

COMUNE DI MONTE ARGENTARIO
REPORT DI SINTESI RELATIVO AL CUSTOMER
SATISFACTION PER I SERVIZI MUSEALI PRESSO
FORTEZZA SPAGNOLA E FORTE STELLA – anno 2012

1. Introduzione

Occorre fornire preliminarmente alcune informazioni sulle fortificazioni presso le quali vengono svolti i servizi analizzati.

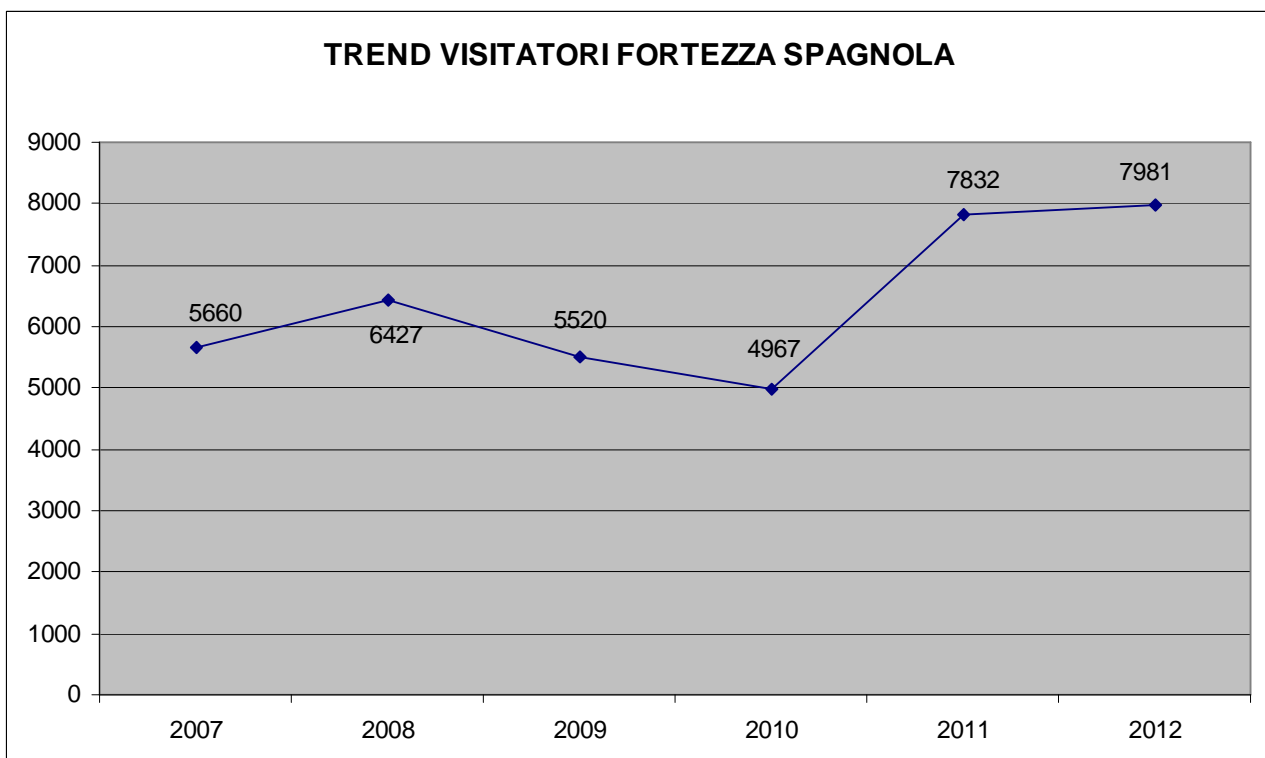
Le strutture monumentali Fortezza Spagnola di Porto S. Stefano e Forte Stella di Porto Ercole, durante l'anno 2012, hanno osservato il seguente orario di apertura al pubblico:

