

Scopri la tua biblioteca: una campagna promozionale della Provincia di Milano

Intervista all'assessore Paola Iannace

Il Settore alla cultura della Provincia di Milano ha realizzato nel febbraio 2003 una massiccia campagna promozionale per favorire l'incontro tra la biblioteca e il suo pubblico potenziale, cioè quei cittadini che ancora non la conoscono o ne hanno una percezione deformata, condizionata da vecchi stereotipi. Protagonisti di questa campagna sono le stesse biblioteche pubbliche, coinvolte a più livelli nel progetto. Abbiamo voluto rivolgere all'assessore alla cultura e beni culturali della Provincia di Milano, Paola Iannace, alcune domande per comprendere meglio gli scopi di questa iniziativa.

Ci può illustrare gli obiettivi della campagna "Scopri la tua biblioteca" e in quali azioni si è articolata?

La Provincia di Milano, accanto ai consolidati e tradizionali interventi a favore delle strutture bibliotecarie, ha ritenuto opportuno attivare, per la prima volta, una campagna pubblicitaria che avesse la finalità di fare conoscere a un pubblico il più numeroso possibile i servizi offerti dalle biblioteche comunali, spesso non frequentate come meriterebbero forse anche per la mancanza di un'adeguata strategia di comunicazione.

L'iniziativa si rivolge a quella parte di utenti potenziali che ignorano del tutto l'esistenza delle biblioteche comunali o che non sono so-



liti frequentarle perché ancorati a un'idea vecchia e paludata delle biblioteche, mentre, al contrario, esse si contraddistinguono, per quel che riguarda la nostra provincia, per efficienza e modernità dei servizi offerti.

La campagna è consistita nella diffusione di tre manifesti in cui sono riportate altrettante frasi riprese da opere di autori noti, con l'invito al pubblico di recarsi in biblioteca, chiedere in prestito il libro e proseguire la lettura.

Chiaramente l'intento non era quello di far leggere le opere espressamente citate, utilizzate unicamente per la loro notorietà; più in generale si invitavano i cittadini a rivolgersi alle biblioteche dei

propri comuni per ottenere in prestito i libri che desiderano consultare. Gli scopi della campagna non si esaurivano con l'invito alla lettura; l'intento era anche quello di far conoscere altri servizi offerti agli utenti, quali la possibilità di ottenere in prestito cd-rom e video, l'accesso a Internet, l'uso di pc per studio o lavoro, oltre ai servizi di reference attivati da molte delle nostre biblioteche.

La campagna si è articolata in una serie di affissioni sia nei principali comuni della provincia di Milano, sia nelle stazioni delle Ferrovie dello Stato, delle Ferrovie Nord e della metropolitana, oltre alla diffusione di pendoli sulle carrozze ferroviarie. Alla campagna era abbinato un concorso a premi aperto a tutti i cittadini.

L'idea di un concorso mi sembra curiosa. Come si è concretizzata?

Alla campagna pubblicitaria vera e propria, abbiamo pensato di affiancare, per darle più forza, un concorso a premi, per partecipare al quale occorreva rispondere ad alcuni quesiti, sempre legati al tema della lettura.

Il dépliant di partecipazione proponeva cinque frasi di altrettanti romanzi cui occorreva abbinare l'autore e l'opera dalla quale sono state tratte; tra coloro che (entro il 9 marzo, data in cui sono state chiuse le urne) hanno risposto in

modo esatto alle cinque domande, verranno estratti (le operazioni sono previste entro la fine di marzo) tre nominativi che vinceranno ciascuno un pc portatile; ai successivi trenta estratti verranno assegnati buoni per l'acquisto di libri per il valore di centocinquanta euro, spendibili presso una libreria.

I dépliant sono stati distribuiti come allegati ad alcuni quotidiani, ma anche sulle carrozze ferroviarie, nelle scuole, negli uffici comunali aperti al pubblico e in altri luoghi quali cinema, teatri ecc.

I tagliandi con le risposte dovevano essere consegnati esclusivamente in biblioteca, questo per far sì che il cittadino potesse, in quell'occasione, avere la possibilità di conoscere non solo l'ubicazione ma anche i servizi. Il nostro augurio è che l'occasionalità della visita si trasformi in una frequentazione abituale.

Com'è stata accolta l'iniziativa tra i bibliotecari dei comuni della provincia di Milano? Come si sono attrezzati per partecipare attivamente? Sono state previste forme di "personalizzazione" o integrazione della campagna con progetti locali?

