

# Vieni a conoscere la tua biblioteca

*Un progetto di marketing e di comunicazione efficace per le biblioteche dell'Università di Parma*

di Fiammetta Mamoli

**P**resso l'Università di Parma è in corso di realizzazione, dal novembre 1998, il progetto "Gestione consapevole del sistema biblioteca". L'obiettivo perseguito è il miglioramento della qualità e dell'efficacia dei servizi bibliotecari in un'ottica di orientamento all'utenza e di *user satisfaction*.<sup>1</sup> Si sta quindi procedendo ad un'analisi dell'intero sistema bibliotecario di ateneo, così da poter valutare il complesso dei processi in atto ed acquisire adeguati strumenti di autovalutazione a supporto di decisioni consapevoli.

Nell'ambito del progetto è stata sperimentata sul campo la metodologia applicativa di un *questionario per l'utenza*.<sup>2</sup>

Analizzando i risultati della somministrazione di circa 1.300 questionari, realizzata tra gennaio e marzo 1999 in cinque biblioteche dell'ateneo (Facoltà di Economia, Medicina e Chirurgia, Farmacia, Giurisprudenza e Dipartimento di Fisica), è stato possibile fare alcune interessanti considerazioni sulle *modalità* di utilizzo delle biblioteche in oggetto e su *tipologia* ed *abitudini* della relativa utenza. Occorre tuttavia premettere che i ri-

sultati di questa analisi saranno generalizzabili solo quando il questionario sarà applicato a tutte le altre biblioteche dell'ateneo.

## Un questionario per l'utenza: analisi dei dati

La popolazione maggiore tra gli intervistati, ovvero chi era presente in biblioteca al momento della somministrazione dei questionari, è costituita per il 70% da studenti, il cui gruppo più numeroso (20%) è rappresentato dagli iscritti tra il secondo e quarto anno di corso; il restante 30% è formato da docenti-ricercatori, specializzandi, utenti esterni.

Dalle risposte relative alle *motivazioni di utilizzo del servizio di biblioteca* per gli utenti complessivi, la *consultazione* al 38,6% e lo *studio* al 30% sono le più significative. Particolarmente improprio sembra essere l'utilizzo che gli studenti fanno della biblioteca come luogo di studio (39,9%) e di incontro (8,8%). Ma a ben vedere ciò si giustifica con la cronica mancanza di spazi per lo studio e l'aggregazione a loro destinati, e del resto le

motivazioni degli studenti cambiano con l'aumentare degli anni di corso.

Sono significative anche le risposte relative alla *conoscenza e all'utilizzo degli strumenti informativi utilizzabili in biblioteca*: cataloghi, ricerca bibliografica assistita, riviste elettroniche.

Come si può vedere ad esempio dalla tabella 6, seppure con valori assai diversi a seconda delle strutture, solo il 27% degli intervistati utilizza per la consultazione il catalogo OPAC Sebina.

Solo il 37% degli utenti utilizza la *ricerca bibliografica assistita*.

Seppure con percentuali assai variabili per struttura, si evidenzia una percentuale di conoscenza e di utilizzo della *consultazione delle riviste elettroniche* limitata al 35% degli intervistati e riservata soprattutto agli utenti-docenti (80%), come evidenziato dalle tabelle 8 e 9.