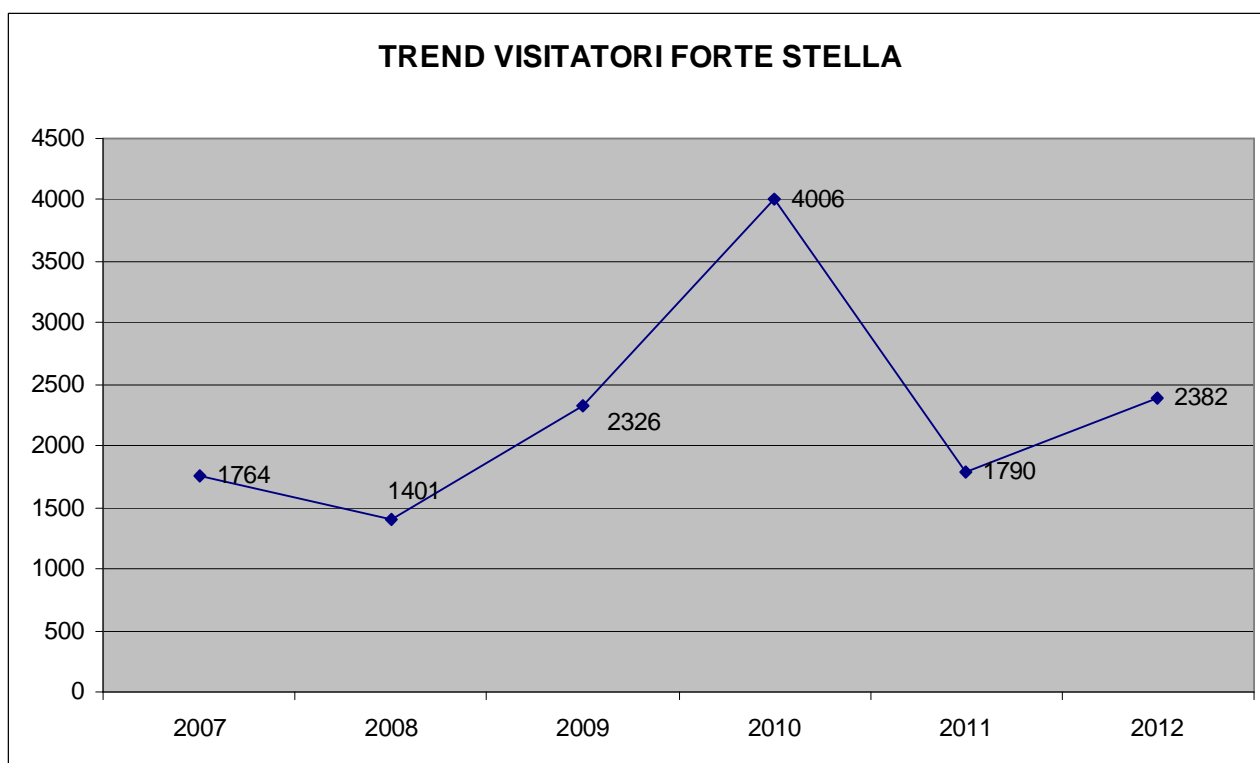
Fortezza Spagnola	primo gennaio-17 giugno e 17 settembre-31 dicembre	festivi e prefestivi 11.00-12.30 e 15.00-18.30
Fortezza Spagnola	18 giugno-16 settembre	tutti i giorni 18.30-23.30
Forte Stella	7 aprile-30 giugno	festivi e prefestivi 10.30-12.30 e 16.00-18.00
Forte Stella	1 luglio-31 agosto	tutti i giorni 10.30-12.30 e 17.30-19.30

accumulando rispettivamente un totale di 162 e 104 giorni di visita.

Il numero dei visitatori con bigliettazione al 31-12-2012 è stato per la Fortezza Spagnola 7981, con una media giornaliera di 50 persone e per Forte Stella 2382 con media giornaliera pari a 23.

Di seguito viene riportato il trend sul numero dei visitatori dall'anno 2007:





Il picco osservabile in corrispondenza dell'anno 2010 è legato al fortissimo afflusso di visitatori, pari a circa 42000, ottenuto dalla esposizione straordinaria del dipinto del Caravaggio "San Giovanni Battista" della Galleria Borghese presso la Chiesa di Sant'Erasmus a Porto Ercole in occasione del 400° anniversario della morte del grande artista. Durante il periodo espositivo, 18 luglio/18 agosto 2010, si sono registrati ben più di 2000 presenze a Forte Stella.

