

VMS  
AMS

Verband der Museen der Schweiz  
Association des musées suisses  
Associazione dei musei svizzeri



## Visitatori al museo

Un vademecum letterario



## Bibliografia

### Strumenti di approfondimento

Marie-Odile de Bary, Jean-Michel Tobelem (a cura di): Manuel de muséographie. Petit guide à l'usage des responsables de musée. Chapitre VI: Public et communication Biarritz (Seguier), 2003

Pascal Gautier (in collaborazione con Jean-Marc Richet e Christian Assante Di Panzillo) (a cura di): L'accueil et la visite dans les musées. Les références de la qualité, Paris (AFIT), 1998

Bernd Günter, Hartmut John (a cura di): Besucher zu Stammgästen machen! Neue und kreative Wege zur Besucherbindung, Bielefeld (Transcript), 2000

ICOM Schweiz (a cura di): Aufsicht im Museum, Zürich [ICOM], 2004

Hartmut John [et al.] (a cura di): Museen und Tourismus. Wie man Tourismusmarketing wirkungsvoll in die Museumsarbeit integriert. Ein Handbuch, Bielefeld (Transcript), 2010

Vicky Woollard, Accueil des visiteurs, in: Comment gérer un musée: manuel pratique, Paris (UNESCO/ICOM), 2007

### Ricerche sul pubblico

Monika Bandi (a cura di): Kunstmuseen und Tourismus. Eine Marktsegmentierung der Museumstouristen, (Berner Studien zu Freizeit und Tourismus, 47), Bern (Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus), 2007

Beatrix Commandeur, Dorothee Dennert (a cura di): Event zieht – Inhalt bindet. Besucherorientierung von Museen auf neuen Wegen, Bielefeld (Transcript), 2004

Eva M. Reussner (a cura di): Publikumsforschung für Museen. Internationale Erfolgsbeispiele, (Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement), Bielefeld (Transcript), 2010

### Musei e letteratura

Walter Grasskamp (a cura di): Sonderbare Museumsbesuche. Von Goethe bis Gernhardt, München (Beck), 2006

Joachim Rönneper (a cura di): Die Welt der Museen. Literarische Besuche in den Museen der Welt, Frankfurt am Main/Leipzig (Insel), 1993

Christoph Stölzl (a cura di): Menschen im Museum. Eine Sammlung von Geschichten und Bildern, Berlin (Deutsches Historisches Museum), 1997

La presente pubblicazione beneficia del sostegno dell'Ufficio federale della cultura, dell'Accademia svizzera di scienze umane e sociali e della Federazione svizzera del turismo.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Dipartimento federale dell'interno DFI  
Ufficio federale della cultura UFC

Schweizerische Akademie der Geistes- und Sozialwissenschaften  
Académie suisse des sciences humaines et sociales  
Accademia svizzera di scienze umane e sociali  
Accademia svizra da ciencias morales e socialas  
Swiss Academy of Humanities and Social Sciences



STV FST

Schweizer Tourismus-Verband  
Fédération suisse du tourisme  
Federazione svizzera del turismo  
Federaziun svizra dal turissem

**Colophon** Concezione e scelta delle citazioni: Cornelia Meyer | Consulenza: Chantal Beck, Karin Kob, Martin Kluge, Stephan Kunz, Christian A. Meyer, Gianna A. Mina, Dominic Müller, Stephan Schneider | Traduzione: apostroph, Lucerna; Museo Vincenzo Vela, Ligornetto | Rilettura: Museo Vincenzo Vela, Gianna A. Mina, Anita Guglielmetti | Grafica: Martina Lauterbach | Direzione del progetto: David Vuillaume | © 2013 Associazione dei musei svizzeri AMS e Ufficio federale della cultura UFC | ISBN 978-3-906007-08-3 | Crediti fotografici – Copertina, pagine 2, 4, 7, 8, 12: Kunsthaus Zürich\* | Pagine 3, 5, 10: Museum Rietberg\*; verso, in basso: Musée d'art et d'histoire, Fribourg\* (\*fotografia: AMS, Heike Grasser); pagina 9: Museo alpino Svizzero, Berna (fotografia: Museo alpino Svizzero, Berna) | Al fine di agevolare la lettura viene utilizzata la forma maschile, che si intende tuttavia valida per entrambi i generi | Questa pubblicazione è disponibile in italiano, francese e tedesco.