## Prime valutazioni per una gestione consapevole del sistema biblioteca

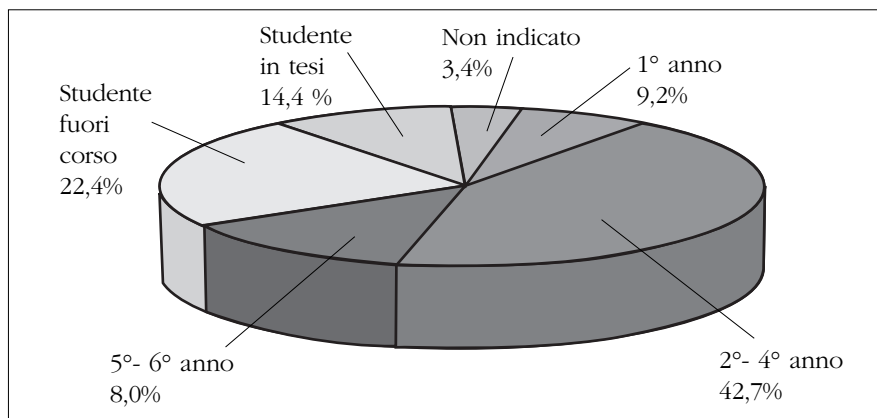
Un altro aspetto degno di attenzione, che emerge analizzando i risultati delle prime fasi del progetto "Gestione consapevole del sistema biblioteca",<sup>3</sup> è il rapporto tra il totale degli *utenti potenziali*, cioè tutti coloro cui sono destinati i servizi delle biblioteche (32.000 iscritti, 1.000 docenti-ricercatori, 1.000 unità di personale tecnico-amministrativo e 6.500 utenti esterni autorizzati o convenzionati) e gli *utenti reali*, coloro che effettivamente le utilizzano.

Poiché non esiste presso le nostre biblioteche un sistema di conteggio degli accessi che possa indicare l'esatta consistenza degli utenti reali, abbiamo utilizzato i risultati del già citato questionario per l'utenza per ipotizzare un modello che determinasse la *potenzialità*

**Tab. 1 - Composizione degli utenti che hanno risposto al questionario**

Tipologia utente	Questionari		% tipologia
	n	%	
Non indicata	25	1,93	
Studente	918	70,83	72,23
Specializzando	80	6,17	6,29
Docente/ricercatore	149	11,50	11,72
Altri	124	9,57	9,76
<b>Totale</b>	<b>1.296</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Tab. 2 - Tipologia degli studenti intervistati**



**Tab. 3 - Motivazioni alla frequenza delle biblioteche**



**Tab. 4 - Quadro di sintesi della motivazione all'uso del servizio per tipo di utente**

Motivazione all'utilizzo	Non disponibile		Studente		Specializzando		Docente /ricercatore		Altri		Totale	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Studio	14	35,0	632	39,9	5	3,6	3	1,2	10	5,1	664	30,1
Consultazione	9	22,5	545	34,5	65	47,1	128	51,8	104	52,5	851	38,6
Ricerche	9	22,5	114	7,2	63	45,7	112	45,3	80	40,4	378	17,1
Tesi di laurea	4	10,0	152	9,6	2	1,4	2	0,8	2	1,0	162	7,3
Incontro	4	10,0	139	8,8	3	2,2	2	0,8	2	1,0	150	6,8
<b>Totale</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>1.582</b>	<b>100</b>	<b>138</b>	<b>100</b>	<b>247</b>	<b>100</b>	<b>198</b>	<b>100</b>	<b>2.205</b>	<b>100</b>

della struttura in termini di ricettività degli utenti.

Sono stati considerati i posti a sedere e le ore di apertura settimanali di ogni biblioteca (vedi tab. 10) per determinare le ore totali utilizzabili.

Quindi le ore utilizzabili e le fasce di ore di "frequenza" indicate dagli utenti, unitamente alle relative percentuali, hanno determinato il massimo teorico di utenti accoglibili nelle strutture.

Sulla base del modello costruito in precedenza si è determinata la tabella 11, che sintetizza la situazione complessiva dell'ateneo. Calcolando le ore settimanali e i posti a sedere di tutte le biblioteche aperte al pubblico, è stato determinato il *massimo di utenti che possono essere accolti*.

Come si può vedere dalla tabella, le nostre biblioteche sono in grado di soddisfare solo *un quarto di utenti* (teorici) rispetto a quelli potenziali.

Ci è sembrato necessario ed urgente avviare una serie di iniziative mirate da un lato a verificare *se e come aumentano le esigenze di permanenza nelle biblioteche* (visto che dal questionario per l'utenza era emersa la richiesta di posti a sedere) e dall'altro ad accrescere la *consapevolezza delle opportunità* di offerta di servizi destinati agli utenti.

