

La mappa degli stakeholder: uno strumento fondamentale per la definizione delle strategie

Francesca Monza - Antonietta Di Fabrizio - Alessia Fazio - Maria Del Cimmuto

Museo Universitario di Chieti, Università degli Studi G. D'Annunzio di Chieti-Pescara, Piazza Trento e Trieste, 1. I-66100 Chieti.
 E-mail: mssb@unich.it

RIASSUNTO

Dal 2006 il Museo Universitario di Chieti pubblica una Relazione Annuale, che negli ultimi anni (2015, 2016, 2017) ha preso un indirizzo e una forma sempre più improntati alla reportistica sociale. Una delle novità sostanziali è stata l'introduzione della stakeholder analysis e della relativa mappa dei portatori d'interesse. La mappatura degli stakeholder, nell'ambito della reportistica sociale, svolge un ruolo fondamentale poiché rappresenta graficamente e in forma sintetica il quadro degli interlocutori del museo: le istituzioni, i gruppi, le organizzazioni che influiscono direttamente sulle attività o che ne subiscono gli effetti. La mappa per il Museo Universitario svolge oggi una funzione chiave nell'individuare in modo dettagliato quali siano gli interlocutori prioritari con cui avviare percorsi di engagement, di relazione e collaborazione in tutti i vari ambiti della vita del museo, dalla comunicazione alla realizzazione di progetti di ricerca.

Parole chiave:

stakeholder analysis, mappa degli stakeholder, reportistica sociale, engagement.

ABSTRACT

The stakeholder map: a fundamental tool for defining museum strategies

Since 2006, the University Museum of Chieti publishes an Annual Report, which in recent years (2015, 2016, 2017) has taken the editorial form of Social Report. One of the substantial innovations was the introduction of stakeholder analysis and the related map of stakeholders. The mapping of stakeholders, in the context of social reporting, plays a fundamental role because it graphically represents, in a synthetic way, all the museum's interlocutors: institutions, groups and organizations that directly or indirectly influence the activities or suffer their effects. The map for the University Museum today plays a fundamental role in identifying the priority interlocutors with which to engage, build a relationship and collaboration in all areas of the museum's life, from communication to the realization of research projects.

Key words:

stakeholder analysis, stakeholder Map, social report, engage.

PREMESSA

Dal 2006 il Museo Universitario di Chieti pubblica una Relazione Annuale, che negli ultimi anni (Di Fabrizio et al., 2015, 2016, 2017) ha preso un indirizzo e una forma sempre più improntate alla reportistica sociale. Una delle novità sostanziali è stata l'introduzione della stakeholder analysis e della relativa sintesi grafica nella mappa dei portatori d'interesse (mappa degli stakeholder) (fig. 1). La mappa degli stakeholder è contestualizzata nell'ambito della Relazione Annuale, la quale è ispirata alle linee guida europee in materia di reportistica sociale (v. sito web 1). Il documento serve a dare testimonianza e a fotografare l'andamento annuale del Museo: dalla definizione e dichiarazione dell'identità e della missione, alla situazione della governance, alla quantificazione del patrimonio e delle risorse, alle attività del Museo, agli eventi organizzati, alle modalità di comunicazione dell'istituzione, all'analisi e valutazione dei dati e delle statistiche dei visitatori e dei fruitori nel corso dell'an-

no. Il testo si conclude con una riflessione sul pregresso e con una dichiarazione in merito agli obiettivi da raggiungere per l'anno successivo.

GLI STAKEHOLDER

Si definiscono stakeholder tutti coloro che hanno interessi nell'attività di un'organizzazione o di una società, ne influenzano le decisioni o ne sono condizionati sia in maniera diretta sia in modo indiretto. Conoscerli, identificarli e definire con chiarezza il peso e la tipologia di relazioni che intrecciano con il museo è il punto di partenza per una buona strategia, che si tratti sia della definizione del piano di comunicazione, sia della presentazione di un progetto di ricerca (Bryson, 1995). Sono numerosi i gruppi di stakeholder che afferiscono al Museo Universitario come quello di Chieti, realtà che si distingue per la sua sede, collocata nel centro città, con spazi multifunzionali, fulcro di numerose

attività, e per la sua collezione scientifica multidisciplinare che non trova altre corrispondenze nel territorio regionale abruzzese.

LA MAPPA

La mappatura degli stakeholder, nell'ambito della reportistica sociale, svolge un ruolo fondamentale poiché rappresenta graficamente in forma sintetica il quadro degli interlocutori del museo: le istituzioni, i gruppi, le organizzazioni che influiscono direttamente sulle attività o che ne subiscono direttamente o indirettamente gli effetti. Gli stakeholder si dividono in due categorie principali – interni ed esterni – e la suddivisione può essere approfondita individuando ulteriori livelli in base alla tipologia di relazione che intercorre tra loro e il museo. La relazione, nel caso del Museo di Chieti, è stata stabilita in: assente, media e forte; diretta e indiretta.

