



Un'indagine sull'utenza potenziale dei musei e delle biblioteche di Genova

di Fabio Tenore

Genova ha una vasta rete di biblioteche e musei civici disseminati per la città quasi a sottolineare la sua natura policentrica. Ma, a fronte di una vasta offerta museale e bibliotecaria, sembra che i cittadini genovesi conoscano e fruiscano soprattutto le grandi strutture culturali centrali: la biblioteca Berio e il polo museale dei musei di Strada Nuova (Palazzo Rosso, Palazzo Bianco e Palazzo Tursi). E' quanto emerge da un'indagine sull'utenza potenziale delle biblioteche comunali e dei musei civici che il Comune di Genova ha intrapreso nell'anno 2011 nell'ambito di un progetto più ampio denominato "vivaio della cultura", all'interno del quale erano previste delle indagini di customer satisfaction, una sistematizzazione della raccolta di dati delle biblioteche appartenenti al sistema bibliotecario urbano, un'indagine sul turismo culturale internazionale e un'analisi della gestione dei teatri genovesi.

Perché un'indagine sull'utenza potenziale?

Un'amministrazione comunale ha il dovere, oggi, di ascoltare i propri cittadini e di calibrare le proprie politiche culturali in base alle loro esigenze. E ciò dovrebbe avvenire in due direzioni: una prima, quantitativa, volta a raggiungere un più ampio bacino di utenza e una seconda, basata sull'offerta di servizi in grado di soddisfare le esigenze dei fruitori. Può capitare, talvolta, che esista, soprattutto nel campo della cultura, spesso caratterizzata da un alto livello di autoreferenzialità, una frattura tra gli amministratori di musei, biblioteche e teatri e il pubblico fruitore. Per questo motivo sono necessari una serie di strumenti per ricucire questa distanza, anche in virtù di un maggiore coinvolgimento dei cosiddetti "nuovi pubblici" ovvero una serie di categorie di utenza potenziale che finora è rimasta ai margini della fruizione culturale. Lo strumento basilare per questo tipo di politiche è l'analisi dell'utenza potenziale del bacino di riferimento che si pone come punto di partenza privilegiato per ogni azione di marketing culturale.

Per quanto riguarda i consumi culturali, Genova risulta una città molto attiva. Sebbene alla domanda "Come trascorre il tempo libero" la risposta più suffragata è stata "a casa o con amici", il 30% degli intervistati sostiene di frequentare più o meno assiduamente una biblioteca della città e ben il 72% ha affermato di aver frequentato almeno una volta nella

vita una biblioteca. Le variabili che influenzano maggiormente l'utilizzo delle biblioteche sono l'età e il titolo di studio. Quest'ultimo in particolare risulta essere la variabile determinante secondo la quale un cittadino ha fruito almeno una volta di una biblioteca. Tra coloro che hanno una licenza elementare, solo il 24% è entrato almeno una volta in biblioteca. Il profilo medio di **chi non ha mai frequentato una biblioteca** può essere descritto come un ultra cinquantacinquenne, con basso titolo di studio, pensionato, casalinga o addetto a professioni poco qualificate. Anche l'età svolge un ruolo significativo per la frequenza delle biblioteche. Si è calcolata, infatti, una soglia che corrisponde circa ai quarant'anni, al di sopra della quale gli utenti sembrano allontanarsi dalle biblioteche. Le motivazioni di questo fenomeno sono riconducibili all'ingresso della fase adulta della vita con ciò che ne consegue, in particolare mancanza di tempo dovuta all'ingresso nel mondo del lavoro e alla famiglia da accudire. Ma la lettura, in genere, resta il consumo culturale preferito dei genovesi, soprattutto per quanto riguarda la fascia di popolazione over 40. I dati sul numero dei non lettori a Genova si discosta notevolmente dai dati ISTAT, registrando dei valori decisamente più bassi, avvicinandosi invece ai risultati di altre indagini fatte per esempio in Piemonte. Si potrebbe, quindi, ipotizzare che il nord Ovest abbia una media di lettori più alta di quella nazionale. Il profilo del non-lettore genovese è praticamente identico a chi non ha mai frequentato una biblioteca e cioè ha più di sessant'anni, ha basso titolo di studio, è una casalinga, pensionato o svolge lavori manuali. Il lettore genovese, invece, è soprattutto un **lettore debole** che preferisce leggere soprattutto romanzi sia italiani sia stranieri e gialli-noir. Il numero medio dei libri letti cresce all'aumentare del titolo di studio: ai 4-6 libri medi letti in un anno da chi ha una licenza elementare, si passa ai 18 tra i laureati. Per quanto riguarda le professioni, invece, i lettori più forti sono mediamente coloro che si occupano di professioni intellettuali e di elevata specializzazione o i liberi professionisti. Strettamente legato al numero dei libri letti è quello dei libri comprati. Chi legge molto compra anche molto ma va anche molto in biblioteca, essendoci un legame tra numero di libri letti e frequenza delle biblioteche. Ma chi legge molto è anche chi conosce meglio il sistema bibliotecario a prescindere dall'assiduità della frequenza. I **lettori forti e fortissimi** conoscono almeno il doppio delle biblioteche rispetto ai lettori deboli.