Resta da verificare, con l'applicazione del questionario a tutte le biblioteche, se saranno confermati i risultati ipotizzati con il modello, ed anche se per le altre struttu- ➤

Tab. 5 - Quadro di sintesi della motivazione all'uso del servizio per anno di corso

Anno di corso	Studio		Consultazione		Ricerche		Tesi di laurea		Incontro		Totale
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n
Non disponibile	35	6,6	258	48,6	211	39,7	13	2,4	14	2,6	531
1° anno	80	49,4	50	30,9	11	6,8			21	13,0	162
2°-3°-4° anno	312	40,8	291	38,1	75	9,8	17	2,2	69	9,0	764
5°-6° anno	52	41,6	42	33,6	11	8,8	12	9,6	8	6,4	125
Fuori corso	151	39,7	121	31,8	26	6,8	48	12,6	34	8,9	380
Studente in tesi	34	14,0	89	36,6	44	18,1	72	29,6	4	1,6	243
<b>Totale</b>	<b>664</b>	<b>30,1</b>	<b>851</b>	<b>38,6</b>	<b>378</b>	<b>17,1</b>	<b>162</b>	<b>7,3</b>	<b>150</b>	<b>6,8</b>	<b>2.205</b>

re si produrrà la stessa richiesta di incremento dei posti a sedere.

### Un piano di comunicazione organizzativa

Considerando gli obiettivi che ci prefiggevamo, il progetto avrebbe dovuto prevedere attività ed iniziative tipiche del marketing ma anche della comunicazione in senso stretto.

Il punto di riferimento privilegiato, secondo uno dei principi base del marketing, è il *cliente-utente* del servizio, e la sua soddisfazione; la biblioteca svolge attività di marketing per avere sempre più utenti, i quali, per essere motivati e soddisfatti, devono anche essere adeguatamente informati ed orientati ad un uso intelligente e consapevole dei servizi; il concetto di *cliente potenziale* nel mondo delle biblioteche diventa la chiave per ridefinire la consistenza della propria utenza: quella reale, ovvero chi frequenta già la biblioteca, e quella potenziale, chi non la frequenta ma potrebbe essere indotto a farlo. È anche necessario individuare i *bisogni* degli utenti, sia quelli più diretti ed elementari che quelli meno strutturati e consapevoli: la biblioteca deve poter offrire tutte le opportunità, le occasioni e gli stimoli utili ad orientare i propri utenti ed organizzare politiche di offerta di servizi differenziate per segmenti di mercato.<sup>5</sup>

Una politica di marketing è efficace per la biblioteca solo se si conoscono le caratteristiche della propria utenza e la tipologia di servizi che si è in grado di offrire, se si individuano obiettivi precisi e si è capaci di verificare e valutare l'effetto della propria azione.

D'altro canto il progetto non aveva come unico obiettivo quello di pubblicizzare le biblioteche per avere più clienti, ma anche di avvicinare ad esse un'utenza resa più consapevole attraverso una *comunicazione efficace*.

L'attenzione ai processi comunicativi è divenuta condizione imprescindibile soprattutto in attività di "servizio". L'importanza attribuita dalla letteratura scientifica al concetto di *comunicazione organizzativa* (l'insieme delle attività comunicative svolte da un'organizzazione nei confronti dei propri utenti, del personale interno e di altri soggetti interessati), sottolinea come le attività di comunicazione esterne ed interne svolte da un'organizzazione siano

funzionali ed indispensabili alla gestione e allo sviluppo dell'organizzazione stessa.

Comunicare la biblioteca è cosa ben diversa che pubblicizzare i prodotti in quanto è un'azione che si inserisce a pieno titolo e coerentemente all'interno della politica gestionale della biblioteca.<sup>6</sup>

In altri termini la biblioteca efficace è un'organizzazione che riesce a comunicare in modo efficace.<sup>7</sup>

Il progetto al quale pensavamo avrebbe dovuto rivolgersi agli utenti potenziali e perseguire almeno tre degli obiettivi contemplati in un'adeguata attività di comunicazione esterna: *informare, orientare e convincere*. Una fase successiva avrebbe previsto il raggiungimento degli altri due obiettivi: *formare ed accreditarsi*.<sup>8</sup>

