Musei italiani: primi in patrimonio, ultimi sui social

Vantiamo il più grande patrimonio artistico al mondo e musei visitati ogni anno da milioni di persone da tutto il mondo ma **sui social siamo piccoli, anzi piccolissimi**. I musei italiani infatti non sfrutterebbero affatto **le potenzialità garantite da una forte presenza su Facebook e Twitter**. Luoghi virtuali non solo di chiacchiera e condivisione dei fatti propri, ma che negli ultimi anni si sono rivelati cruciali nella promozione di eventi. Non solo: **una forte presenza sui social si è rivelata importante per svecchiare il "parco clienti"** e attirare nelle proprie sale visitatori più giovani.

L'arretratezza digitale dei musei italiani è stata evidenziata dalla classifica del sito **Museum Analytics**, che ha lanciato un progetto per "definire, misurare e valutare il successo online nel settore dei musei".

Inutile cercare il Belpaese tra i primi dieci **profili Facebook museali più seguiti**, guidati da MOMA di New York, Louvre di Parigi e Art People Gallery di San Francisco. Il primo museo che parla italiano infatti, **il romano Maxxi, compare solo al 116esimo posto**.