/o all'interno di strutture che svolgono attività espositiva in modo continuativo.

Museo Struttura permanente che acquisisce, conserva, ordina ed espone beni culturali per finalità di educazione e di studio (Codice dei beni culturali, d.lgs. 42/2004, art. 101). La modalità comprende, oltre ai musei, istituti assimilabili quali: pinacoteche, gallerie d'arte senza scopo di lucro, raccolte, collezioni, antiquaria, tesori, istituti destinati alla conservazione e alla esposizione dipendenti da una biblioteca o un centro archivistico, contenitori museali, ecc.

Museo di archeologia Raccolte e collezioni di oggetti, manufatti e reperti materiali provenienti da scavi o ritrovamenti, databili fino al periodo tardo medievale incluso, aventi valore di testimonianza delle civiltà antiche, comprese quelle extra-europee. Sono inclusi i musei di paleontologia e di archeologia preistorica e proto-storica.

Museo di arte (da medievale, a tutto l'800) Raccolte di opere e collezioni di interesse e valore artistico (esclusi i reperti archeologici, provenienti da scavi), databili dal V secolo d.C. alla fine dell'800. Sono compresi i musei di arte orientale e mediorientale.

Museo di arte moderna e contemporanea (dal '900 ai giorni nostri) Raccolte di opere e collezioni la cui esecuzione sia datata dal '900 ai giorni nostri. Può comprendere, altresì, opere di videoarte, pittura, fotografia, scultura, arte digitale, disegno, installazioni e altre realizzazioni di arte post-moderna, concettuale, pop, minimalista, informale, performance art, transavanguardia, ecc.

Museo di arte sacra Raccolte e collezioni di oggetti devozionali e/o di uso liturgico, dedicati al culto, all'arredo delle chiese, ai luoghi di sepoltura, ecc.

Museo di etnografia e antropologia Raccolte di materiali relativi alle culture e alle caratteristiche delle diverse popolazioni, comprese le documentazioni di testimonianze orali e di eventi o rituali. Sono compresi i musei agricoli e di artigianato per i quali l'interesse etnologico prevale su quello tecnologico e/o artistico, nonché i musei territoriali con raccolte di materiali e testimonianze relativi ad un particolare territorio.

Museo di scienza e tecnica Raccolte di macchine, strumenti, modelli e i relativi progetti e disegni. Sono compresi i musei tecnico-industriali.

Museo di storia Raccolte e collezioni di oggetti legati ad eventi storici. Sono comprese le case museo di personaggi illustri. 3

Museo di storia naturale e scienze naturali Raccolte e collezioni di specie animali e vegetali non viventi, minerali o fossili, organizzate per l'esposizione al pubblico. Sono esclusi gli istituti che conservano e espongono esclusivamente esemplari viventi animali o vegetali (ad esempio: orti botanici, giardini zoologici, acquari, riserve naturali, vivaria, ecoparchi, ecc.).

Museo industriale e/o d'impresa Museo che ha il compito di conservare e diffondere il patrimonio di tecnica e di arte, nonché le testimonianze della memoria storica e dell'identità di un'azienda.

Museo specializzato Raccolte monotematiche di materiali che riguardano in modo specifico un tema e/o un soggetto particolare non compreso nelle altre categorie: ad esempio, le raccolte di oggetti insoliti e/o di curiosità.

Non statale (museo/istituto) Istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo, di cui sono responsabili soggetti pubblici diversi dal Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo o soggetti privati (profit e no profit). È aperta al pubblico e compie ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell'umanità e del suo ambiente; le acquisisce, le conserva, le comunica e, soprattutto, le espone a fini di studio, educazione e diletto.

Parco archeologico Ambito territoriale caratterizzato da importanti evidenze archeologiche e dalla presenza di valori storici, paesaggistici o ambientali, attrezzato come museo all'aperto (d.lgs. 42/2004, art. 101).

Privato (titolare/gestore) Soggetto dotato di personalità giuridica, costituito con atto di natura privatistica e disciplinato dal diritto privato.

Pubblico (titolare/gestore) Soggetto dotato di personalità giuridica, costituito per legge e sottoposto a disciplina di diritto pubblico.

Servizi per il pubblico e servizi aggiuntivi Servizi di assistenza culturale e di ospitalità per il pubblico erogati negli istituti museali e similari attraverso forme di gestione diretta o indiretta, nonché i servizi strumentali di pulizia, di vigilanza e di biglietteria (cfr. art. 117 e 184 del decreto legislativo 22.01.2004, n. 42 e successive modifiche e integrazioni).

Sistema museale organizzato Insieme di musei e/o istituti assimilabili anche di diversa natura, condizione giuridica e/o denominazione che – sulla base di un atto costitutivo o un documento negoziale e a prescindere dalla natura proprietaria – sono collegati tra loro ai fini di un coordinamento funzionale e/o gestionale e uniscono la propria offerta culturale, facendo riferimento ad un comune progetto per la valorizzazione del patrimonio all'interno del contesto urbano e/o del territorio o di un tema aggregante. Fatta salva l'autonomia scientifica e gestionale dei singoli istituti e della singola programmazione in materia di conservazione e di ricerca, il sistema museale consente di porre in comune risorse umane/tecnologiche/finanziarie e di fruire di servizi comuni, al fine di ottenere economie di scala o di scopo. Tale sistema può configurarsi come soggetto giuridico distinto e autonomo rispetto ai singoli musei o istituti che ne fanno parte; può identificarsi con una propria denominazione, nonché avere una propria direzione e un centro organizzativo comune.