Una adeguata attività di comunicazione verso l'utenza può anche produrre una positiva ricaduta sulla gestione ed organizzazione delle biblioteche, favorendo atteggiamenti

Tab. 6 - Livello di conoscenza del catalogo unico cittadino (OPAC Sebina) per struttura

Strutture	Sì		No		Non hanno risposto	
	n	%	n	%	n	%
Dipartimento di Farmacia	24	10,13	199	83,97	14	5,91
Dipartimento di Fisica	46	55,42	34	40,96	3	3,61
Economia	164	46,59	167	47,44	21	5,97
Giurisprudenza	74	19,89	235	63,17	63	16,94
Medicina e Chirurgia	50	19,84	169	67,06	33	13,10
<b>Totale</b>	<b>358</b>	<b>27,62</b>	<b>804</b>	<b>62,04</b>	<b>134</b>	<b>10,34</b>

menti di ascolto, disponibilità, cura degli aspetti relazionali, propensione al cambiamento, attenzione ai bisogni, che sono aspetti tipici della *comunicazione a due vie*<sup>9</sup> e fanno di una biblioteca efficace una *biblioteca amichevole*. Se, come

giustamente sostiene Solimine, "l'amichevolezza non è solo un modo di proporsi della biblioteca, ma un modo di essere",<sup>10</sup> un progetto di comunicazione amichevole costituisce un primo obiettivo di comunicazione efficace.

**Tab. 7 - Tasso di utilizzo della ricerca bibliografica assistita per struttura**

Strutture	Sì		No		Non hanno risposto	
	n	%	n	%	n	%
Dipartimento di Farmacia	29	12,24	205	86,50	3	1,27
Dipartimento di Fisica	43	51,81	38	45,78	2	2,41
Economia	101	28,69	235	66,76	16	4,55
Giurisprudenza	178	47,85	142	38,17	52	13,98
Medicina e Chirurgia	135	53,57	107	42,46	10	3,97
<b>Totale</b>	<b>486</b>	<b>37,50</b>	<b>727</b>	<b>56,10</b>	<b>83</b>	<b>6,40</b>

**Tab. 8 - Tasso del livello di conoscenza dell'esistenza delle riviste elettroniche per struttura**

Strutture	Sì		No		Non hanno risposto	
	n	%	n	%	n	%
Dipartimento di Farmacia	71	29,96	160	67,51	6	2,53
Dipartimento di Fisica	51	61,45	30	36,14	2	2,41
Economia	110	31,25	217	61,65	25	7,10
Giurisprudenza	101	27,15	224	60,22	47	12,63
Medicina e Chirurgia	117	46,43	116	46,03	19	7,54
<b>Totale</b>	<b>450</b>	<b>34,72</b>	<b>747</b>	<b>57,64</b>	<b>99</b>	<b>7,64</b>

**Tab. 9 - Tasso di utilizzo delle riviste elettroniche per tipologia di utente**

Tipologia utente	Sì		No		Totale
	n	%	n	%	
Non indicato	11	44,00	14	56,00	25
Studente	219	23,86	699	76,14	918
Specializzando	39	48,75	41	51,25	80
Docente/ricercatore	119	79,87	30	20,13	149
Altro	62	50,00	62	50,00	124
<b>Totale</b>	<b>450</b>	<b>34,72</b>	<b>846</b>	<b>65,28</b>	<b>1.296</b>

**Tab. 10 - Ore settimanali utilizzabili nelle cinque biblioteche**

Biblioteche	Ore di apertura	Posti	Ore totali utilizzabili
Farmacia	36,5	56	2.044
Fisica	37,5	76	2.850
Economia	47	122	5.734
Giurisprudenza	45	150	6.750
Medicina	59	260	15.340
<b>Totale</b>	<b>225</b>	<b>664</b>	<b>32.718</b>

## La realizzazione del progetto

Il progetto "Vieni a conoscere la tua biblioteca" è stato realizzato tra il settembre 1999 e il marzo 2000. Hanno collaborato il Settore biblioteche, il Servizio relazioni pubbliche e URP, ed i responsabili delle biblioteche dell'ateneo.

È stato destinato alla realizzazione del progetto un finanziamento *ad hoc*.