**Fonti letterarie** Julian Barnes: Metroland, Zürich, 1980 © Editrice Haffmans | Georges Bataille: Museum, in Kritisches Wörterbuch (Musée, in Documents, n. 5, 1930, p. 300), Berlin, 2005 © Merve | Johann Wolfgang Goethe: Dalla mia vita. Poesia e verità (Dichtung und Wahrheit, 1813). Traduzione a cura di Alba Cori, Torino, 1957 © Unione Tipografica – Editrice Torinese | Hermann Hesse: Un uomo di nome Ziegler (Ein Mensch mit Namen Ziegler, 1957), in: Hermann Hesse: Leggende e fiabe, Traduzione di Francesco Saba Sordi, Milano, 2012 © Arnoldo Mondadori | Arthur Koestler: Buio a mezzogiorno (Darkness at Noon, 1940). Traduzione di Giorgio Monicelli, Milano, 1946 © Arnoldo Mondadori | Walker Percy: Der Idiot des Südens (The Last Gentleman, 1966), Frankfurt am Main, 1985 © Suhrkamp | Peter Sager: Alarmanlage auf zwei Beinen, in: ZEIT Magazin, n. 13, 1981 © Peter Sager | Georges Simenon: Die alten Zeiten sind nicht für alle gleich, in: Georges Simenon, Die Pfeife Kleopatras, Zurich, 1984 © Diogenes Verlag AG | Paul Valéry: Das Problem der Museen, in: Paul Valéry, Über Kunst. Deutsch von Carlo Schmid, Frankfurt am Main, 1959 © Suhrkamp | Edith Wharton: L'età dell'innocenza (The Age of Innocence, 1920). Traduzione di Alessandro Ceni, Milano, 2008 © RCS Libri | Christoph Wiedemann: Schampus aus dem Nachtopf, in: Süddeutsche Zeitung, 19.10.2011 © Süddeutsche Zeitung | Wilfried Wiegand: Das Ballett vergieblicher Gefühle. Gustave Moreau im Pariser Grand Palais, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 28.11.1998 © Wilfried Wiegand

## Musei e visitatori: l'importanza dell'accoglienza

In genere le visite ai musei sono eventi culturali scelti con cura, pianificati in anticipo e attesi con gioia. Spesso la visita a un'esposizione coinvolge tutta la famiglia oppure è organizzata da un gruppo di amici o di compagni di scuola. Il pubblico dei musei sceglie una mostra specifica fra quelle in corso, si prende il tempo necessario per prepararsi, compie un viaggio più o meno lungo e paga un biglietto d'ingresso. I visitatori desiderano che la loro scelta e l'impegno profuso in termini di tempo e di denaro siano ripagati con un'esposizione che li stimoli e li interessi; al contempo si aspettano di essere accolti da un'istituzione aperta e ospitale. Il pubblico vuole sentirsi benvenuto in un museo, in una collezione e in una sede espositiva, deve percepire che la sua visita è apprezzata.

In collaborazione con la Federazione svizzera del turismo, l'Associazione dei musei svizzeri AMS ha raccolto alcuni suggerimenti e spunti di riflessione che permettono di trasformare la visita in un evento piacevole, oltre che in un'esperienza appassionante che ogni visitatore ripeterà con gioia e non esiterà a raccomandare ad altri. Si tratta di criteri ideali, la cui adozione è auspicata nel limite delle dimensioni e delle possibilità di ciascun museo.

A fronte dell'ampia offerta presente nel settore, i musei dovrebbero garantire un'accoglienza di alta qualità, in grado di coniugare piacere estetico e approfondimento culturale.

Nella letteratura mondiale, anche prima di Goethe, sono ricorrenti le descrizioni di visite a esposizioni di vario genere. In occasione della sua prossima visita a un museo, le proponiamo di lasciarsi guidare (e sedurre) da questo vademecum, i cui assaggi letterari stimoleranno in lei la voglia di scoprire tutto quanto ruota attorno a una mostra. I brani qui riportati sono talvolta di tenore serio, mentre in altri casi hanno un tono più ammiccante e ironico; tutti sono però focalizzati sull'utente; attestano il genuino bisogno di cultura museale e il devoto attaccamento dei visitatori all'istituzione museo.