Al fine della valutazione del servizio, affidato mediante gara d'appalto alla Società Cooperativa "Sistema Museo" di Perugia, è stato somministrato ai visitatori un apposito questionario anonimo. Nello stampato vengono richieste alcune semplici informazioni personali (quali la provenienza, il sesso, la fascia d'età e il titolo di studio), il livello di gradimento della visita nonché eventuali osservazioni e suggerimenti. Per maggiore chiarezza, il questionario viene allegato alla presente relazione.

Tale indagine è stata diretta a conoscere, nella maniera più oggettiva e rappresentativa possibile, il grado di soddisfazione dell'utenza con riguardo ai servizi offerti presso i Forti del Comune di Monte Argentario ed alle mostre in essi ospitate (permanenti e/o temporanee). Quanto sopra al fine di poter individuare eventuali

punti critici, pianificare le azioni di miglioramento e stabilire i futuri obiettivi in maniera più mirata alle esigenze emerse.

Il numero dei questionari somministrati presso la Fortezza Spagnola è 85 mentre presso Forte Stella ne sono stati distribuiti 77.

La presente indagine rappresenta la prosecuzione di quella effettuata nel febbraio scorso sui dati 2011.

2. Descrizione del campione

Il numero dei questionari compilati risulta anche per il 2012 molto basso rispetto alla popolazione di riferimento, tanto da rendere l'osservazione limitatamente rappresentativa. Occorre, d'altronde, precisare che la rilevazione su base volontaria di per se è non probabilistica e quindi non assoggettabile all'inferenza statistica. Questo non significa che da essa non possano scaturire tutte le problematiche connesse ai servizi analizzati.

Esaminando il campione rispetto *alle variabili socio-demografiche*, se ne osserva la seguente composizione:

FORTEZZA SPAGNOLA

- *età*

I visitatori che sono affluiti maggiormente risultano quelli con un'età compresa tra i 46 ed i 65 anni (34,12%), dopodiché si ottiene una percentuale del 21,18% per la fascia d'età 31/45; le fasce di età 18-30 e >65 si attestano intorno al 15% mentre gli utenti più giovani (con età fino ai 18 anni) appaiono i meno numerosi, con una percentuale del 10,59%.

- *sesso*

Gli utenti che hanno partecipato alla rilevazione sono stati per il 55% donne.

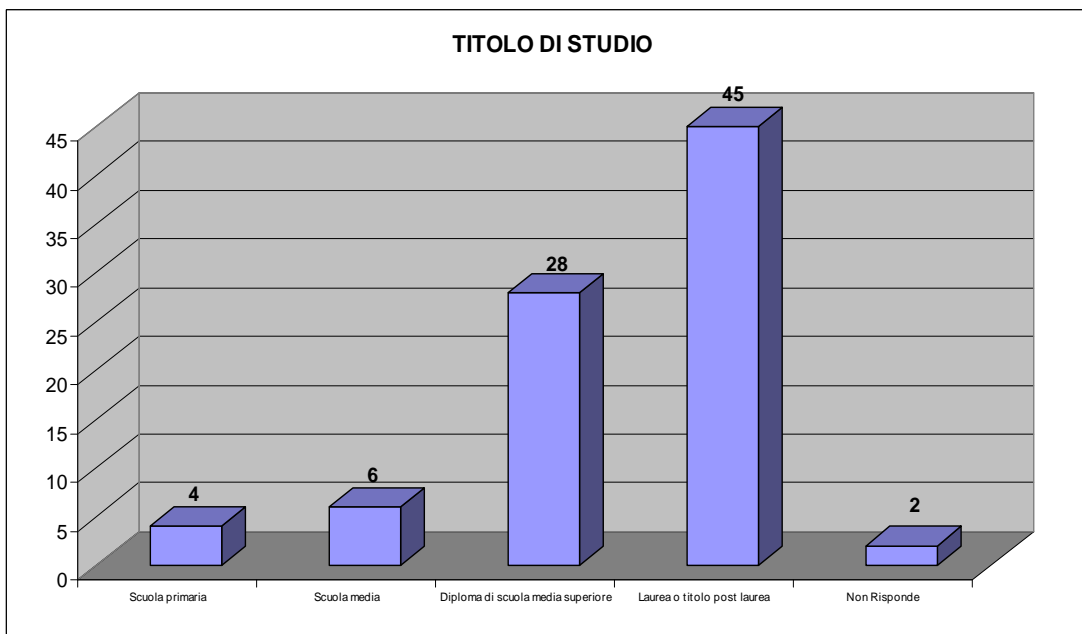
- *provenienza*

Alla rilevazione hanno partecipato 6 visitatori di nazionalità straniera (uno dal Canada, uno dalla Francia, due dalla Germania, uno dalla Repubblica Ceca e uno dalla Svizzera) e 79 italiani (prevalentemente residenti nella provincia di Grosseto –

7%, nella Provincia di Roma – 24,70% e comunque nelle regioni del centro/nord – 94%).