### Destinatari

Sono stati individuati, quali destinatari del progetto, tutti i potenziali utenti delle biblioteche dell'ateneo:

- gli studenti iscritti;
- i laureandi e dottorandi;
- i docenti e ricercatori;
- gli esterni che potessero avere interesse a frequentare le biblioteche dell'università;
- il personale che opera all'interno delle biblioteche.

### Obiettivi

Considerando che i destinatari del progetto erano segmenti di utenza con bisogni molto diversi, sono stati individuati vari obiettivi:

- *avvicinare* le matricole alla biblioteca, cioè insegnare, fin dall'inizio del percorso di studio universitario, quali vantaggi si possono ottenere da un uso costante, corretto e consapevole della struttura bibliotecaria, familiarizzando con gli strumenti della ricerca bibliografica e con l'uso quotidiano degli spazi di biblioteca;
- *illustrare* a docenti, ricercatori, laureandi ed esterni le tecniche più avanzate della ricerca bibliografica e dell'acquisizione di informazioni in rete, dedicando particolare attenzione ai servizi di accesso alle risorse elettroniche;
- *diffondere* all'utenza informazioni sull'organizzazione del sistema bibliotecario d'ateneo, le mo- ➤

**Tab. 11 - Utenti teorici che possono essere soddisfatti dalle cinque biblioteche**

Fasce ore di utilizzo settimanale	% utenti delle fasce	Ore teoriche utilizzate*	Massimo teorico di utenti**
10	68,1	22.281	2.228
20	19,7	6.445	322
30	9,3	3.043	101
40	2,7	883	22
45	0,2	65	1
145	-	32.718	2.675

\* Calcolo ore teoriche utilizzate: ore totali utilizzabili diviso il percentile della fascia  
 \*\* Calcolo massimo teorico di utenti: ore teoriche utilizzate diviso il numero delle ore della fascia di utilizzo settimanale

dalità per usufruire al meglio dei servizi resi e sul vantaggio diretto, sia nell'ambito dello studio che in quello delle attività di ricerca, derivante da un uso corretto e consapevole delle strutture bibliotecarie; - *coinvolgere* il personale in un progetto comune per migliorare la qualità del servizio reso all'utenza.

**Alcune iniziative**

*L'agenzia pubblicitaria*

È stata affidata ad una agenzia pubblicitaria la creazione di un logo e di una linea grafica che identificassero, oltre al progetto e alle varie iniziative collegate, l'immagine stessa del Sistema bibliotecario di ateneo.

L'agenzia ha inoltre realizzato grafica e stampa del volume *Breve guida alle biblioteche*,<sup>11</sup> redatto presso gli uffici del Settore biblioteche ed illustrativo delle modalità di utilizzo delle biblioteche d'ateneo, con schede informative su ogni struttura.

Sono stati inoltre predisposti dépliant pubblicitari e locandine da distribuire sia all'interno dell'università che in città e in provincia, contenenti il calendario degli incontri programmati da febbraio a marzo, durante i quali sarebbero stati presentati ed illustrati i servizi bibliotecari.

Un cartoncino-invito, anch'esso

prodotto dall'agenzia, con il calendario delle iniziative e degli incontri di facoltà è stato inviato tra novembre e dicembre 1999 a tutti gli studenti iscritti, ai docenti dell'ateneo, al personale bibliotecario, alle autorità cittadine e ai responsabili delle biblioteche del territorio.

*I seminari e gli incontri*

Il Convegno "Biblioteche ed informazione on-line all'Università di Parma" (Aula magna dell'Università, 14 febbraio 2000) è stata la prima delle iniziative in programma. I vari interventi di docenti e bibliotecari erano volti ad illustrare all'utenza più esigente ed evoluta delle biblioteche, quali i ricercatori, docenti, laureandi e il personale bibliotecario, le possibilità della ricerca bibliografica e del recupero dell'informazione più avanzate e specialistiche, disponibili presso le biblioteche attraverso l'accesso alle risorse elettroniche di ateneo.

