
Parole importanti

Man mano che il percorso di progettazione procedeva, è stato spesso necessario rivedere alcune convinzioni iniziali relative sia alla quantità del patrimonio e alla sua collocazione che all'identità dei singoli servizi che cambiava tanto più quanto cresceva la necessità della loro integrazione.

Progettando, abbiamo incontrato alcune parole ricorrenti, sulle quali siamo stati costretti a soffermarci, a riflettere per modificare le modalità di proposizione dei servizi e i nostri atteggiamenti nei confronti degli utenti. Eccone alcune.

Multiplo come luogo di *successo*

Successo è una parola poco usata dagli operatori della cultura, sulla quale abbiamo necessità di approfondire. Su questo tema sono state importanti alcune letture tratte dall'economia. Negli ultimi dieci anni abbiamo imparato moltissimo osservando le modalità di vendita e di collocazione dei prodotti nei supermercati e abbiamo cercato di rendere più visibili, più accattivanti i nostri documenti ponendoli quando possibile di piatto, utilizzando soprattutto i ripiani "ad altezza occhi" e rinunciando a posizionamenti troppo alti o troppo bassi. Oggi è possibile fare un passo avanti nella riflessione analizzando i nuovi meccanismi del mercato. Gli economisti e gli esperti di marketing ci insegnano che l'economia delle merci si è rapidamente trasformata in economia dei servizi, poi in economia delle esperienze e che oggi la centralità dello scambio commerciale non sta nella merce ma nel cliente, nella relazione fra cliente e fornitore. Per vendere con successo i beni di consumo non è più sufficiente la produzione di beni e servizi, sono le esperienze offerte al cliente che costituiscono il valore che il cliente dà al prodotto. Il consumatore

per essere soddisfatto deve essere impegnato, affascinato nell'atto del consumo. Se è vero che la domanda non è più centrata sul consumo del bene, ma sul coinvolgimento nel consumo del bene, l'acquisto deve diventare un evento che appaga, in modo tale da produrre un ricordo positivo nel cliente che a sua volta produce desiderio, necessità di reiterare quella esperienza.

Per lasciare un segno nella memoria e affiliare il cliente occorre quindi personalizzare al massimo l'offerta, differenziandola e individualizzandola. Occorre emozionare, creare aspettative.

Le componenti sensoriali ed emotive, oltre a quelle cognitive e razionali, sono ormai centrali ai fini del progetto e della commerciabilità di un prodotto.

Pine e Gilmore,¹ padri della cosiddetta economia delle esperienze, affermano che "le opere d'arte, il cinema, la letteratura, lo sport, il cibo sono in grado di stimolare intensamente il consumatore, si tratta di settori in cui i beni evocano fantasie complesse e soddisfano bisogni profondi e che, in ragione di queste caratteristiche, sono apprezzati per ciò che generano e non come mezzo per raggiungere altri fini".

Per noi, che non vendiamo beni di consumo, ma offriamo gratuitamente e diffondiamo beni culturali, ci pare che l'insegnamento possa essere: non solo offerta di documenti, non solo servizi quotidiani di qualità, ma anche esperienze che soddisfino, coinvolgano, lascino curiosità insoddisfatte, diventino memorabili e che aumentino le capacità individuali e collettive.

Multiplo come luogo non di consumo ma di sperimentazione, di esperienza, di diretta partecipazione alle attività

Ci siamo convinti che il Multiplo dovrà essere un luogo dove siano sempre abbinati il sapere con il fare, il conoscere con il creare, dove l'acquisizione di nuove competenze e capacità sia al centro delle offerte. La centralità dunque si sposta dal servizio alla soddisfazione dell'utente, perché l'utente non ha solo esigenza di reperire l'informazione o il documento, ma vuole partecipare, attivare una relazione, ricevere una risposta personalizzata, scegliere attività che prevedano un prodotto finale, una creazione artistica, un manufatto da portare con sé, un ricordo dell'esperienza fatta, della nuova capacità acquisita.

Amartya Sen, filosofo ed economista indiano premio Nobel per l'economia, partendo da un esame critico dell'economia del benessere, afferma che le società contemporanee sono afflitte da un eccesso di risorse

destinate a fenomeni di comfort (atteggiamento passivo del consumatore) a scapito di una più adeguata destinazione di risorse a fonti di stimolo e di felicità. Afferma inoltre che l'investimento in attività culturali sta alla base di un effettivo sviluppo economico e che le società che investono sull'acquisizione di nuove competenze sono le società più competitive sul fronte dell'innovazione.²

L'anno scorso la Gran Bretagna ha deciso che per misurare il progresso economico del paese è necessario creare un nuovo indice statistico che identifichi il livello di soddisfazione della popolazione da aggiungere all'indice del PIL. Come a dire che se la popolazione è soddisfatta della propria vita il paese progredirà anche economicamente. Non a caso questo indice è stato subito definito come l'indice di felicità di un popolo.

Tenere a mente e utilizzare queste riflessioni sui meccanismi dell'economia e del mercato durante la progettazione di nuovi servizi culturali può essere molto stimolante, molto produttivo.

