Candidato:	
Nome	Cognome

## DOMANDA N. 6

## "Conoscere il pubblico"

La conoscenza del pubblico sta diventando un tema sempre più importante per chi si occupa di musei (chi ci lavora, chi li studia, chi li finanzia). Per definire, precisare o adattare un progetto culturale – che si tratti dell'allestimento della collezione permanente, di una mostra temporanea, di un progetto educativo – sempre di più diventa necessario sviluppare una "politica del pubblico" coerente con tale progetto. Qualsiasi "politica del pubblico" non può prescindere e soprattutto non può non partire dalla conoscenza dei pubblici stessi (reali e potenziali).

Lo studio dei pubblici permette di individuare con più efficacia e maggiore cognizione di causa i mezzi attraverso i quali si può ottimizzare l'offerta, la si può "mettere in valore", la si può presentare e rendere leggibile e attraente ai diversi tipi di visitatori (Tobelem, 2004). Il processo di messa in valore si può declinare in nuovi approcci museografici, in programmi educativi, in scelte di comunicazione, nell'offerta di nuovi servizi. (omissis).

La conoscenza del pubblico può aiutare le organizzazioni museali sia sul versante della strategia e delle decisioni a medio-lungo termine sia su quello strettamente operativo. Anche se la ricerca normalmente viene promossa e sostenuta da un'area o da un singola funzione del museo (generalmente la direzione, oppure il marketing o la didattica), le informazioni che si ricavano possono (e anzi dovrebbero) essere utilizzate su più fronti (la conoscenza del fabbisogno conoscitivo dell'utenza è informazione utile alla didattica, ai curatori, ai responsabili del marketing) e a diversi livelli (linee guida per la pianificazione strategica, materiale ad uso degli sponsor e degli stakeholder, strumento di lavoro per il marketing e l'apparato educativo).

Non si tratta solo di rispondere ad un principio di ottimizzazione delle risorse (e le informazioni che si traducono in conoscenza rientrano tra le risorse più preziose), quanto di invogliare la struttura ad assumere un atteggiamento di condivisione degli scenari, delle opportunità e dei vincoli."

(DA: Alessandro Bollo (2004), Il museo e la conoscenza del pubblico: gli studi sui visitatori, Seminario IBC Regione Emilia Romagna, online, pp. 5-6)

Il candidato estrapoli dal testo citato i ragionamenti e i concetti richiamati dalle discipline estimative

(domanda e offerta, teorie del valore) e valutative (valutazione e gestione) e commenti gli aspetti di valore connessi alla conoscenza dei pubblici e al nodo gestionale. Utile un richiamo al caso in esame.		

Candidato:	
Nome	. Cognome