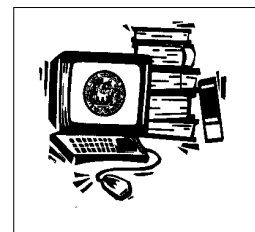
**Tab. 12 - Utenti teorici che possono essere soddisfatti da tutte le biblioteche di ateneo**

Fasce ore di utilizzo settimanale	% utenti delle fasce	Ore teoriche utilizzate	Massimo teorico di utenti
10	68,1	63.216	6.322
20	19,7	18.287	914
30	9,3	8.633	288
40	2,7	2.506	63
45	0,2	186	4
<b>145</b>	<b>100</b>	<b>92.828</b>	<b>7.591</b>

L'attività di comunicazione ed informazione diretta destinata agli studenti ed illustrativa delle modalità di accesso alle biblioteche, al patrimonio bibliografico ed ai vari servizi, è stata realizzata nel corso di sette incontri di presentazione delle biblioteche afferenti le singole facoltà, che si sono svolti tra febbraio e marzo 2000. Ai partecipanti sono state distribuite le guide alle biblioteche e i questionari di valutazione dell'iniziativa.

*La home page delle biblioteche*

La completa riorganizzazione e l'aggiornamento delle pagine dedicate alle biblioteche nella home page dell'università hanno rappresentato un'altra significativa fase del progetto, fortemente legata agli aspetti comunicativi, informativi ed anche formativi dell'utenza. La pagina web è diventata il *primo* strumento che la biblioteca mette a disposizione della sua utenza e come tale deve avere le necessarie caratteristiche di amichevolezza ed efficacia comunicativa, oltre che di completezza ed esaustività. Un gruppo di lavoro di bibliotecari ed informatici si è occupato del rifacimento della pagina web; sono stati utilizzati la grafica ed il logo studiati per il progetto.



**Tab. 13 - I numeri del progetto**

Con il cartoncino-invito sono stati raggiunti	33.000 studenti iscritti 1.050 docenti 120 unità di personale delle biblioteche
Hanno partecipato agli incontri di facoltà	501 studenti 176 docenti 80 bibliotecari
Sono stati compilati	482 questionari

**Tab. 14 - Incontri di facoltà**

GIURISPRUDENZA	130 partecipanti di cui 10 docenti; 80 questionari
VETERINARIA	100 partecipanti di cui 50 docenti; 40 questionari
SCIENZE-FARMACIA-AGRARIA	112 partecipanti di cui 50 docenti; 81 questionari
MEDICINA E CHIRURGIA	85 partecipanti di cui 25 docenti; 70 questionari
ECONOMIA	70 partecipanti di cui 10 docenti; 50 questionari
LETTERE E FILOSOFIA	140 partecipanti di cui 20 docenti; 130 questionari
ARCHITETTURA ED INGEGNERIA	40 di cui 11 docenti; 31 questionari

### *L'ufficio stampa*

L'ufficio addetto alle relazioni pubbliche ha svolto un'adeguata attività di comunicazione esterna e di ufficio stampa per l'informazione ai media delle iniziative in programma. Sono stati pubblicati articoli sulla stampa locale, affisse locandine, spediti inviti ad autorità cittadine, biblioteche del territorio, enti vari.

### **Un primo bilancio**

Il progetto si è operativamente concluso l'11 aprile con una riunione del Comitato tecnico dei bibliotecari e dei responsabili del progetto, nel corso della quale sono state fatte una sintesi conclusiva e valutazioni dell'iniziativa.

La partecipazione agli incontri è stata elevata e al di sopra delle aspettative. Il primo appuntamento

previsto in calendario, il Convegno "Biblioteche ed informazione on-line all'Università di Parma", ha interessato prevalentemente docenti e ricercatori, personale delle biblioteche sia dell'ateneo che del territorio, mentre agli incontri di facoltà hanno partecipato prevalentemente studenti degli ultimi anni di corso. Ciò dimostra ancora una volta l'abitudine invalsa ad utilizzare la biblioteca e i suoi servizi solo nella fase più avanzata del corso di studi e la necessità quindi di procedere con iniziative volte a diffondere la cultura dell'approccio alla biblioteca come luogo primario per le attività di studio e di ricerca. Relatori del convegno di apertura e degli incontri di facoltà sono stati i bibliotecari dell'ateneo, che hanno anche attivamente partecipato alle attività preparatorie e di realizzazione del progetto, e ciò ha costituito un notevole ritorno di immagine per la categoria oltre che

un significativo momento di aggregazione e lavoro di gruppo.