## Informazioni generali

*Poco dopo essersi trasferito nella nostra città, Ziegler decise, un giorno, di concedersi una piacevole domenica. Non aveva ancora fatto vere e proprie amicizie, e non aveva saputo decidersi a entrare a far parte di questa o quell'associazione. Forse era questa la sua disgrazia: non è bene che l'uomo sia solo. Non gli restava pertanto che interessarsi alle attrattive della città, sulle quali si informò coscienziosamente. E, dopo attento esame, si decise per il museo di storia e il giardino zoologico. Il mattino della domenica, l'ingresso al museo era gratuito e il giardino zoologico lo si poteva visitare il pomeriggio con modica spesa.*

Hermann Hesse, Un uomo di nome Ziegler (Ein Mensch mit Namen Ziegler, 1957), 2012

### Raggiungibilità

Orari di apertura (giorni festivi), prezzi di ingresso (riduzioni), planimetria, contatti (telefono con segreteria telefonica, indirizzo, e-mail, sito internet)

### Informazioni sull'esposizione

Temi e contenuti dell'esposizione, visite guidate, manifestazioni concomitanti (internet, volantini, opuscoli, stampa)

### Informazioni sul museo

Storia dell'edificio, collaboratori, possibilità di affittare le sale

### Pubblicità

Manifesti del museo e dell'esposizione, annunci pubblicitari, newsletter (online o cartacea)

### Contatti con i visitatori

Newsletter periodica (online o cartacea), bollettino, invio di cartoncini e volantini di invito, segnalazione delle visite guidate e delle manifestazioni organizzate in concomitanza e a margine, social media (Facebook, Twitter), adesioni al museo



## Come arrivare

*Un pomeriggio, dopo aver preso coscienza con irritazione di questa fastidiosa metamorfosi, andai al Musée Gustave Moreau. È un luogo poco accogliente nei pressi della Gare Saint-Lazare che, del tutto arbitrariamente, rimane chiuso un giorno più del dovuto nel bel mezzo della settimana (oltre che per l'intero mese di agosto); per questa ragione ha ancora meno visitatori di quanti si potrebbe pensare; di solito se ne sente parlare quando si visita Parigi per la terza volta, e la quarta si riesce ad andarci. È stipato fino al soffitto di dipinti e disegni; Moreau alla sua morte lo donò allo Stato e da allora è gestito di malavoglia. Era uno dei miei luoghi prediletti.*

Julian Barnes, *Metroland*, 1980

## Informazioni

Informazioni sulla raggiungibilità del museo, piantina (internet, volantino), collegamenti con i mezzi pubblici (indicazione della fermata), cartelli stradali che segnalano il museo