Dopo la lettura, il consumo culturale preferito dei genovesi è il cinema, in particolare tra i giovani under 30. Il 14% della popolazione dichiara di avere tra i passatempi preferiti quello del teatro e di visitare musei o mostre, mentre solo il 7% preferisce andare ad ascoltare un concerto. E' interessante notare come chi è impegnato in professioni intellettuali o altamente specializzate, al cinema preferisca il teatro.

I genovesi non sono degli assidui frequentatori dei **musei** né a Genova, né al di fuori di Genova. Lo dimostra il fatto che il 43% dei rispondenti ha dichiarato di non essere mai stato, nell'ultimo anno, in un museo al di fuori di Genova e il 40% di esserci stato da 1 a 4 volte. Per quanto riguarda i musei della città la situazione non sembra cambiare di molto. Il 52% non ha visitato alcun museo di Genova durante l'ultimo anno, mentre il 42% ne ha visitati da 1 a 4. Se volessimo tracciare il profilo dell'utente medio dei musei genovesi potremmo dire che è indistintamente uomo o donna, che è un impiegato, uno studente o un insegnante e che ha un basso grado di fidelizzazione. I pensionati, invece, si comportano in un modo curioso essendo o non-fruitori o i fruitori maggiormente fidelizzati. Se infatti il 25% dei non-fruitori risulta essere pensionato circa il 40% dei fruitori forti e fortissimi appartiene alla stessa categoria. Anche in questo caso esiste una correlazione tra le visite a un museo effettuate nell'ultimo anno e titolo di studio posseduto. I motivi principali per i quali i genovesi non hanno visitato un museo nell'ultimo anno sono la mancanza di tempo, il disinteresse e motivi familiari. Tra le categorie maggiormente rappresentate tra i non fruitori, i disoccupati non visitano musei soprattutto per mancanza di interesse mentre le casalinghe e i pensionati non li frequentano soprattutto per impegni familiari. Invece alla domanda "qual è stato il motivo che l'ha spinto a visitare un museo della città" la risposta più comune è stata "per

interesse culturale” (41%), seguita da “curiosità” e “mostre temporanee”. La percentuale di risposte “mostre temporanee” quasi raddoppia se si considera solo un’utenza inferiore ai 30 anni. Questa risposta merita un’analisi approfondita per diversi motivi. Prima di tutto alla domanda “quali sono i primi musei della città che le vengono in mente” l’11% ha risposto “Palazzo Ducale” dimostrando di fare confusione tra una sala d’esposizione e un museo mentre, tra i musei visitati, risulta piuttosto alto il Museo del Risorgimento – Mazziniano (15%) probabilmente a causa delle suggestioni dovute ai 150 anni dell’Unità d’Italia e alle iniziative che hanno coinvolto questo museo, in particolare alla mostra *Il Bacio. Un capolavoro per l’Italia*; infatti alcuni utenti hanno sottolineato di aver visitato il museo appositamente per vedere l’opera di Francesco Hayez. Tra le maggiori aspettative dell’utenza sono proprio le mostre temporanee ad avere un ruolo importante. Infatti alla domanda “cosa vorrebbe trovare in un museo” il 29% ha risposto proprio “mostre temporanee”. La percentuale si alza fino al 43% se si prendono in considerazione solo giovani fino a 30 anni.