Anche il ruolo e l'importanza del volontariato nel Multiplo sono connessi alla centralità della parola esperienza nei nostri servizi. Le forme di collaborazione con volontari singoli e associati riguardano numerose attività integrative e complementari, ampliando gli ambiti che comprendevano già attività di supporto nel trattamento e ricollocazione dei documenti, letture pubbliche rivolte alla cittadinanza, raccolta di testimonianze orali e documentazione fotografica nelle famiglie, allestimento di mostre, ricerche di archivio in vista di pubblicazione di volumi.

Ci interessa in particolar modo proporre esperienze di volontariato inteso come contributo delle proprie competenze, motivando gli utenti a mettere a disposizione il loro sapere e le loro capacità, facendoli sentire partecipi al progetto di servizio, protagonisti della qualità dei servizi offerti. La visita a Londra agli Idea Store ci ha suggerito un servizio, molto simile alla banca del tempo, che consiste nel mettere semplicemente a disposizione una bacheca dove chiunque abbia una conoscenza sia teorica che pratica può prenotarsi per regalare qualche ora del suo tempo a un altro utente che volesse imparare. Il servizio mette solo in contatto insegnante e studente e rende disponibile lo spazio per le più svariate lezioni, dall'insegnamento di una lingua straniera alla tecnica dell'intarsio, dalla lettura ad alta voce al ricamo, dalla redazione di un curriculum all'arte del massaggio. Quindi, non volontariato inteso come soluzione precaria alla carenza di personale, ma come risorsa, protago-

nismo, senso di appartenenza alla comunità, contributo di competenze e di saperi, partecipazione ad elevare la qualità del servizio. Volontariato inteso come alleanza fra cittadini e istituzione.

Multiplo come luogo *necessario perché le parole, la musica, l'arte, il gioco sono necessari alla nostra vita quanto il cibo, i vestiti, la casa*

Ancora una volta sono gli economisti a insegnarci che per stare bene gli esseri umani cercano attività con un senso, azioni interessanti che li motivino a investire energie per perseguire i propri obiettivi.

I servizi culturali di base sono necessari alla vita in quanto possono accrescere senso e benessere alla nostra quotidianità.

Multiplo come luogo dove poter stare a proprio agio

Chi entra deve sentirsi accolto immediatamente, anche solo come semplice ospite. Multiplo è un luogo dove poter dare appuntamento a un amico, dove andare semplicemente per passeggiare nel parco, un luogo che non fa soggezione, che non impone regole. Un luogo che può anche, ma non necessariamente, suscitare la curiosità di utilizzare i servizi, le opportunità. Un luogo che pone al centro il cittadino e non il documento, la libertà di utilizzo e non le regole.

Multiplo come luogo di offerte *multiple e integrate*

Moltelicità intesa come ricchezza, come stimolo a servizi in continua evoluzione quindi flessibili, in grado di stupire, di incuriosire.

Multiplo come luogo per la comunità

Non è sufficiente aprire una biblioteca, il valore sociale c'è solo quando tanti cittadini ne usufruiscono, quando la biblioteca diventa una risorsa per la comunità e per il territorio.

Multiplo come luogo di *identità e di memorie*

Identità e memorie: entrambe necessariamente plurali.

Multiplo come luogo *utile, che fa risparmiare tempo*

L'utente ha l'esigenza di arrivare all'informazione che cerca nel più breve tempo possibile e deve sapere che in quel servizio risparmia tempo, trova un aiuto, trova il bibliotecario che media fra le sue esigenze informative e l'enormità delle informazioni proposte oggi dai media, selezionandole e proponendogli una o più risposte. Multiplo è un luogo utile in quanto ci sono persone che lo frequentano, fra l'altro, anche per perdere meno tempo a soddisfare un bisogno.

Ci siamo infine scontrati con la parola *modello* e abbiamo concluso che il Multiplo non è e non vuole essere un modello, ma semplicemente il servizio adatto, giusto non per una qualunque collettività, ma proprio per questo territorio, per questa comunità. Il Multiplo è pensato e progettato per Cavriago e i suoi servizi si modificheranno nel tempo insieme ai cambiamenti demografici, economici, sociali che in questo contesto si produrranno. Non abbiamo modelli da offrire, ma solo pensieri da confrontare, perché ogni comunità è responsabile della biblioteca che fa.

LETIZIA VALLI

Responsabile del Settore cultura
del Comune di Cavriago

¹ B.J. PINE - J.H. GILMORE, *L'economia delle esperienze*, Milano, Etas, 2000. Sul tema vedi anche: *L'arte dello spettatore. Il pubblico della cultura tra bisogni, consumi e tendenze*, a cura di Francesco De Biase, Milano, Franco Angeli, 2008.

² Oltre alle opere di Amartya Sen, vedi anche: D. KAHNEMAN, *Economia della felicità*, Milano, Il Sole 24 ore libri, 2007 e *Teoria economica e relazioni interpersonali*, a cura di Pier Luigi Sacco e Stefano Zamagni, Bologna, Il Mulino, 2006.

ABSTRACT

A series of articles describe Multiplo, the new public library of Cavriago, a small town close to Reggio Emilia, covering in detail all its aspects.

The basic concept of Multiplo consists in mixing documents (books, periodicals, cd, dvd) with games, videogames and artworks ("Artoteca" is a special service that lends paintings).

Multiplo is conceived as a "culture center", that provides not only the "traditional" library services, but also many other cultural services and opportunities: courses, workshop activities, events, meetings etc. Overall, Multiplo will be a public place where all citizens could study, learn, get informed, meet, spend pleasantly their leisure time.