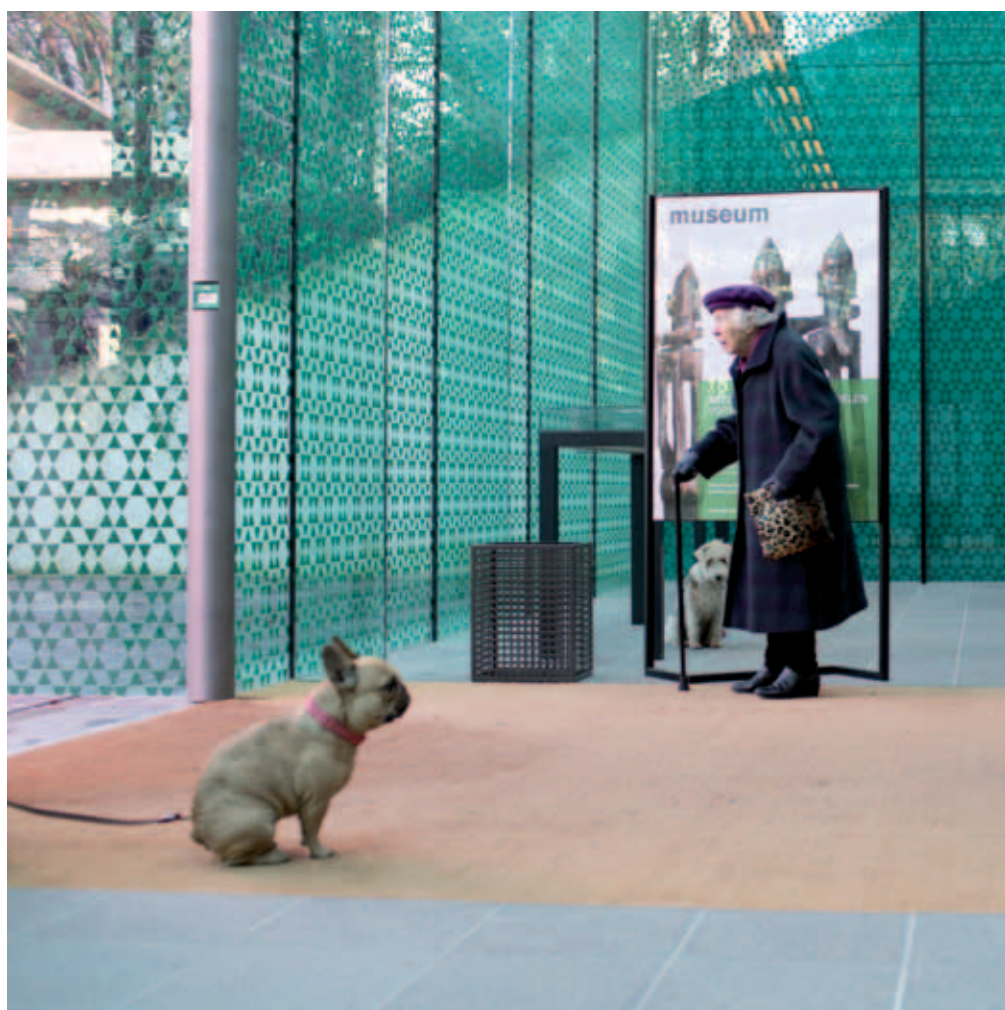
## Arrivo

*Un piovoso giovedì pomeriggio della settimana successiva gli capitò di trovarsi in una grande sala del Metropolitan Museum. [...] Dotato di un certo spirito indagatore, il giovane uomo si astrasse da sé stesso e si mise ad osservare il comportamento degli altri visitatori. Dalla sua postazione vantaggiosa, dietro una colonna, ebbe modo di notare come le persone che entravano fossero felici e sofferenti al contempo: sofferenti nella loro gioia. Erano serene, eppure la loro serenità aveva un che di sinistro. Entravano sorridenti, uscivano con gli occhi vitrei, e i dipinti vaporavano e raggrinzivano nelle loro cornici.*

Walker Percy, *The Last Gentleman*, 1966

### Accoglienza esterna

Cartelli dalla fermata dei mezzi pubblici e dal parcheggio fino al museo; edificio chiaramente segnalato e insegna riconoscibile del museo; accesso agibile ai disabili; portone di ingresso ben visibile e coperto; punto di incontro o luogo di raduno, all'ingresso indicazione degli orari di apertura, manifesti esterni e/o bandiera dell'esposizione



## Zona di ingresso

*Al „gardien“ in uniforme blu mostrai la mia tessera di studente, così come avevo già fatto in altre occasioni quella primavera. Non mi riconosceva mai e ogni volta ripeteva lo stesso rituale. Seduto alla scrivania, teneva nella destra una sigaretta, nascosta sotto il ripiano del tavolo, mentre davanti a sé aveva un giallo della „Série Noire“ che premeva con la sinistra. Tale appare la gerarchia delle trasgressioni burocratiche. Quando, nel sollevare lo sguardo, vedeva un cliente, con le ultime due dita della mano destra apriva il cassetto più in alto, depositava la cicca mezza spiaccicata, umida e ovale, in un posacenere, poi chiudeva il cassetto, voltava la „Série Noire“ con la copertina all'insù, appiattendone ulteriormente le pagine, afferrava il rotolo dei biglietti, borbottava „Nessuna riduzione“, staccava il biglietto, me l'allungava, prendeva i miei tre franchi, mi dava i cinquanta centesimi di resto, si riprendeva il mio biglietto, lo strappava, ne gettava una metà nel cestino e mi restituiva l'altra metà. Non avevo ancora messo piede sullo scalone che già il fumo era tornato a salire nell'aria e il libro era di nuovo aperto sul tavolo.*

Julian Barnes, *Metroland*, 1980

### **Atrio**

Spazio di accoglienza confortevole e ospitale; servizio di consulenza e informazione al pubblico; prezzi di ingresso e riduzioni chiaramente indicati; cartelli segnaletici per servizi igienici, armadietti, guardaroba, negozio-libreria, caffetteria

### **Entrata**

Ingresso luminoso con atmosfera piacevole e accogliente, comodi spazi di sosta e riposo, dotati di posti a sedere; decorazioni floreali