Continuando con l’analisi della conoscenza dell’offerta culturale da parte dei genovesi è stato chiesto di indicare quali sono i **servizi offerti dalle biblioteche**. Il servizio più conosciuto è sicuramente il prestito (92%) seguito da lettura in sede di testi propri, elemento questo che ci porta a pensare che la biblioteca sia vista come uno spazio di lettura. Il terzo servizio riconosciuto è quello relativo alla consultazione di materiale facente parte del patrimonio delle biblioteche. Tutti gli altri servizi si trovano a un livello di conoscenza nettamente più basso. Gli eventi culturali costituiscono un elemento interessante nel modo in cui vengono percepiti, infatti sono visti come servizi offerti dalle biblioteche solo dall’1% della popolazione, mentre alla domanda diretta “Le biblioteche organizzano eventi. Ne è a conoscenza” ben il 66% degli intervistati ha risposto affermativamente. Questo ci porta a pensare che le conferenze e gli eventi culturali organizzati sono visti come servizi esterni, non direttamente collegati alle attività delle biblioteche o forse che queste attività attraggono un’utenza differente da quella che fruisce dei servizi tradizionali. Anche le aperture serali (due volte a settimana solo per la biblioteca Berio), nonostante una grande campagna pubblicitaria risultano conosciute da meno di un terzo della popolazione e per di più da coloro che già la frequentano. Lo stesso non si può dire delle aperture serali dei musei di Strada Nuova, servizio conosciuto da quasi la metà della popolazione, tra cui anche chi non ha mai visitato un museo genovese nell’ultimo anno.

Per quanto concerne le **aspettative che la popolazione nutre nei confronti dell’offerta di musei e delle biblioteche della città** si è cercato di fare una distinzione tra servizi di base e servizi accessori. Tale distinzione però non è chiarissima all’utenza che spesso ha confuso le risposte tra le due macroaree. Riguardo ai musei i servizi di base più richiesti sono quelli relativi ai supporti alla visita. In particolare la metà dei rispondenti ha dichiarato che, in un museo, vorrebbe trovare delle visite guidate, mentre a percentuali inferiori al 30% troviamo pannelli illustrativi, didascalie e audio guide. Le visite guidate sono particolarmente richieste da chi non frequenta i musei, allo stesso modo delle audio guide, quasi come se i non-fruitori sentissero il mondo del museo come estraneo e avessero bisogno di un tramite per entrarvi a farne parte. A riprova di ciò, chi frequenta abitualmente un museo preferirebbe organizzarsi la visita per conto proprio aspettandosi di trovare in un museo un numero maggiore di pannelli illustrativi e didascalie più curate. Le visite guidate passano in secondo piano anche nei giovani con meno di trent’anni che preferirebbero più mostre temporanee e pannelli illustrativi. Invece non sembra che una maggiore interattività e multimedialità dell’offerta museale sia particolarmente sentita dai giovani. Solo il 5%, con un’età media molto simile a quella del campione preso in esame, sente la necessità di un rimodernamento dell’offerta museale. Un discorso non dissimile può essere fatto per le biblioteche dove i servizi di base maggiormente auspicati sono il prestito libri, la consultazione del materiale della biblioteca e la possibilità di avere spazi per leggere. A un livello leggermente inferiore

ci sono il servizio di reference e la lettura di quotidiani e riviste. Anche in questo caso l'offerta multimediale, con possibilità di connettersi a internet e usare la rete wi-fi non è particolarmente sentita dato che meno del 9% l'ha indicata tra i servizi che ci si aspetta che una biblioteca dovrebbe offrire.