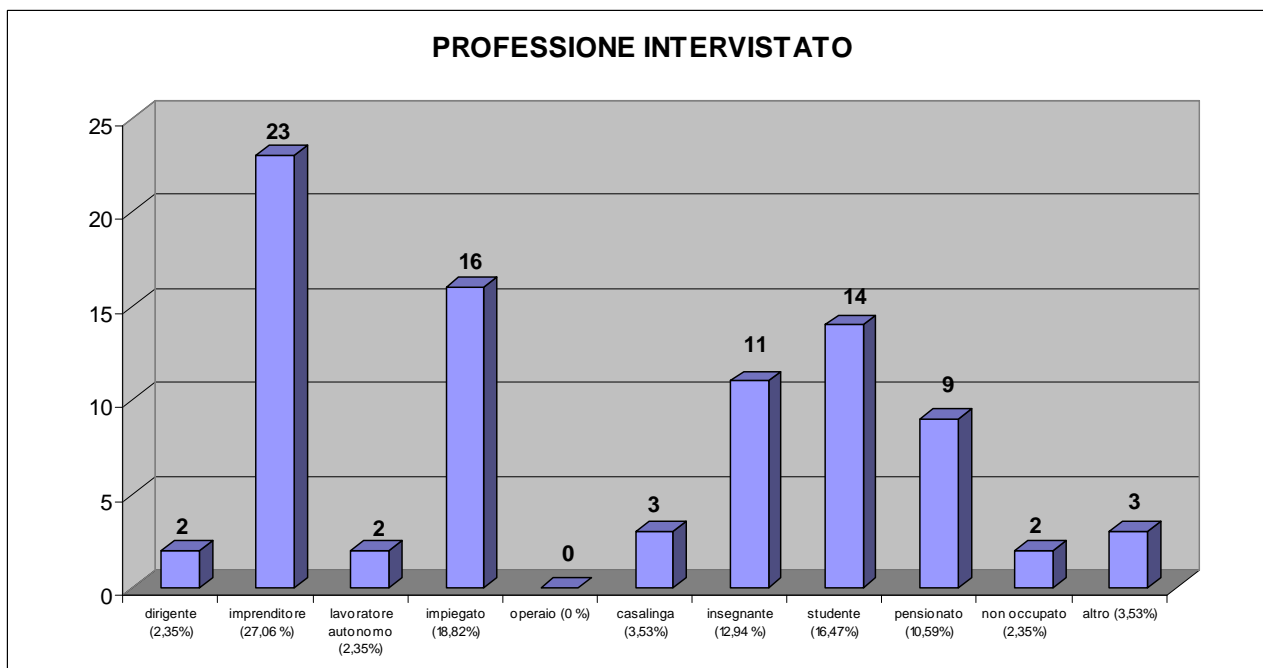
- *titolo di studio*

Il maggior numero di visitatori che ha preso parte all'indagine è costituito da laureati (52,94 %), seguito dagli utenti con diploma di scuola media superiore (32,94%):



- *professione*

Rispetto alla professione, il campione dei visitatori della Fortezza Spagnola risulta costituito in misura prevalente da "IMPRENDITORI/LIBERI PROFESSIONISTI" con il 27,06%, seguiti da "IMPIEGATI" con il 18,82%, e dagli "STUDENTI" con il 16,47%. Nel grafico seguente i dati e le percentuali.