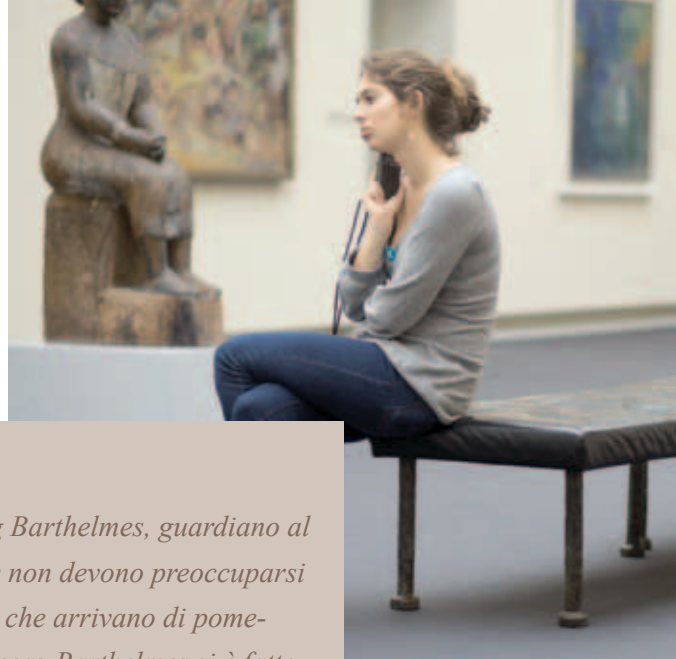
### **Accoglienza**

Personale attento, premuroso e competente nel fornire informazioni; telecamere di sorveglianza in posizione discreta

### **Per orientarsi nell'esposizione**

Cartelli informativi riferiti alle esposizioni, alle mostre temporanee e alle collezioni; distribuzione di dépliant sul museo e sull'esposizione; guida o prospetto informativo sulle mostre e sulle manifestazioni concomitanti

## Esposizione



*„Con il tempo si acquisisce un certo occhio per i visitatori“, dichiara Georg Barthelmes, guardiano al Museo nazionale germanico di Norimberga. „Al mattino arrivano quelli che non devono preoccuparsi di preparare il pranzo; sono i migliori, anche perché toccano meno di quelli che arrivano di pomeriggio“. [...] Nella sua ormai quindicennale esperienza come guardiano, Georg Barthelmes si è fatto una sua idea dell’Homo musealis, a dispetto delle normali statistiche di visitatori: „c’è il tipo che guarda tutto velocemente; il tipo che si orienta chiedendo all’uno e all’altro, ma chiede solo e non vede nulla; il tipo con la telecamera che vuole riprendere tutto e il tipo con la guida in mano alla ricerca di ogni quadro che, quando li ha passati tutti in rassegna, pensa di aver visto tutto“.*

Peter Sager, Alarmanlage auf zwei Beinen, 1981

### **Sorveglianza**

Personale di sorveglianza cortese e chiaramente identificabile (rappresentanti del museo)

### **Informazioni**

Formazione del personale di sorveglianza nell'ambito della richiesta d'informazioni, anche sul contenuto della mostra in corso; rilevazione e indagine statistica sui visitatori

*La „Pietà“ ... La galleria di quadri d’una città della Germania meridionale, un pomeriggio di lunedì. Non c’era un’anima nella galleria, a eccezione di Rubasciov e del giovane col quale aveva un appuntamento; la loro conversazione aveva luogo su di un sofà rotondo di velluto, nel centro di una sala vuota, le cui pareti traboccavano di tonnellate di massicce carni femminee dovute ai maestri fiamminghi. Ciò avveniva nel 1933, durante i primi mesi di terrore, poco prima dell’arresto di Rubasciov.*

Arthur Koestler, Buio a mezzogiorno (Darkness at noon, 1940), 1946

### **Comfort dei visitatori**

Posti a sedere nelle sale espositive, sedie pieghevoli per le visite guidate, accessibilità per le sedie a rotelle

### **Comfort degli ambienti**

Cura dell'arredamento e dell'allestimento dell'esposizione; pulizia dei locali; buona ventilazione, umidità e illuminazione adeguate alle esigenze dei pezzi esposti





*A Princetown c'è un museo che abbiamo deciso di visitare. Per prima cosa, ho dovuto trattenermi dallo scoppiare a ridere. Immaginatevi la bottega di un rigattiere a Montmartre. È quel che mi è venuto spontaneamente di pensare dopo aver dato una prima occhiata al museo. Gli oggetti esposti non erano poi così vecchi e si sarebbero potuti ancora utilizzare, tanto che da noi avrebbero certamente trovato un acquirente, e non come rarità, ma per un uso comune. La biancheria intima ad esempio, i capi da donna e quelli per bambini, sui quali un'etichetta riporta „cucito e ricamato a mano“. Biancheria che ha almeno settant'anni e che per tale ragione si è ritenuta degna di abbellire le vetrine di un museo.*

Georges Simenon, L'Amérique en auto, 1946

### **Comunicazione**

Chiarezza del concetto espositivo, comunicazione comprensibile dei contenuti, didascalie e didascalie ben leggibili; ricerca scientifica condotta sulla collezione; documentazione della ricerca, accessibilità della collezione alle attività di ricerca