La mappa è costituita da un documento visivo che si basa – nel caso del Museo Universitario – sul modello a raggiera (hub & spoke) al cui centro si trova il Museo e attorno si distribuiscono le realtà interessate in base alla tipologia di relazione. La mappa è accompagnata da un testo descrittivo di approfondimento sui singoli interlocutori e deve essere verificata e aggiornata annualmente. Le relazioni sono espresse visivamente con linee, colori e forme a seconda delle diverse forze del legame (Freeman, 1984).

Come rappresentato nella mappa, i portatori di interesse del Museo sono riportati nel seguito, divisi tra stakeholder interni ed esterni.

Stakeholder interni

- L'Università di Chieti, l'ente a cui appartiene il Museo, che attraverso i fondi di dipartimento e l'assegnazione di personale ne consente l'attività. Molte sono le aspettative da parte dell'Università, in particolare per il fondamentale contributo che può dare in termine di svolgimento della Terza Missione universitaria.
- Gli studenti universitari a cui il Museo può fornire una formazione specifica e qualificata, in particolare per quanto riguarda gli aspetti di applicazione pratica delle loro conoscenze in settori quali l'antropologia fisica, i beni culturali, la storia della medicina.
- Il personale dipendente dell'Università in cui sono compresi i docenti, i ricercatori, gli assegnisti di ricerca, i colleghi dell'area informatica, i docenti e i ricercatori di vari ambiti disciplinari che collaborano a vario titolo alle attività del Museo e ne rendono possibili i risultati.

Stakeholder esterni in relazione diretta

- Il mondo della scuola, in particolare gli studenti della scuola dell'obbligo, a cui il Museo attraverso una sempre maggior offerta di iniziative è in grado di proporre progetti, esperienze e attività didattiche che si integrano nel Piano dell'Offerta Formativa oltre alle esperienze di alternanza scuola-lavoro. Le scuole del territorio e gli istituti di formazione come il Seminario Regionale "San Pio X", il Liceo Statale "L. Gonzaga", il Liceo Classico "G.B. Vico" sono coinvolti con due diverse modalità, in qualità non solo di fruitori, ma anche di donatori. Hanno infatti

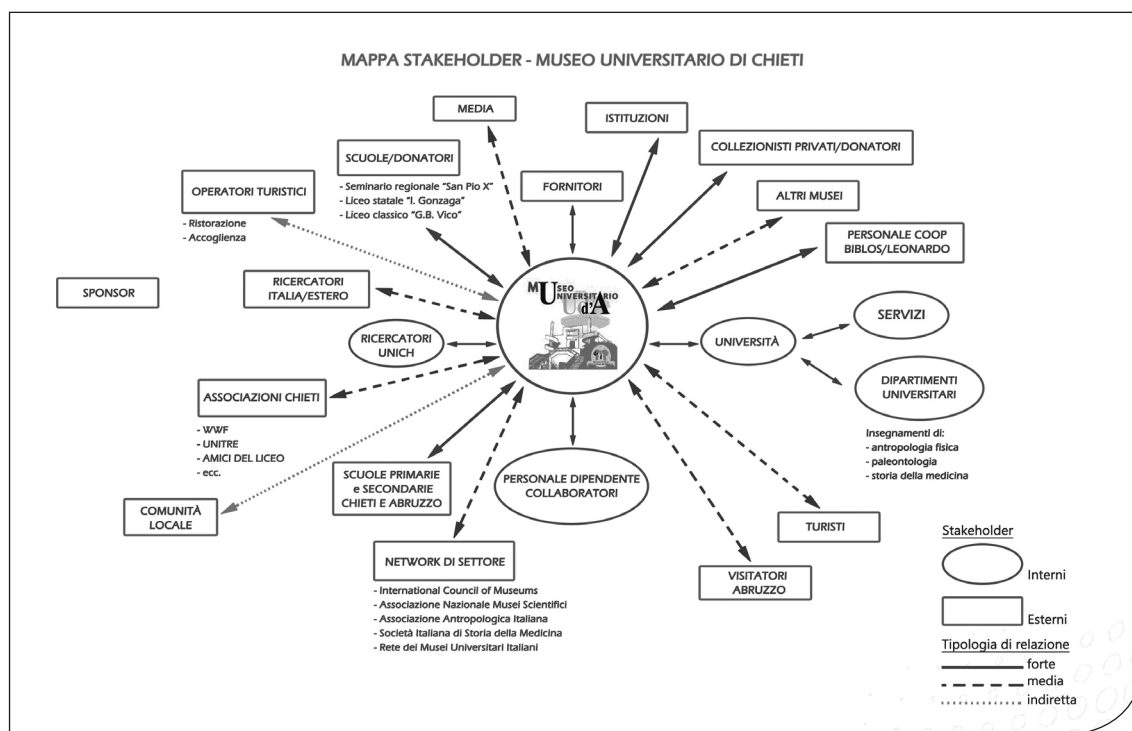


Fig. 1. Mappa degli stakeholder del Museo Universitario di Chieti.

in anni recenti donato le loro collezioni scientifiche storiche al Museo che si occupa della loro conservazione, valorizzazione e fruizione pubblica.