FORTE STELLA

- *età*

La distribuzione per età appare per il Forte Stella molto simile a quella relativa alla Fortezza Spagnola:

FASCIA D'ETA'	QUANTITA'	%
meno di 18	5	6,49
tra 18 e 30	16	20,78
tra 31 e 45	23	29,87
tra 46 e 65	25	32,47
più di 65	5	6,49
Non Risponde	3	3,90

- *sesso*

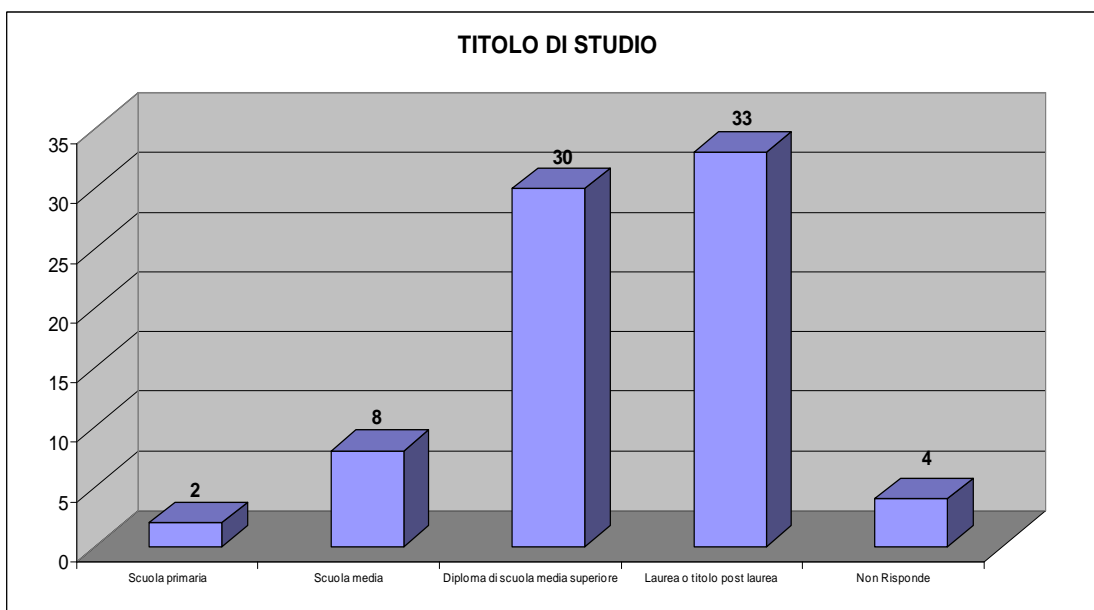
Gli utenti che hanno partecipato alla rilevazione sono per il 52% uomini

- *provenienza*

Il questo caso il campione è costituito prevalentemente da individui provenienti dalle regioni del centro-nord (92,20%) con un picco sulla provincia di Roma (26% del totale) mentre soltanto due cittadini stranieri hanno compilato il questionario.

