

Conoscere il proprio pubblico. La carta dei servizi

Rita Capurro

Roma, 14 dicembre 2018



Il punto di partenza:

Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento dei musei (10 maggio 2001)

Ambiti delle attività di gestione, conservazione, valorizzazione delle strutture museali

1. Status giuridico
2. Assetto finanziario
3. Strutture
4. Personale
5. Sicurezza
6. Gestione delle collezioni
7. Rapporti con il pubblico e relativi servizi
8. Rapporti con il territorio

D.M. 113 21/02/2018

ADOZIONE DEI LIVELLI MINIMI UNIFORMI DI QUALITÀ PER I MUSEI E I LUOGHI DELLA CULTURA DI APPARTENENZA PUBBLICA E ATTIVAZIONE DEL SISTEMA MUSEALE NAZIONALE

Livelli uniformi di qualità per i musei (risultato conclusivo della Commissione per l'attivazione del sistema museale nazionale 2015-2017)

I tre macro-ambiti degli standard:

1. Organizzazione
2. Collezioni
3. **Comunicazione e rapporti con il territorio**

RAPPORTI CON IL
PUBBLICO E
COMUNICAZIONE

RAPPORTO CON
IL TERRITORIO E
CON GLI
STAKEHOLDER

COMUNICAZIONE
E RAPPORTI CON
IL TERRITORIO



Ambito 3: Comunicazione e rapporti con il territorio

A) Rapporti con il pubblico e comunicazione

1. Segnaletica
2. Strumenti informativi
3. Comunicazione integrata nell'allestimento
4. Attività educative e di valorizzazione/promozione del patrimonio
- 5. Relazioni con il pubblico**

B) Rapporti con il territorio e con gli stakeholder

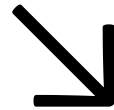
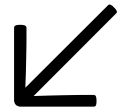
[...]

Il museo rende il visibile leggibile

Il museo è una macchina complessa, mossa da diversi ingranaggi e ha, tra le sue funzioni fondamentali, quella di favorire l'incontro tra collezione e visitatori.



I fondamentali degli studi sul pubblico: Visitors e Audience



Coloro che il
museo lo hanno
visitato = Pubblico
effettivo

Coloro che potrebbero
diventare pubblico del
museo = Pubblico
potenziale

Il museo strumento a servizio della società e della sua crescita

Società riconosciuta in senso universale:

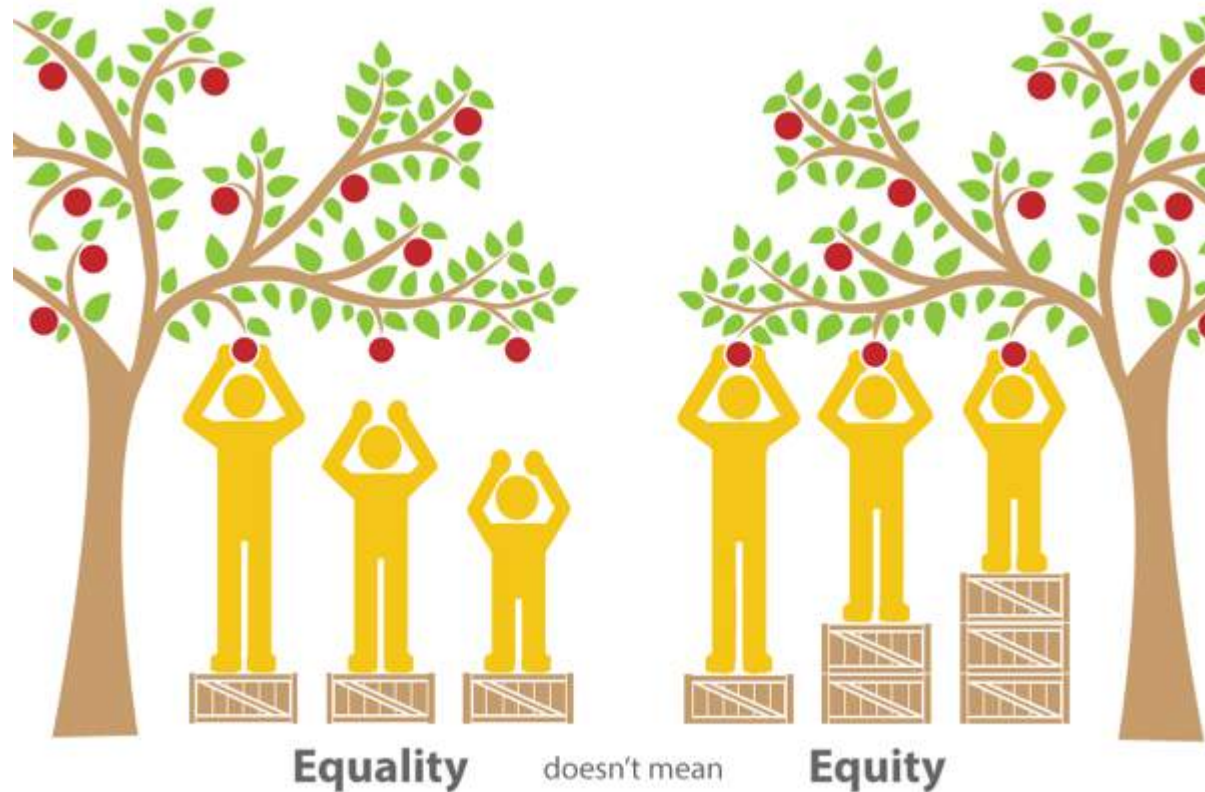
«I musei cambiano la vita delle persone», questo significa che devono «saper accogliere, includere e parlare a ogni tipo di pubblico»

(Timothy Verdon, *Museology and Values*, 2018)



Su quali principio si basa la considerazione del pubblico?