Spazio espositivo Luogo dedicato all'esposizione e alla fruizione da parte del pubblico dei beni e/o delle collezioni. Sono esclusi gli spazi che accolgono beni e altro materiale non esposto (depositi e magazzini), gli spazi di servizio (corridoi, bagni, ecc.), nonché gli spazi per la gestione amministrativa (uffici), le attività scientifiche e didattiche (sale convegni, laboratori, ecc.), l'erogazione di servizi aggiuntivi (bar, guardaroba, punti vendita, biblioteca, biglietteria, auditorium, ecc.).

Spese di funzionamento Spese correnti sostenute per il personale, i beni di consumo, le utenze, ecc. Sono escluse le spese d'investimento e sviluppo, come quelle per nuove acquisizioni, iniziative culturali, attività promozionali, attività di ricerca, ecc.

Statale (museo/istituto) Istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo, di cui è titolare il Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo. È aperta al pubblico e compie ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell'umanità e del suo ambiente; le acquisisce, le conserva, le comunica e, soprattutto, le espone a fini di studio, educazione e diletto.

Tipologia principale (dei beni e/o delle collezioni conservati) Quella considerata più rilevante ai fini delle attività di fruizione da parte del pubblico e che caratterizza maggiormente il museo/istituto.

Titolare Soggetto che ha la responsabilità giuridico-amministrativa del museo/istituto. Se i beni e/o le collezioni sono stati conferiti in prestito a lungo termine o in concessione d'uso, ci si riferisce al detentore (che li ha ricevuti in deposito) e non al proprietario.

Unità di analisi La singola istituzione museale con funzioni espositive e accessibile al pubblico, anche se chiusa temporaneamente. Si considerano come appartenenti alla stessa unità di analisi tutte le eventuali parti espositive che la compongono e che ne costituiscono parte integrante in termini organizzativi, amministrativi e gestionali (es. sezioni o dipartimenti di uno stesso museo universitario, distinte per denominazione, natura delle collezioni e/o ubicazione).

Unità eleggibile Museo o altro luogo espositivo a carattere museale che acquisisce, conserva, ordina ed espone al pubblico beni e/o collezioni di interesse culturale. Ai fini dell'indagine, sono compresi: le aree e i parchi archeologici, i monumenti, i complessi monumentali e altre strutture espositive permanenti destinate alla pubblica fruizione, la cui visita sia organizzata e regolamentata secondo determinate modalità di accesso e fruizione. Sono esclusi: gli istituti che espongono esclusivamente esemplari viventi animali o vegetali (ad esempio: orti botanici, giardini zoologici, acquari, riserve naturali, ecoparchi eccetera); gli istituti che organizzano esclusivamente esposizioni temporanee e/o mostre non permanenti; nonché le gallerie a scopo commerciale e altri istituti non destinati alla pubblica fruizione.

Unità ineleggibile Sito che, pur contenendo beni e/o collezioni di interesse culturale, artistico, storico e/o naturalistico, non ha i requisiti che identificano i musei e gli istituti a carattere museale, ovvero essere una struttura permanente, aperta al pubblico e dotata di forme organizzate per la fruizione. Sono inclusi in questa categoria e pertanto non oggetto d'indagine: le chiese e i monumenti non musealizzati, gli ecomusei, i musei diffusi, gli osservatori astronomici e i planetari, i luoghi/istituti che espongono esclusivamente esemplari viventi animali o vegetali (orti botanici, giardini zoologici, acquari, riserve naturali, ecoparchi, ecc.), nonché quelli che organizzano solo esposizioni e/o mostre temporanee e quelli che si occupano di attività non prettamente espositive (centri scientifici e culturali, biblioteche, gallerie commerciali, fondazioni, ecc.).

Visitatore La persona che ha accesso a un museo o a un istituto museale per la fruizione dei beni e delle collezioni in esso esposte nonché di eventuali mostre e esposizioni temporanee in esso organizzate, sia previa acquisizione di un biglietto o un altro titolo (a pagamento o gratuito, singolo o cumulativo) che dà il diritto di accesso, sia nel caso di ingresso completamente libero, cioè per il quale non è previsto il rilascio di alcun titolo di ingresso né alcuna forma di registrazione o rilevamento sistematico degli ingressi. Il visitatore è definito in relazione alla singola attività di accesso e visita di ciascun museo o istituto simile. Il numero di visitatori di un museo o istituto simile corrisponde al numero di ingressi effettuati per la visita di quel museo o istituto simile, e non al numero di persone fisiche che vi hanno avuto accesso, né al numero di biglietti emessi. La stessa persona che abbia accesso a un museo o un istituto simile composto da più parti espositive che si configurano come parti integranti dello stesso istituto, si intende come un unico visitatore. Il numero di visitatori di un museo o istituto simile comprende il numero di ingressi alla sede principale e a tutte le eventuali sedi distaccate. La stessa persona che abbia accesso a più musei o istituti simili appartenenti allo stesso circuito o sistema organizzato – eventualmente tramite un biglietto cumulativo o

integrato - corrisponde a tanti visitatori quanti sono gli accessi effettuati in ciascun museo o istituto museale. Il numero di visitatori di un museo o istituto similare comprende sia i visitatori con biglietto singolo, sia quelli con biglietto cumulativo, anche se acquistato presso altri istituti.

Visitatore non pagante Persona che ha visitato un museo o un istituto museale a titolo gratuito, con o senza biglietto (come nel caso di libero accesso). Sono compresi i visitatori che hanno lasciato un'offerta libera.

Visitatore pagante Persona che ha visitato un museo o un istituto museale acquistando un biglietto singolo, o un biglietto cumulativo, anche se presso una struttura diversa da quella visitata.