### **Attrattiva dell'esposizione**

Presentazione focalizzata sui visitatori, allestimento accattivante (per facilitare l'apprendimento, piacevole, interessante, sorprendente e innovativo, interattivo e in grado di lasciare un ricordo durevole)

### **Informazioni sull'esposizione**

Scritte e didascalie ben leggibili e illuminate, testi interessanti formulati in modo comprensibile; testi multilingui; documentazione scientifica, cataloghi, pubblicazioni



*Arrivò finalmente l'ora, attesa con impazienza, in cui si doveva aprire la Galleria di pittura. Entrai in questo santuario, e la mia meraviglia superò ogni aspettativa. La sala, che per la sua armonicità sembrava rientrare in se stessa e nella quale regnavano nel massimo silenzio sfarzo e nitidezza, le sue cornici luccicanti per la doratura recente, il pavimento tirato a cera, gli ambienti più frequentati da visitatori che non adoperati da studiosi, tutto dava un senso di solennità unico nel suo genere, tanto più simile al sentimento che si prova entrando nella casa di Dio in quanto qui l'ornamento di tanti templi e l'oggetto di tante devozioni appariva esposto solo per i sacri scopi dell'arte. Mi adattai a sentire le frettolose spiegazioni della guida, chiedendo soltanto che mi fosse concesso di fermarmi nella galleria esterna. Qui con mia grande soddisfazione mi trovai proprio in un mondo familiare.*

Johann Wolfgang von Goethe, Dalla mia vita. Poesia e verità (Dichtung und Wahrheit, 1813), 1957

### **Visite guidate**

Visite guidate pubbliche e private, visite per le scuole, visite e audioguide in diverse lingue; proposte di mediazione specifiche, programma di accompagnamento; fidelizzazione dei visitatori

### **Sicurezza**

Piano di sicurezza per i visitatori, materiale di pronto soccorso; segnaletica ben visibile, piano di sicurezza per gli oggetti esposti, rivelatori di incendio, estintori

## Zone di riposo e caffetteria



*„C'è il Museo d'Arte... al parco” spiegò lui, vedendola perplessa. „Alle due e mezzo. Sarò alla porta...” [...] Avevano quel malinconico ricovero tutto per loro, e sedettero sul divano che circondava il radiatore a vapore al centro della sala, fissando in silenzio le vetrine profilate di legno ebanizzato che contenevano i recuperati frammenti di Ilio.*

Edith Wharton, L'età dell'innocenza (The Age of Innocence, 1920), 2008

### Zone di riposo

Numero sufficiente di posti a sedere nelle sale espositive, spazi di sosta, sale o zone di lettura

*Il sabato sera è di nuovo l'ora di gettarsi a capofitto nella cultura. I musei di Monaco – sia quelli di Stato che quelli cittadini – oltre a una nutrita serie di gallerie, mettono in scena un evento straordinario. Per tutta la notte, o comunque almeno fino alle due del mattino, la vita può scatenarsi nei sacri saloni dell'arte. [...] C'è molto da vedere e c'è anche tanto da mangiare. I musei fanno a gara l'un l'altro nel proporre servizi di catering più o meno originali. Le avventure culinarie non conoscono limiti: si va dalla cucina da campo allestita sotto una loggia in stile toscano alle „zuppe della notte dei musei”, fino allo spumante servito da un vaso da notte. Per non parlare delle intense sensazioni fisiche che una notte del genere può trasmettere. I bus navetta, come i musei, sono così sovraffollati che è praticamente impossibile evitare il contatto ravvicinato con gli altri. La notte dei musei è insomma una vera esperienza dei sensi, ma anche la riprova che persino nel deposito più polveroso si è ormai consapevoli dell'importanza di mettersi al servizio del visitatore.*

Christoph Wiedemann, Schampus aus dem Nachtopf, 2001

### Ristorazione

Caffè del museo, ristorante; manifestazioni particolari; vernissage, finissage; affitto di sale del museo


## Dopo la visita

*Un museo è come il polmone di una grande città: la folla affluisce ogni domenica nel museo come il sangue, e ne esce purificata e fresca. I quadri non sono altro che superfici inerti, ed è nella folla che si producono i giochi, le esplosioni, i riverberi di luce descritti tecnicamente dai critici autorizzati. La domenica, alle cinque, all'uscita del Louvre, è sempre interessante ammirare il flusso dei visitatori visibilmente in preda al desiderio di essere in tutto simili alle celestiali apparizioni che hanno rapito i loro occhi.*