Tra i servizi accessori la ristorazione riveste il ruolo più importante. Sia per i musei che per le biblioteche, infatti, la presenza di un bar o di un ristorante risulta il servizio maggiormente atteso, seguito dalla soluzione a problemi di accessibilità fisica come la presenza di parcheggi o trasporti dedicati e aperture straordinarie per le biblioteche ed eventi culturali per i musei. Tra i giovani under 30 si nota solo un incremento per i servizi di bookshop e giftshop. Non sono state rilevate particolari evidenze in relazione alle caratteristiche socio-anagrafiche del campione preso in esame, se non che chi frequenta maggiormente le biblioteche e i musei ha delle aspettative maggiori e che le casalinghe e i pensionati sono le categorie che hanno le aspettative più basse. E' interessante notare come, per quanto riguarda le biblioteche, poco meno della metà degli intervistati ha affermato che frequenterebbe la biblioteca se essa offrisse i servizi indicati, ma si tratta soprattutto di soggetti che già utilizzano le biblioteche. Infatti tra coloro che non hanno mai frequentato una biblioteca, l'84% continuerebbe a non utilizzarla anche se questa offrisse i servizi auspicati, mentre tra coloro che hanno frequentato la biblioteca in passato il 37% tornerebbe a utilizzarla.

Conclusioni

L'immagine che i genovesi hanno dei propri musei e biblioteche è essenzialmente tradizionale. I musei sono visti ancora soprattutto come luoghi dove si conserva il patrimonio della città e si va per arricchirsi culturalmente, e le biblioteche sono essenzialmente dei luoghi dove prendere libri in prestito o poter andare a leggere o studiare. Le innovazioni tecnologiche non vengono viste come desiderata e servizi come collegamenti a internet, connessione wi-fi, prestito di e-book e allestimenti multimediali non hanno mai superato il 10% tra i servizi che la cittadinanza si aspetta di trovare in un museo o in una biblioteca. Si potrebbe pensare che la cittadinanza genovese potrebbe intendere l'offerta museale e bibliotecaria come alternativa all'offerta culturale e di intrattenimento offerta dalle nuove tecnologie. Quasi l'80% dei genovesi è infatti convinto che l'importanza delle biblioteche non verrà intaccata dall'avvento di internet, degli e-book e delle nuove tecnologie e il 20% che pensa il contrario è costituito soprattutto dalla percentuale di popolazione che ha bassi consumi culturali e non frequenta le biblioteche. In realtà molti di questi servizi sono già offerti, soprattutto dalle biblioteche centrali e risultano, in base a indagini di customer satisfaction, molto utilizzati e apprezzati. Questo dato potrebbe essere visto come riprova che i cittadini genovesi vedono i musei e le biblioteche in maniera tradizionale, non associandoli a una potenziale offerta di servizi innovativi. Chi non frequenta le biblioteche e i musei non sa e non immagina che servizi del genere sono già offerti. Forse potrebbe esserci un difetto di comunicazione. Come già notavano Sacco e Trimarchi in un'indagine del 2006¹ uno dei problemi di comunicazione delle strutture culturali potrebbe essere costituita dalla carenza della cosiddetta *informazione domestica* e cioè dal fatto che la comunicazione spesso non arriva nei domicili dei consumatori potenziali, come se si inviasse il programma di una stagione teatrale solo ai vecchi abbonati. Uno dei punti critici risultati dall'indagine riguarda proprio la comunicazione. Più dei ¾ dei genovesi, infatti considera insufficiente la comunicazione delle biblioteche e ben più della metà desidererebbe ricevere informazioni sulle attività e sui servizi dei musei.