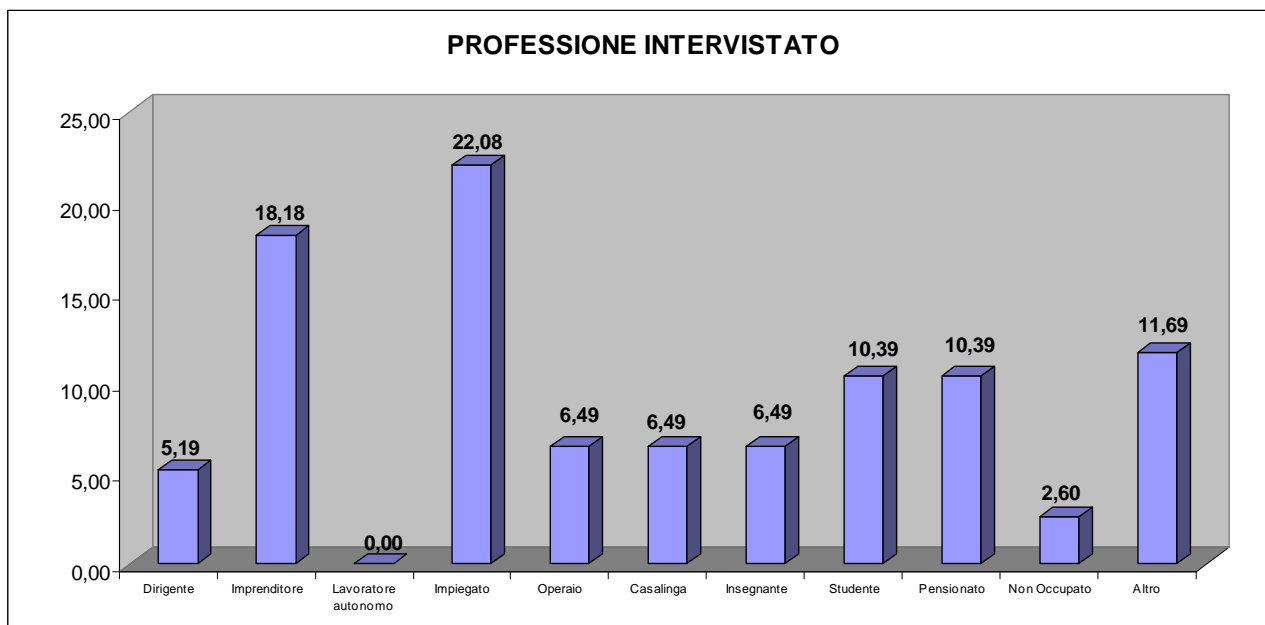
- *titolo di studio*

Si confermano anche per il Forte Stella i rapporti risultanti per la Fortezza Spagnola: il maggior numero di visitatori è costituito da utenti con laurea o titolo post laurea (43%), seguito da diplomati (39%):



- *professione*

Rispetto alla professione, il campione risulta costituito in misura prevalente da "IMPIEGATI" con il 22,08%, seguiti da "IMPRENDITORI/LIBERI PROFESSIONISTI" con il 18,18%. Nel grafico seguente tutte le percentuali:

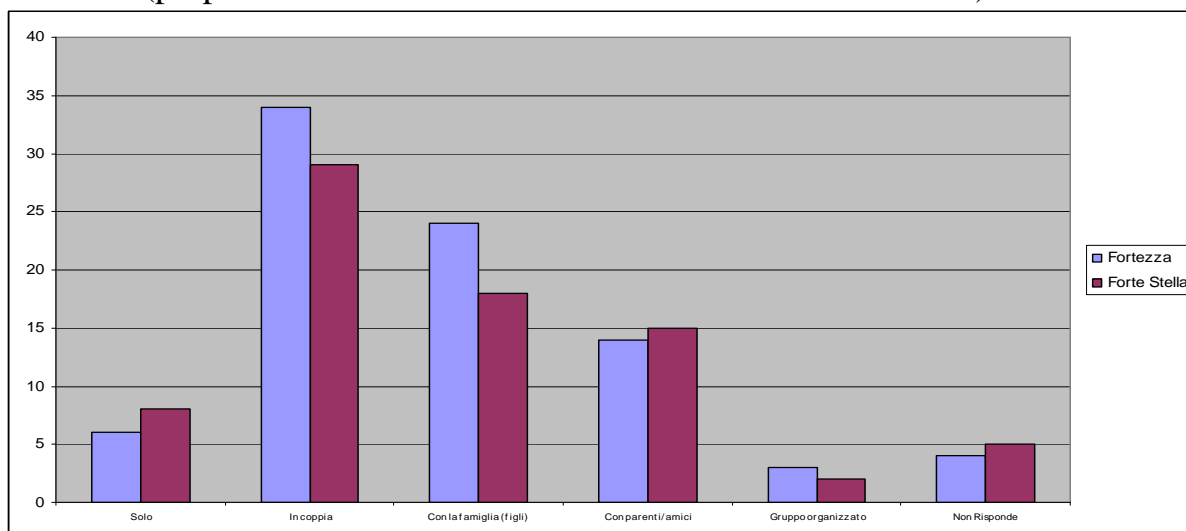


3. Analisi risultati

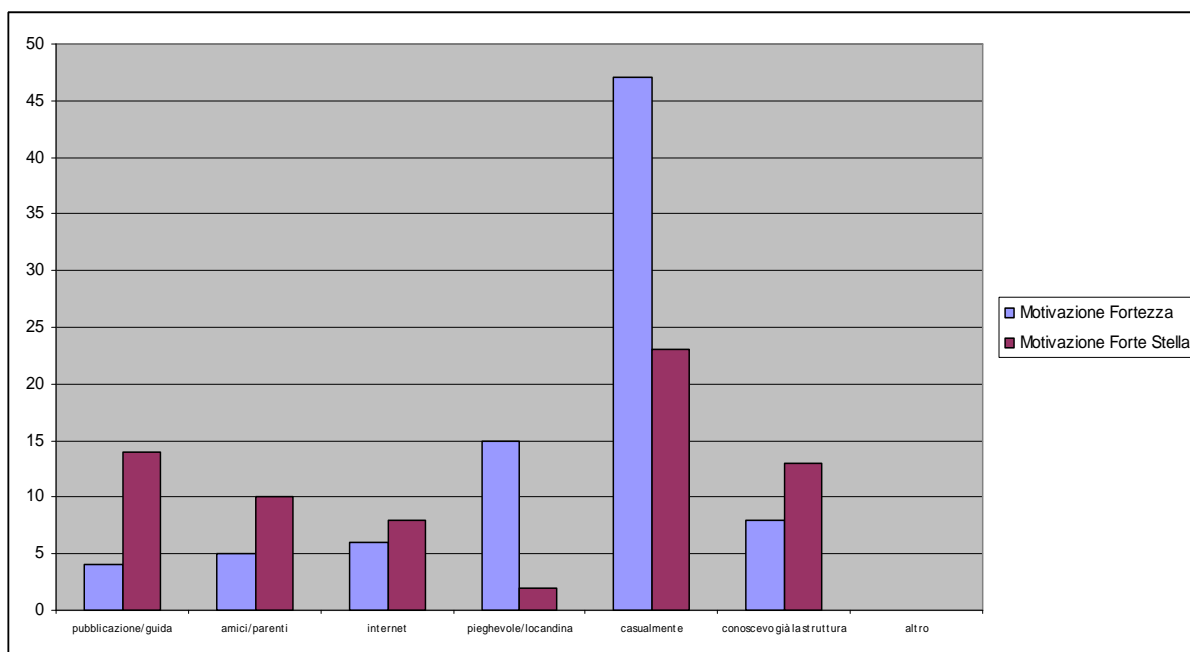
a. Motivazioni della visita

Esaminando la sezione del questionario relativa alla *motivazione* della visita si possono ottenere le seguenti conclusioni:

- L'88% dei visitatori della Fortezza Spagnola e di Forte Stella sono approdati ad essi per la prima volta;
- Alla domanda "Con chi ha visitato la struttura" è stato risposto nella seguente maniera (preponderanti "IN COPPIA" e "CON LA FAMIGLIA"):



- Spiace constatare che, anche per il 2012, la maggioranza degli utenti sono venuti a conoscenza dell'esistenza delle nostre fortificazioni casualmente (in particolare il 55% per la Fortezza e il 29% per il Forte Stella del quale hanno avuto informazioni anche tramite guide e depliant); si può comunque ricavare il seguente grafico:



- La durata media della visita risulta per entrambi i forti compresa tra i 30 minuti e 1 ora nella percentuale del 65% ed inferiore alla mezzora per il 28% dei casi (in particolare tale dato è fortemente sovrapposto alla motivazione “per trascorrere del tempo libero”).