Georges Bataille, Musée, in "Documents", n. 2, 1930

## Congedo

Raccogliere le reazioni e il feedback dei visitatori; mettere a disposizione il libro degli ospiti; negozio-libreria del museo; congedo dei visitatori da parte del personale nell'atrio d'ingresso



*„La scoperta del Musée Moreau, quando avevo sedici anni, ha condizionato per sempre il mio modo d'amare”, ricordava André Breton. Era il 1916. Un paio d'anni dopo il letterato André Malraux, poco più che ventenne, si ritrovava a fare la corte a Clara Goldschmidt, raffinata ragazza della borghesia, con la quale decise, un paio di mesi dopo, di partire segretamente in viaggio. „Ci stiamo preparando», raccontava Clara Malraux nelle sue memorie „e ognuno sta facendo scoprire all'altro il suo proprio mondo: lui mi ha portato con sé al Musée Gustave Moreau...”. Queste testimonianze sono entrambe molto illuminanti, perché non si lasciano in alcun modo ricondurre a uno stile o un movimento, né a un gruppo o una tendenza. Non fu insomma lo spirito dei tempi a spingere i due giovani ad andare alla scoperta, nel secondo decennio del nostro secolo, del piccolo museo situato in rue de la Rochefoucauld.*

Wilfried Wiegand, Das Ballett vergeblicher Gefühle, 1998

## Fidelizzazione dei visitatori

Verificare la continuità delle visite al museo; cooperazione con partner esterni (passaporto dei musei, musei partner, ente turistico); cura del profilo nei social media; lettere di ringraziamento in caso di visite di gruppo

## Valutazione

Controllare il grado di soddisfazione dei visitatori, analizzare le loro reazioni



**Associazione dei musei svizzeri AMS**

c/o Museo nazionale svizzero  
Casella postale, CH-8021 Zurigo  
Tel +41 44 218 65 88  
Fax +41 44 218 65 89  
info@museums.ch  
www.museums.ch





Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus  
Programme qualité du tourisme suisse  
Programma qualità del turismo svizzero

## Lassen Sie Ihren Besucherservice auszeichnen Faites labelliser votre qualité de service Fate premiare il vostro servizio ospiti

### ■ Das Qualitäts-Programm bringt Ihrem Museum viele Vorteile

Das Q-Gütesiegel zeichnet Betriebe aus, die sich kontinuierlich mit dem Thema Qualität auseinandersetzen. Die Einführung eines Qualitätsmanagements rechnet sich für Ihren Betrieb: Er hat mehr zufriedene Gäste und damit langfristig mehr Erfolg. Mit dem Qualitäts-Programm können Sie für optimalen Besucherservice sorgen. Das Programm bietet Kurse und praktische Instrumente. Es verläuft in 3 Stufen. Das Ziel jeder Stufe: Zufriedene Gäste, die gerne wiederkehren.

### ■ Le Programme qualité apporte beaucoup d'avantages à votre musée

Le label de qualité distingue les entreprises qui se préoccupent en permanence de la qualité. L'introduction d'une gestion de la qualité est un calcul gagnant pour une entreprise: elle lui apporte davantage de clients satisfaits, et donc un plus grand succès à long terme. Le Programme qualité vous permet de garantir un service optimal. Le Programme propose des cours et des instruments pratiques. Il se déroule sur 3 niveaux. À chaque niveau, le but est que les visiteurs soient satisfaits et désireux de revenir.

### ■ Aderite al Programma qualità, il vostro museo trarrà enormi vantaggi

Il marchio di qualità premia le aziende che si occupano costantemente dell'argomento qualità. Introdurre una gestione di qualità in un'azienda turistica: essa infatti avrà ospiti entusiasti e perciò un maggiore giro d'affari e successo a lunga scadenza. Grazie al Programma qualità, potrete ottimizzare i servizi. Il Programma offre corsi e strumenti pratici. E' strutturato in tre livelli, avendo come obiettivo comune di entusiasmare l'ospite perché faccia ancora ritorno.



**QUALITY**  
Our Passion

Servicequalität  
Qualité du service  
Qualità dei servizi



**QUALITY**  
Our Passion

Führungsqualität  
Qualité de la gestion  
Qualità di gestione



**QUALITY**  
Our Passion

Umfassendes QMS  
Gestion globale de la qualité  
Quality Management globale





### ■ Einfacher Zugang zum Qualitätsmanagement

Sie erhalten Zugang zu einem Qualitätsmanagement-Programm, das speziell für Dienstleister konzipiert und an deren spezifischen Bedürfnissen ausgerichtet wurde. Das Programm funktioniert in kleinen, in mittleren wie auch in grossen Betrieben – es steigert langfristig die Wettbewerbsfähigkeit und den Betriebserfolg.