Ad una più mirata comunicazione si associa la questione dell'utenza degli eventi culturali. I

¹ Pier Luigi Sacco, Michele Trimarchi: *Il museo invisibile*, pag.27

musei e le biblioteche di Genova, infatti hanno un'intensa ed apprezzata attività di organizzazione di eventi culturali tanto da far dire a più di tre quarti degli intervistati che il museo è visto come un luogo dove partecipare a eventi e condividere interessi comuni. Ma è stata notata una certa discrepanza tra il pubblico che frequenta gli eventi culturali e quello che visita i musei o utilizza i servizi tradizionali delle biblioteche. In un'indagine effettuata nel mese di Aprile dello scorso anno sul pubblico degli eventi culturali della Biblioteca Civica Berio è risultato che più della metà degli spettatori degli eventi culturali organizzati si sono recati in biblioteca per la prima volta per assistere a uno spettacolo e, di questi, solo il 37% ha poi usufruito dei servizi tradizionali. Una delle strategie da adottare, quindi, è sicuramente quella di fidelizzare questo tipo di pubblico, facilmente raggiungibile. C'è da dire che, comunque, i musei e le biblioteche civiche di Genova sono sempre molto attenti alle esigenze e alle richieste dei cittadini. Rientrano a tal proposito una serie di iniziative come il già citato fitto calendario di eventi culturali e le aperture straordinarie della biblioteca Berio e dei musei di Strada Nuova, con l'aggiunta, in estate, del polo di Nervi e del Castello d'Albertis, la possibilità di acquistare una card di abbonamento ai musei. E sembra che la cittadinanza apprezzi considerando che quasi il 75% della popolazione dà un livello di gradimento positivo dell'offerta museale, anche da parte di chi ha visitato in passato un museo della città ma ha smesso di farlo. Il vero nodo di difficile soluzione è quello di riuscire ad attrarre coloro i quali abbiamo definito come gli *esclusi*, e cioè in un processo di clusterizzazione dell'utenza potenziale delle biblioteche, coloro che, generalmente, non hanno mai frequentato una biblioteca, hanno dei bassi consumi culturali e sono lontani dal mondo delle biblioteche non conoscendone l'ubicazione né i servizi offerti. Questo cluster, che racchiude circa il 30% del campione, è costituito soprattutto da pensionati e casalinghe che hanno un'età media alta e titoli di studio bassi. Generalmente hanno indicato meno servizi tra quelli che una biblioteca dovrebbe offrire e soprattutto alla domanda "se le biblioteche offrissero questi servizi lei le frequenterebbe" la risposta di 8 su 10 è stata negativa. In questi casi sembra quasi che ci sia un muro che divida i non fruitori dai musei e biblioteche. Per ovviare a questo problema alcune azioni potrebbero essere costituite da una maggiore relazione con il tessuto sociale della città e ciò potrebbe avvenire non cercando di portare la gente nel museo, ma portando il museo alla gente attraverso pratiche di esternalizzazione o cercando di far collaborare musei e biblioteche con tutti coloro i quali si occupano di cultura in città creando un'offerta multidisciplinare, offrendo la possibilità di creare tramiti per eliminare le distanze tra domanda e offerta. Infine, azione più complicata è quella di una *formazione prodromica* che deve iniziare nei luoghi propri dell'apprendimento, con la presenza delle organizzazioni culturali che devono continuamente fornire stimoli al fine di creare curiosità attorno al mondo dell'esperienza culturale.

E' quanto il Comune di Genova sta facendo per esempio con esperienze come *Cultura 3*, un progetto che cerca di collegare il mondo della cultura con quello degli anziani, offrendo servizi come una migliore accessibilità, l'uso di trasporti dedicati, visite guidate calibrate espressamente per il target ma anche politiche di outsourcing, grazie soprattutto alla collaborazione delle associazioni attive nel territorio. L'ulteriore passo da compiere è quello di cercare di coinvolgere anche quel segmento di popolazione che non fa parte di questa categoria di cittadinanza attiva. Per ottenere ciò bisogna fare una forte leva su strutture saldamente radicate nel territorio come possono essere i municipi e le biblioteche di quartiere affinché riescano ad attrarre tutta la popolazione che, ad oggi, è rimasta ai margini della fruizione culturale.

L'indagine è stata condotta da Deborah Erminio, Angela Ferrari e Fabio Tenore per il progetto "vivaio della cultura" dell'assessorato alla cultura del Comune di Genova