- I visitatori del Museo e delle mostre e i frequentatori degli eventi (conferenze, laboratori, concerti).
- I turisti, anche se presenti ancora in numero minore rispetto ai visitatori del territorio regionale. Incrementarne la presenza è uno degli obiettivi futuri del Museo.
- Le molte associazioni culturali, prevalentemente del territorio, che hanno stretto rapporti di collaborazione, con cui c'è un continuo dialogo e una disponibilità nell'organizzare insieme attività ed eventi di carattere culturale. Tra queste ricordiamo: UniTre, WWF, Associazione Noi del Vico, Rotary Club, Diritti Diretti, Cenacolo della Musica.
- Le istituzioni, come il Comune di Chieti, la Provincia, la Regione, la Soprintendenza dei Beni Culturali e il Ministero dei Beni Culturali, con cui c'è un continuo e proficuo legame, in parte codificato da protocolli di intesa e da accordi.
- I fornitori del Museo, tra cui in particolare la cooperativa Biblos, che grazie ai suoi operatori competenti consente l'apertura e la custodia del Museo, e la Cooperativa Leonardo, essenziale per le competenze del suo personale ai fini dell'organizzazione, dello svolgimento dell'attività didattica, di catalogazione e di comunicazione.
- I ricercatori e gli studiosi di altri atenei, sia italiani sia stranieri, che al Museo trovano materiale, strumenti e competenze che permettono di svolgere la loro attività di studio e ricerca.
- I collezionisti privati, come Alfredo Paglione, i coniugi Helen e Paul Critchley, gli eredi di Vincenzo Grilli, che hanno donato le loro raccolte e che sono interessati alla loro corretta fruizione e valorizzazione pubblica;
- Le associazioni di settore di cui il Museo fa parte come istituzione, quali l'International Council of Museums, l'Associazione Nazionale Musei Scientifici, l'Associazione Antropologica Italiana, la Società Italiana di Storia della Medicina.
- I media, sia tradizionali (la stampa locale e nazionale), sia online (testate online, siti e blog) che se pur in modo discontinuo si occupano dell'attività, delle iniziative e della vita del Museo.
- Gli sponsor, tra gli stakeholder sono individuati anche gli sponsor, di cui attualmente il Museo non si avvale e con cui quindi la relazione risulta assente; ma al proposito si sta ragionando per una possibilità di coinvolgimento.

Stakeholder esterni in relazione indiretta

- La comunità locale, che comprende non solo i fruitori di cultura in senso tradizionale, ma tutte le categorie del territorio – bambini, giovani, anziani, famiglia – che si avvantaggiano indirettamente delle ricadute positive per l'attività del Museo e per l'incremento

dell'offerta culturale del territorio. Il Museo salvaguarda la storia della scienza e della cultura locale e amplifica positivamente la presenza dell'Ateneo e delle competenze universitarie nei confronti della comunità locale.

- Gli operatori turistici del territorio che operano nel settore dell'accoglienza, della ristorazione e dei trasporti beneficiano indirettamente dell'attività svolta dal Museo come attrattore di scuole, di studiosi e di pubblico.

CONCLUSIONI

Mappare le relazioni che intercorrono tra i portatori d'interesse e descriverle visivamente può sembrare un'azione semplice, ma nella realtà è il primo passo, imprescindibile, per la programmazione dell'istituzione. Nella progettazione è necessario lavorare al fine di assicurare che siano compresi i punti di vista e i comportamenti di tutti gli stakeholder; influire sugli stakeholder perché si facciano sostenitori del lavoro del Museo ovunque sia possibile; infine cercare di massimizzare l'impatto degli stakeholder favorevoli e di minimizzare l'impatto degli stakeholder contrari. La mappa svolge, per il Museo Universitario, una funzione fondamentale nell'individuare in modo dettagliato quali siano gli interlocutori prioritari con cui avviare percorsi di engagement, di relazione, collaborazione in tutti i vari ambiti della vita del Museo. In particolare ha permesso di progettare la strategia per avviare un dialogo e un confronto proattivo, migliorare le relazioni con gli stakeholder con un legame debole, se non assente, ottenere un consenso e una condivisione maggiore dei valori che il Museo intende trasmettere e degli obiettivi che si prefigge di raggiungere nei confronti dei differenti pubblici.

BIBLIOGRAFIA

- BRYSON J., 1995. *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations*. Jossey-Bass, San Francisco (CA).
- DI FABRIZIO A., FAZIO A., MONZA F. (a cura di), 2015. *Museo Universitario di Chieti. Rapporto annuale 2015 – Esercizio XXI*. Chieti.
- DI FABRIZIO A., FAZIO A., MONZA F. (a cura di), 2016. *Museo Universitario di Chieti. Rapporto annuale 2016 – Esercizio XXII*. Chieti.
- DI FABRIZIO A., FAZIO A., MONZA F. (a cura di), 2017. *Museo Universitario di Chieti. Rapporto annuale 2017 – Esercizio XXIII*. Chieti.
- FREEMAN E., 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press, New York.

Siti web (ultimo accesso 10.03.2018)

- 1) https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/methodology-aid-delivery-methods-project-cycle-management-200403_en_2.pdf