



Città di Imola



Il gradimento delle iniziative delle biblioteche di Imola

un'indagine di *customer satisfaction*

La predisposizione e somministrazione del questionario, la raccolta dei questionari compilati, l'elaborazione dei dati e la stesura di un report finale costituiscono l'obiettivo di PEG 71 2022_03 denominato "Qualità dei servizi. Indagine di customer satisfaction sulla fruizione delle proposte culturali in biblioteca".

*Report a cura di Paola Cardace e Roberta Turrichia
Inserimento dati Aniello Di Sevo*

Comune di Imola
Servizio Biblioteche e Archivi
Responsabile del servizio Silvia Mirri

Dicembre 2022

Osservazioni conclusive

I questionari raccolti e utili per l'indagine sono 503, di cui 414 restituiti da parte di fruitori delle iniziative proposte dalla sede BIM di via Emilia 80, pari all'82,3% dei rispondenti totali.

La somministrazione dei questionari è risultata più sistematica in BIM, rispetto alle altre sedi, e il numero di eventi proposti (25 su 49 totali) significativamente incisivo.

Per questi motivi la prevalenza di risposte raccolte presso questa sede, nel corso di 25 eventi offerti al pubblico, influenza i risultati dell'indagine e le osservazioni conclusive pertanto riflettono maggiormente il profilo dei partecipanti alle attività della BIM, costituito in prevalenza da un pubblico adulto di età compreso tra i 41 e i 95 anni, residente nel Comune di Imola, fidelizzato rispetto all'uso della biblioteca, che si potrebbe pertanto definire un "affetto stabile".

Riguardo al gradimento in generale dei servizi, emerge un giudizio ampiamente positivo, espresso tramite la valutazione qualitativa "Molto" e "Moltissimo", cui fanno riferimento, rispettivamente, il 58,09% e il 30,60% delle risposte.

Riguardo al gradimento dell'iniziativa appena seguita, anche in questo caso le risposte riscontrano un forte gradimento con valutazioni qualitative come "Molto" e "Moltissimo" che raccolgono rispettivamente il 46,6% e il 40% delle risposte.

Delle iniziative seguite si apprezzano i contenuti (30,5 % delle risposte) e, subito a seguire, l'accoglienza, la competenza e la gentilezza degli addetti (24,8% delle risposte).

Le location risultano adeguate e il 18% del totale (su 503 rispondenti) considera lo spazio come il terzo elemento di apprezzamento delle iniziative.

Tra i veicoli di comunicazione dell'iniziativa seguita, si segnala che il *referral marketing* risulta al primo posto con una percentuale pari al 24% del totale dei rispondenti (503 rispondenti), i quali hanno ricevuto notizia dell'evento di interesse tramite amici e conoscenti.

Al secondo posto risultano i volantini pubblicitari (quindi i supporti cartacei) e, a seguire, Internet e la pubblicità su telegiornali e giornali.

Tuttavia, alla domanda a risposta aperta relativa alla tipologia di canali di informazione di cui si vorrebbe fruire per apprendere le notizie degli eventi in corso, la maggior occorrenza lessicale risulta per newsletter, mail e sito, pertanto il suggerimento operativo che scaturisce dalle informazioni raccolte è non solo la cura della comunicazione digitale ma, più in generale, un approccio multicanale alla comunicazione.

Sono 433 coloro che dichiarano le loro aspettative sulla programmazione futura, spuntando anche più voci a risposta chiusa per un totale di 1.010 risposte.

Il 27% delle risposte indica come prima scelta gli incontri con l'autore (a conferma della salute dell'attuale offerta) e il 20,6% indica le conferenze su temi di attualità, a supporto della necessità di formazione per tutto l'arco della vita e della mission formativa delle biblioteche.

Al terzo posto, con il 10,3% di risposte sono segnalate attività sulle lingue straniere.

Solo il 4% sottolinea la necessità di alfabetizzazione digitale, dato che sarebbe utile indagare per valutare se si tratti di un pubblico già esperto oppure estraneo a queste tematiche, non sentite come necessarie, oppure che non percepisce la biblioteca come luogo di apprendimento digitale.

Le informazioni raccolte possono supportare la futura programmazione, orientandola sugli effettivi bisogni dei fruitori. Da un lato si conferma la valutazione positiva dei format tradizionali legati alla presentazione di libri e di autori, dall'altro emerge la richiesta di una biblioteca educatrice e

facilitatrice che sviluppi istruzione di qualità, trattando maggiormente temi di interesse corrente e di attualità, in sintonia coi processi di *lifelong learning*.

Da soppesare anche l'esigenza di conversare o imparare le lingue in biblioteca, attuando percorsi e occasioni di incontro che potrebbero anche essere sostenuti con l'aiuto di istituti o associazioni locali.

Nella “nuvola di parole” che emerge dal complesso dei commenti scaturiti dall'ultima domanda *Quale è la tua idea di biblioteca? Cosa vorresti trovare?*, le risposte, molto varie, si polarizzano attorno ad alcuni temi principali, la biblioteca come punto di riferimento importante per la crescita culturale grazie ai libri in essa conservati e la possibilità di prenderli a prestito, e la biblioteca come luogo di aggregazione sociale e di sviluppo culturale e creativo in senso più ampio, rivolto alle persone di tutte le età.