### Zufriedene Besucher als Basis für nachhaltigen Erfolg

Im Q-Programm wird Servicequalität konsequent aus der Perspektive des Besuchers betrachtet. Die Bedürfnisse und Wünsche der Gäste rücken so beim täglichen Handeln ins Zentrum – die Voraussetzung, um als professioneller Gastgeber erfolgreich zu sein.

### Motivierte Mitarbeitende dank aktiver Einbindung

Das Q-Programm bindet die Mitarbeitenden von Beginn weg ein und fördert so die Eigeninitiative sowie die Dienstleistungsorientierung im Team, was wiederum systematisch Verbesserungsprozesse anstösst. Auf diese Weise trägt das Q-Programm zur Motivation der Mitarbeitenden bei.

### ■ Accès simple à la gestion de la qualité

Vous obtenez l'accès à un programme de gestion de la qualité spécifiquement conçu pour les prestataires de services et axé sur leurs besoins propres. Ce programme fonctionne dans les entreprises de toute taille, les petites aussi bien que les moyennes ou les grandes, et en accroît à long terme la compétitivité ainsi que le succès opérationnel.

### La satisfaction des clients est la base d'un succès durable

Le Programme qualité aborde systématiquement la qualité du service du point de vue du client. Ainsi, les besoins et les souhaits des visiteurs prennent une place centrale au quotidien – ce qui est la condition préalable au succès d'un accueil professionnel.

### Des collaborateurs motivés parce qu'activement intégrés

Dès le début, le Programme qualité associe les collaboratrices et les collaborateurs en les encourageant à prendre des initiatives ainsi qu'à travailler en équipe dans le sens du service à la clientèle, ce qui déclenche à son tour des processus d'amélioration systématiques. De cette manière, le Programme qualité contribue à la motivation du personnel, qui s'identifie encore davantage à l'entreprise.

### ■ Accesso semplice alla gestione di qualità

Avrete accesso al Programma gestione di qualità, pensato esclusivamente per i prestatori di servizi, basato su specifiche esigenze, ideale anche per le piccole, medie e grandi aziende, garantendo competitività e successo duraturo.

### „Ospiti soddisfatti“, la filosofia da seguire per un successo duraturo

Nel Programma qualità, la qualità dei servizi viene costantemente considerata dal punto di vista del visitatore: infatti, sono proprio le esigenze e i desideri dei visitatori a creare i presupposti per essere un locatario di successo.

### Collaboratori motivati grazie ad una partecipazione attiva

Il Programma qualità unisce i collaboratori sin dall'inizio, promuovendo sia l'iniziativa autonoma, sia l'orientamento dei servizi in team, azione che genera a sua volta sistematici miglioramenti. In questo modo, il Programma qualità contribuisce a motivare i collaboratori, permettendo di identificarsi di più con l'azienda.

**STV FST**

Schweizer Tourismus-Verband  
Fédération suisse du tourisme  
Federazione svizzera del turismo  
Federaziun svizra dal turissem

Sie möchten Ihre Prozesse und den Besucherservice optimieren und damit Ihr Museumskonzept ergänzen und weiterentwickeln? Wir beraten Sie gerne. Prüfstelle Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus, Tel. 031 307 47 41, [info@quality-our-passion.ch](mailto:info@quality-our-passion.ch), [www.swisstourfed.ch/quality](http://www.swisstourfed.ch/quality)

Vous souhaitez optimiser vos processus et service à la clientèle et ainsi développer et compléter votre concept d'accueil? C'est avec plaisir que nous vous conseillerons: Organe de contrôle du Programme qualité, Tél. 031 307 47 41, [info@quality-our-passion.ch](mailto:info@quality-our-passion.ch), [www.swisstourfed.ch/quality](http://www.swisstourfed.ch/quality)

Vorreste ottimizzare l'intermediazione e il servizio ospiti in modo da arricchire e sviluppare ulteriormente il vostro concetto d'accoglienza? Siamo a vostra disposizione. Ente di controllo Programma qualità del turismo svizzero, tel. 031 307 47 41, [info@quality-our-passion.ch](mailto:info@quality-our-passion.ch), [www.swisstourfed.ch/quality](http://www.swisstourfed.ch/quality)