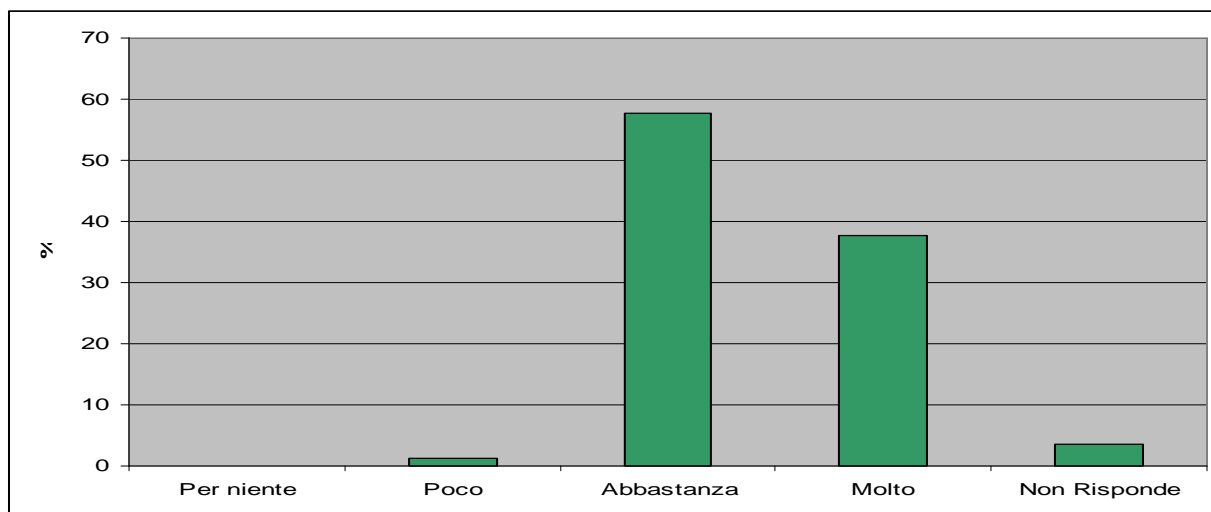
b. Gradimento visita ed osservazioni

FORTEZZA SPAGNOLA E FORTE STELLA

L'analisi della sezione riguardante il *gradimento* è del tutto simile per i due Forti.

Il gradimento generale della visita si attesta per circa il 76% del campione sulle due risposte “abbastanza” e “molto” (in particolare per Forte Stella viene espresso compiacimento per il panorama, la peculiare architettura del Forte e la possibilità di parcheggiare, mentre nella Fortezza Spagnola viene notevolmente apprezzata la mostra permanente di reperti archeologici). Pareri altrettanto positivi vengono forniti

quando si interroga il campione con riguardo alla cortesia e competenza del personale addetto all'accoglienza.



Quanto sopra non si può altrettanto rilevare nelle valutazioni su “materiali informativi a disposizione (schede, pannelli, didascalie)” e “indicazioni segnaletiche per raggiungere il Forte” che si attesta per il 51% sul livello di gradimento “per niente” o “poco”. A tale proposito, nei suggerimenti ed osservazioni, il 39% dei visitatori consiglia di realizzare materiale informativo plurilingua sul Forte (ma anche sul territorio in generale) da porre alla distribuzione, migliorare le indicazioni stradali per raggiungere lo stesso (per la Fortezza anche indicazioni pedonali nel Centro Storico del paese) e potenziare la promozione degli eventi e delle mostre in esso realizzati.

4. Conclusioni

Una prima conclusione riguarda la scarsità dei dati sui quali abbiamo potuto lavorare. Il numero dei questionari ottenuti è comunque superiore a quello dello scorso anno. Sarà cura dell'Ufficio Cultura, che ha redatto la presente relazione, chiedere alla Cooperativa “Sistema Museo” un ulteriore maggiore sforzo nel proporre la valutazione ai visitatori.

In generale il giudizio che i visitatori danno sul servizio in analisi si può definire buono ma vi sono molti spazi per migliorarne la qualità e tentare di aumentare gli afflussi.

Delle problematiche relative alle indicazioni per i Forti sono stati debitamente informati l'Ufficio Lavori Pubblici ed il Comando di Polizia Municipale in considerazione del fatto che essi stanno provvedendo agli atti necessari all'ampliamento e risistemazione dell'arredo urbano del territorio.

Nei prossimi mesi si agirà insieme ad essi allo scopo di indirizzare e guidare i turisti presso le nostre strutture monumentali (segnaletica stradale per il Forte Stella e sia stradale che pedonale – nel centro storico – per la Fortezza Spagnola) e promuovere di conseguenza tutto il territorio.

Risulta inoltre di particolare importanza l'elaborazione di materiale informativo e turistico da distribuire facilmente agli avventori, all'interno del quale, come evidenziato dall'osservazione dei questionari, vi si trovino indicazioni sulla storia dei forti ma anche sulle varie iniziative e/o mostre in corso. Tale materiale dovrà essere distribuito almeno anche in lingua inglese. Da gennaio 2013 vengono distribuiti i questionari di valutazione dei servizi nelle due lingue italiano e inglese.

Si procederà inoltre alla predisposizione di un progetto di traduzione, inizialmente nella lingua inglese, delle didascalie presenti presso la Fortezza Spagnola ed in particolare presso il Museo delle Memorie Sommerse.

Infine, altra raccomandazione che ci premureremo di fare alla Cooperativa gestrice sarà quella di rendere più performante la comunicazione tra i due forti. Dalla presente analisi risulta infatti che meno del 10% delle persone che hanno visitato uno dei due si è poi recato presso l'altro.