

WEB E PROGETTI DIGITALI

Il 2020 è stato indubbiamente un **“anno digitale”**. Per lunghi periodi l'emergenza sanitaria ha costretto i pubblici del Mart a non poter vivere il Museo in prima persona, ma ha anche rafforzato la percezione di un'esperienza e di una partecipazione che superano i confini di un unico luogo. Da sempre attivo sui principali social network e sulle piattaforme web di condivisione della conoscenza, all'avanguardia nei progetti di digital communication, il Mart non si è trovato impreparato ad affrontare la sfida del 2020. **Il web team del Museo**, un gruppo di lavoro in cui operano professionisti di diversi settori, ha consolidato la propria attività implementando i progetti in essere e ideando nuove proposte per restare vicini alla community del Mart prima, durante e dopo il lockdown. È così che sono nate **numerose iniziative rivolte a diversi pubblici**: tra queste i *Little Mart at Home*, serie di tutorial e video-laboratori per famiglie realizzati in sostituzione dei consueti appuntamenti in Museo; il progetto *Entrare nell'opera*, ideato per le scuole ma aperto a



tutti, per sperimentare attraverso contenuti video un minuto di “meditazione estetica”; le playlist su Spotify *Songs from The Mart Collections*, che hanno portato fuori dalle sale espositive atmosfere e suggestioni ispirate alle Collezioni; i video immersivi, le visite guidate a distanza e le video-pillole di approfondimento, che hanno permesso di accedere “virtualmente” alle grandi mostre *Caravaggio. Il contemporaneo* e *Giovanni Boldini. Il Piacere*. Non sono mancati **i progetti in rete** come la partecipazione alla Museum Week e all'International Museum Day, per il quale sono nati nuovi contenuti del Mart su Google Arts & Culture. A chiudere l'anno due importanti novità: l'audioguida digitale disponibile gratuitamente su izi. TRAVEL, un viaggio in dieci tappe e cinque brani musicali che racconta la vita e l'opera di Giovanni Boldini, e *ZoomMart*, un progetto in collaborazione con le studentesse di Arte dell'Università di Trento che valorizza a distanza il patrimonio del Mart riflettendo su temi di grande attualità legati all'esperienza della pandemia.

316.192

sessioni
(di cui **241.691** visitatori unici)
75,89% nuove sessioni

103.847

(**43%**) da desktop

128.828

(**53,3%**) da mobile

8.871

(**3,7%**) da tablet

809.638

visualizzazioni di pagina

614.237

visualizzazioni di pagina uniche

1.09

tempo medio sulla pagina

1.48

durata sessione media

Prime cinque nazionalità utenti del sito:
Italia / **207.021 (86%)**
Stati Uniti / **10.046 (4,2%)**
Germania / **3.470 (1,4%)**
Regno Unito / **2.439 (1%)**
Francia / **1.643 (0,6%)**

NEWSLETTER

26.124

utenti iscritti

50

newsletter inviate

SOCIAL

FACEBOOK

105.268

fan

66% donne

32% uomini

86,2% nazionalità italiana

13,8% dall'estero

560 post nel 2020

INSTAGRAM

37.344

followers

62,2% donne

37,4% uomini

76,9% nazionalità italiana

23,1% dall'estero

1.537 post (di cui 264 nel 2020)

6.263 foto postate con

#MartMuseum

16 video su IGTV (di cui 6 nel 2020)

PINTEREST

2.296

followers

830 pin (di cui 49 nel 2020)

54 bacheche

YOUTUBE

965

iscritti al canale
martmuseum / youtube400.081 visualizzazioni
(di cui 148.883 nel 2020)

255 video

(di cui 27 pubblicati nel 2020)

TWITTER

65.175

followers

10.5K tweets

(di cui 143 tra tweet e retweet
nel 2020)

1.021 menzioni

12.201 viste al profilo
(media visite 1.016)

TRIPADVISOR

1.090

recensioni
(di cui 32 nel 2020)

58,9% con giudizio eccellente

30,7% con giudizio molto buono

Certificato di Eccellenza

SPOTIFY

23

playlist
(di cui 8 nel 2020)