Italia, nel 2022 musei e teatri sfiorano i livelli pre-Covid

museo-visitatore-e8a88d3f

Nel 2022 la partecipazione culturale degli italiani in presenza è tornata ad avvicinarsi sensibilmente ai livelli pre-pandemici. Durante lo scorso anno musei, monumenti e aree archeologiche italiani hanno registrato, in media, solo il 7% dei visitatori e il 4% delle entrate in meno rispetto al 2019.

Analoga **la situazione per i teatri**, i cui ricavi da botteghino si rivelano in calo solo del 6% rispetto al pre-pandemia. Anche la ripartizione delle entrate di musei e teatri è tornata a rispecchiare la situazione pre-pandemica, con una media del 36% di ricavi provenienti da biglietteria (erano il 37% nel 2019). Queste alcune delle evidenze emerse dalle indagini dell'**Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali della School of Management del Politecnico di Milano** in occasione del convegno "Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!".

La trasformazione digitale: dalla biglietteria al metaverso

Musei, monumenti e aree archeologiche italiani hanno consolidato negli scorsi anni l'offerta di strumenti per arricchire l'esperienza di visita onsite e, oggi, il 72% di essi offre almeno uno strumento a tal fine, con prevalenza di **Qr Code e beacon, seguiti da audioguide e touch screen**. L'ambito di investimento considerato prioritario, invece, si conferma anche per il 2023 la catalogazione e digitalizzazione delle collezioni. Un servizio su cui si registra un ulteriore passo avanti dei musei è la biglietteria online, oggi offerta dal 46% delle strutture (+8 punti percentuali rispetto al 2022). Per i teatri, gli ambiti prioritari di investimento restano invece marketing, comunicazione e customer care, seguiti da ticketing e gestione delle prenotazioni.
La trasformazione digitale del comparto si traduce anche in **aumento dei musei che producono podcast**, con un'incidenza che passa dal 9% al 16%, mentre circauno su quattro sta acquisendo informazioni **riguardo a metaverso e blockchain**, con un piccolo cluster di sperimentatori che sta già realizzando dei progetti legati soprattutto alla creazione di NFT su opere

digitali o digitalizzate.
Le istituzioni culturali si stanno muovendo anche su ambiti più di frontiera e uno di questi riguarda **i droni**: il 18% di musei, monumenti e aree archeologiche dichiara di aver già realizzato progetti in cui vengono impiegati questi strumenti, nella maggior parte dei casi per attività di valorizzazione come show aerei, per la digitalizzazione della collezione, per sviluppare contenuti 3D o per la scansione di siti archeologici.

La sostenibilità ambientale e l'accessibilità

Una vasta percentuale di istituzioni museali italiane (83%) dichiara di aver intrapreso almeno un'iniziativa in relazione alla sostenibilità ambientale.Complessivamente molto simile è la situazione dei teatri (84%). Al primo posto tra gli ambiti di intervento vi è **l'efficientamento energetico degli impianti** (messo in atto dal 53% delle istituzioni). Seguono il riuso e riciclo dei materiali (49%) e le attività di sensibilizzazione del personale sui comportamenti sostenibili (45%).
I musei italiani sono al lavoro per migliorare le condizioni di accessibilità ai servizi, che nel 2023 risultano ancora non soddisfacenti per molti aspetti. **Il 38% presenta barriere architettoniche per l'accesso fisico** e la mobilità negli edifici e il 51% non offre alcun servizio per il superamento delle barriere cognitive e senso-percettive in relazione a persone cieche o ipovedenti, sorde o ipoudenti. La situazione è invertita in ambito teatrale, dove l'87% è attrezzato per il superamento delle barriere architettoniche, ma sono ancora pochi (28%) gli enti attrezzati per far fronte alle barriere cognitive sensoriali.
Per ampliare la possibilità di relazione con il pubblico, inoltre, le istituzioni culturali durante la pandemia hanno introdotto servizi e contenuti digitali che continuano tuttora a produrre e veicolare, ma in forma più contenuta. **Il 60% dei musei italiani offre visite guidate, laboratori, workshop o altri contenuti online**, nella maggior parte dei casi in forma gratuita ma in parte anche a pagamento, mentre il 24% dei teatri propone spettacoli online. Sebbene le realtà impegnate dichiarino soddisfazione per la partecipazione dei pubblici a queste proposte, la risposta dei pubblici è a favore di un forte ritorno alle attività in presenza.