Tutti gli utenti sono uguali e godono degli stessi diritti → la parità di trattamento va garantita a tutti secondo equità → obiettività, imparzialità e giustizia devono riguardare tutti



Una piccola riflessione sull'ordine degli standard minimi

1 (?) →

- Presenza sul sito web dei principali contatti e di un indirizzo di posta elettronica

2 (?) →

- Esistenza di una procedura di reclamo formalizzata con indicazione dei tempi di risposta e del referente

3 (?) →

- Adozione e pubblicazione di una Carta dei servizi

STANDARD MINIMI

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

- Newsletter aggiornata con frequenza almeno mensile
- Presenza del museo in blog o social network con aggiornamento almeno settimanale
- Presenza e monitoraggio di un registro (cartaceo o online) che raccolga considerazioni o suggerimenti dei visitatori
- Predisposizione di un'attività di rilevazione e di analisi almeno annuale della fruizione (*customer satisfaction*), con indicazione specifica degli strumenti adottati per lo svolgimento di tale attività
- Indagini sul non pubblico, anche al fine di verificare i bisogni e le aspettative dell'utenza
- Procedure di *accountability* / pubblicazione di report dei risultati attesi nella programmazione annuale e degli obiettivi raggiunti



Uno strumento significativo: la carta dei servizi

= Regole reciproche di relazione tra chi eroga un servizio pubblico e fruitori

Il principio sul quale la carta dei servizi si fonda:

Chi eroga un servizio pubblico, deve specificare i **limiti e le possibilità** della prestazione offerta. Ciò va fatto indicandone gli **obiettivi**, e i **diritti** che devono necessariamente ricadere sull'utente e consumatore. In questo modo vengono sancite le regole reciproche di relazione tra erogatore di pubblico servizio e cittadini.

La Carta rappresenta:

- Uno strumento per la trasparenza
- Uno strumento per la rendicontazione e di impegno nei confronti dell'utenza
- Uno strumento di autovalutazione degli istituti stessi
- Uno strumento sul quale periodicamente verificare i cambiamenti di erogazione dei servizi (la Carta va aggiornata ogni due anni)

- 1 → **Finanziaria 2008**, all'Art. 54-ter (Tutela degli utenti dei servizi pubblici locali), «più forza per la tutela dei cittadini attraverso le *Carte della Qualità e dei servizi*»

- 2 → **Direttiva del Ministro del MIBAC, 2007**: «La “Carta della qualità dei servizi” impegna i musei, le aree e parchi archeologici, le biblioteche e gli archivi ad informare il pubblico sul livello di qualità dei servizi.
Con l’adozione della Carta della qualità dei servizi continua l’azione di rinnovamento delle attività di valorizzazione del patrimonio culturale, in armonia con le esigenze della tutela, della ricerca di forme innovative di gestione e in riferimento alle aspettative degli utenti.
La Direttiva del Ministro introduce l’obbligo di adozione della Carta e fornisce linee guida per ciascuna tipologia di Istituto, affinché tutti i luoghi della cultura che erogano servizi pubblici adottino e mettano a disposizione degli utenti la propria Carta della qualità dei servizi con i relativi standard di prestazione.
Il Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti ha espresso parere favorevole ai contenuti dei tre modelli della Carta (Musei, Archivi e Biblioteche) ritenendoli adeguati alle finalità prefissate.»

I fattori di qualità e i relativi indicatori, ritenuti rilevanti per l'utenza, sono:

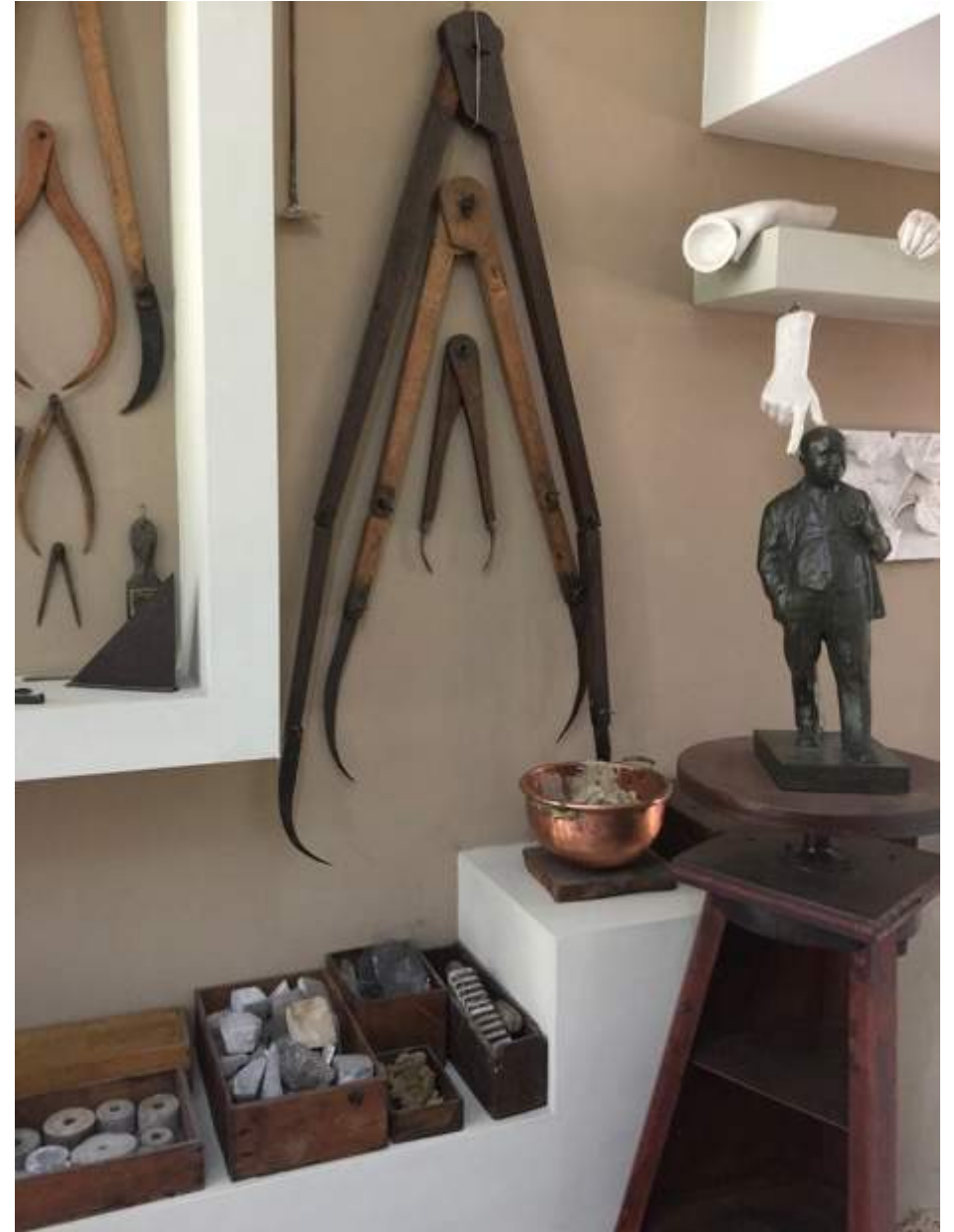
- la regolarità e la continuità del servizio,
- l'accoglienza del visitatore,
- l'ampiezza dell'offerta,
- i servizi educativi e quelli dedicati alla consultazione (di collezione e documentazione),
- l'esistenza di strutture o strumenti per le persone in situazione di disabilità.

«La Carta della qualità dei servizi è dunque un fondamentale **mezzo di comunicazione** e di **informazione** del museo con il pubblico e rappresenta il principale strumento di **autovalutazione** e di **misurazione del valore dei servizi**. Orientando l'autovalutazione del museo verso la qualità dei servizi, la Carta consente di mettere a fuoco meglio i contenuti statutari, che definiscono sia le ragioni politiche sia le linee guida del “**progetto culturale**” dell'istituto, vale a dire la sua **missione.**»

(Carta Qualità dei servizi, 2007, MIBAC)

Le sezioni di una carta dei servizi museale

- ❖ Presentazione
- ❖ Descrizione della struttura:
 - Elementi identificativi
 - Caratteristiche essenziali
 - Referente della compilazione
- ❖ Impegni e standard di qualità:
 - Accessibilità
 - Accoglienza
- ❖ Fruizione
 - Servizi di ospitalità
 - Valorizzazione
 - Educazione e didattica
 - Documentazione sui beni conservati
 - Servizi specialistici
 - Rapporti con il territorio
 - Obiettivi di miglioramento
 - Iniziative finalizzate al miglioramento
- ❖ Tutela e partecipazione



La valutazione dei servizi.

Processo di autovalutazione e di apertura alla valutazione esterna

L'ascolto del pubblico

Valutazione
Suggerimenti
Lamentele

Complaints about our services?



**Complaints about
our services?**

The Royal Museums of Fine Arts of Belgium attach a lot of importance to the quality of the services they offer. However, if you do have a comment relating to the museums you can let us know.

We shall do everything possible to avoid similar complaints in the future.

To properly handle your complaint, we ask you to fill out the form on this page. An acknowledgment of receipt will automatically be sent to you and you will receive a personal answer within the 30 days.



pedagoga

Bióloga

Geóloga

Arquivista

Museóloga

Buon lavoro!

rita.capurro@unimib.it

 **RESPORTES**