La *Breve guida alle biblioteche*, i dépliant e la nuova pagina web si sono rivelati ottimi strumenti informativi ed è già previsto un loro costante aggiornamento.

Dai questionari distribuiti durante gli incontri di facoltà emerge un generale consenso per l'iniziativa, vista come utile momento conoscitivo ed informativo, sia da parte degli studenti sia da parte del personale docente che vi ha partecipato.

Le numerose telefonate per richiedere informazioni, da parte di utenti che non avevano potuto partecipare agli incontri in programma, l'aumento delle richieste di autorizzazione per l'accesso alle risorse elettroniche di ateneo, ai servizi di document delivery e alla ricerca bibliografica assistita, ci inducono a pensare che l'attività di marketing e di comunicazione abbia raggiunto gli obiettivi che ci eravamo prefissi.

Per il raggiungimento degli ulteriori due obiettivi,<sup>12</sup> dei cinque previsti nell'ambito delle attività di comunicazione esplicita, il formare e l'accreditarsi, sono già state definite alcune strategie di intervento.

### **Lo sviluppo del progetto: formare ed accreditarsi**

L'educazione dell'utente è il nodo dello sviluppo dei servizi bibliotecari.

Sta cambiando l'insegnamento universitario, nel senso di una maggior importanza dello studente che fa sì che si attui una vera rivoluzione copernicana: dall'insegnamento l'interesse si sposta sull'apprendimento, dai contenuti lo sforzo didattico si sposta sulle strategie di ricerca. Lo studente non è più il passivo lettore di libri di testo da memorizzare acriticamente, tanto per passare l'esame, ma un attore attivo del proprio apprendimento, che ➤

con i suoi tempi e secondo le sue personali attitudini porterà a termine per il conseguimento della laurea, ma che poi continuerà per tutta la vita. Infatti sarà un cittadino della società dell'informazione e, qualunque sia la sua scelta occupazionale, avrà sempre bisogno di informarsi o aggiornarsi.

L'utente è il cittadino della società dell'informazione che può visitare la biblioteca, oppure lo studente universitario e in particolare lo studente che segue corsi universitari a distanza. L'obiettivo da realizzare è questo: aiutarlo a fare da solo. L'utente dovrà essere capace di risolvere autonomamente ogni problema di ricerca dell'informazione e dovrà saper usare al meglio la biblioteca.<sup>13</sup>

Le attività di marketing e di comunicazione si legano strettamente, in questa prospettiva, alle attività formative che la biblioteca è tenuta a svolgere: occorre avvicinare gli utenti ad un nuovo modello di biblioteca, divulgandone e promuovendone l'utilizzo, facilitare l'accesso alle strategie e ai metodi per la ricerca dell'informazione, far conoscere ed utilizzare al meglio le risorse. Solo con la profonda convinzione del ruolo determinante che le biblioteche hanno nella società dell'informazione, come quotidiano e vitale strumento di apprendimento, si potrà raggiungere anche l'obiettivo dell'accreditarsi. La biblioteca non dovrà solo informare e comunicare su singoli servizi, ma promuovere se stessa e il valore che essa rappresenta. Per l'anno accademico 2000/1 e per gli anni futuri, presso la nostra università, gli incontri di presentazione delle biblioteche diverranno attività di routine, saranno continuamente aggiornati il materiale informativo e pubblicitario cartaceo (guide e dépliant) e la pagina web, e ciò costituirà l'attività di marketing e comunicazione standard rivolta agli utenti di base (studenti dell'ultimo anno delle scuole medie superiori, pre-iscritti, matricole).

Particolare attenzione sarà dedicata d'altro canto alla formazione sia dei bibliotecari che degli utenti.

È stato organizzato a questo scopo nel giugno scorso il corso di formazione *L'utente indipendente*, con l'obiettivo di contribuire a far acquisire ai bibliotecari dell'ateneo le competenze necessarie all'organizzazione dell'attività formativa nelle biblioteche, così da rendere i propri utenti *indipendenti* rispetto alla capacità di reperire ed utilizzare l'informazione.

Nelle biblioteche vengono organizzati cicli di incontri per l'istruzione all'uso dei servizi e corsi di formazione per acquisire le strategie ed i metodi della ricerca e dell'utilizzo dell'informazione.

Un obiettivo strategico da raggiungere, che renderebbe automaticamente più efficaci le iniziative di marketing e comunicazione delle biblioteche determinando un *reale* ed ineludibile bisogno degli utenti, è l'integrazione dell'attività didattica delle biblioteche con i corsi universitari

L'attività didattica delle biblioteche può far acquisire agli studenti le *information skills* necessarie per accedere all'informazione ed utilizzarla in modo critico ed autonomo, svolgere l'attività di studio e di ricerca e diventare cittadini della società dell'informazione. Ma partecipare a questa attività didattica deve tradursi per loro in crediti formativi, perché si produca il *circolo virtuoso* che li induce a frequentare la biblioteca. ■

#### Note

<sup>1</sup> FIAMMETTA MAMOLI, *La gestione consapevole della biblioteca come progetto riorganizzativo del sistema bibliotecario dell'Università di Parma*, XLV Congresso nazionale AIB Roma, 16-19 maggio 1999; UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA, *Progetto di gestione*

*consapevole del sistema biblioteca*, a cura di F. Mamoli, Parma, ottobre 1998.

<sup>2</sup> UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA, *Un questionario per l'utenza: la percezione della qualità*, a cura di F. Tedeschi, Parma, marzo 2000.

<sup>3</sup> FIAMMETTA MAMOLI, *Prime valutazioni per una gestione consapevole del sistema biblioteca*, Parma, gennaio 1999.

<sup>4</sup> *L'università in cifre 1999/2000*, Università degli studi di Parma, Parma, maggio 2000.

<sup>5</sup> Si tratta dei tre livelli di bisogno degli utenti delle biblioteche, così ben descritti da Di Domenico e Rosco: il primo livello è la necessità di trovare un'informazione specifica; il secondo livello è il *problem solving*, in cui la biblioteca deve essere in grado di fornire una consulenza; il terzo livello è il *problem setting*, quando l'esigenza di informazione non è strutturata e la biblioteca deve essere in grado di orientare l'utente, fornirgli supporto e strumenti per poter arrivare al *problem solving* e quindi reperire l'informazione utile (GIOVANNI DI DOMENICO – MICHELE ROSCO, *Comunicazione e marketing della biblioteca. La prospettiva del cambiamento per la gestione efficace dei servizi*, Milano, Editrice Bibliografica, 1998, p. 30-31).

<sup>6</sup> GIOVANNI SOLIMINE, *Introduzione allo studio della biblioteconomia. Riflessioni e documenti*, Manziana, Vecchiarelli, 1995, p. 266.

<sup>7</sup> GIOVANNI DI DOMENICO – MICHELE ROSCO, *Comunicazione e marketing della biblioteca...*, cit. Milano, Editrice Bibliografica, 1998, p. 51.

<sup>8</sup> I "cinque obiettivi per la comunicazione esplicita della biblioteca" sono alle p. 66-71 di *Comunicazione e marketing della biblioteca...*, cit.

<sup>9</sup> *Comunicazione e marketing della biblioteca...*, cit., p. 54.

<sup>10</sup> GIOVANNI SOLIMINE, *Sul concetto di biblioteca amichevole*, in *La biblioteca amichevole*, a cura di Ornella Foglieni, Milano, Editrice Bibliografica, 2000, p. 28.

<sup>11</sup> *Breve guida alle biblioteche*, Università degli studi di Parma, Parma, gennaio 2000.

<sup>12</sup> Vedi *Comunicazione e marketing della biblioteca...*, cit., p. 66-71.

<sup>13</sup> A. M. TAMMARO, *Apprendere ad apprendere*, "Biblioteche oggi", 17 (1999), 10, p. 46-52.