L'iniziativa è stata accolta con favore dai bibliotecari della Provincia di Milano, soprattutto in relazione al fatto che per la prima volta le biblioteche comunali appaiono come soggetti di una campagna pubblicitaria di così ampia portata.

Le biblioteche comunali e la stessa Provincia di Milano sono solite pubblicizzare attività che vedono coinvolti i servizi di pubblica lettura, però limitatamente ad ambiti e iniziative locali che coinvolgono di solito coloro che già conoscono e frequentano le biblioteche.

La nostra campagna pubblicitaria, al contrario, ha interessato tutto il territorio provinciale e le biblioteche in generale, intese come servizi al cittadino che hanno la stessa dignità e importanza di altri quali la sanità, i trasporti, la scuola ecc. Tutte le biblioteche si sono attivate per diffondere la campagna in modo capillare nel territorio del proprio comune, collaborando a ulteriori affissioni dei manifesti, distribuendo i dépliant del concorso, e rendendo nota l'iniziativa sulla stampa locale. Le biblioteche si sono anche impegnate a promuovere la campagna pubblicitaria e il concorso in occasione delle varie iniziative locali previste tra febbraio e marzo, quale, ad esempio, "Narrando narrando...", una manifestazione organizzata ogni anno dalla Provincia di Milano che prevede spettacoli di animazione del libro e che quest'anno coinvolge ben 126 biblioteche.

La campagna "Scopri la tua biblioteca" si è proposta al tempo stesso di promuovere la biblioteca e la lettura. Quale ruolo pensa debbano giocare le istituzioni pubbliche per salvaguardare e rilanciare lo specifico spazio del libro e della lettura?

Tra i compiti primari della pubblica amministrazione ritengo che una particolare attenzione debba essere dedicata al sostegno e alla valorizzazione delle biblioteche di pubblica lettura, quale servizio al cittadino, sullo stesso piano di altri servizi di pari dignità e importanza.

L'urna collocata in biblioteca per raccogliere le risposte dei partecipanti al concorso "Scopri l'autore"

Le nostre biblioteche svolgono un ruolo essenziale nella diffusione della cultura, che va oltre la tradizionale e sempre opportuna promozione del libro e della lettura in genere.

Al giorno d'oggi le biblioteche, soprattutto nei comuni di medie dimensioni, si propongono anche come agenzie di riferimento nonché contenitori di molte delle attività culturali organizzate sul proprio territorio quali mostre, convegni, rassegne cinematografiche e altro. La centralità della biblioteca come punto qualificante delle attività culturali di una pubblica amministrazione è tra l'altro ribadita, almeno per quel che riguarda Milano, dalla prevista grande Biblioteca europea di informazione e cultura, di cui si apriranno a breve i cantieri e al cui progetto di fattibilità ha contribuito anche la Provincia di Milano.

Come si inserisce questa campagna nella politica per le biblioteche della Provincia di Milano? Quali sono i punti qualificanti di questa politica?

La Provincia di Milano riserva ogni anno una parte significativa del bilancio del Settore cultura ai programmi di sviluppo e sostegno dell'organizzazione bibliotecaria territoriale.

La nostra politica di intervento, in accordo con la l. r. 14 dicembre 1985 n. 81, si articola in diverse direzioni, complessivamente finalizzate alla valorizzazione e alla promozione delle biblioteche. Come punto qualificante vorrei evidenziare i risultati raggiunti relativamente all'organizzazione sistemica della nostra rete bibliotecaria che conta 173 comuni, le cui biblioteche sono associate in 12 sistemi – esclusa Milano – per la condivisione dei servizi di catalogazione, prestito e acquisto; il nostro obiettivo è di arrivarci, a breve, all'individuazione di cinque o sei macroaree allo scopo non solo di razionalizzare e miglio-



rare i servizi all'utenza, ma anche di produrre ulteriori economie di gestione, liberando risorse che possono essere indirizzate ad altri scopi, aspetto, quest'ultimo, non secondario considerando le ristrettezze di bilancio con cui i pubblici amministratori devono continuamente confrontarsi.

Particolare attenzione è stata dedicata all'uso delle tecnologie informatiche: 201 biblioteche hanno reso disponibile il catalogo su Internet e 184 di esse hanno attivato il prestito informatizzato.

La Provincia di Milano assegna annualmente ai sistemi un consistente finanziamento per l'organizzazione dei servizi condivisi, che si somma a quello erogato dalla Regione ma comunque gestito direttamente dal nostro ente.

Oltre a questi interventi sono previsti altri contributi per iniziative particolarmente significative organizzate sul territorio, comunque

sempre finalizzate alla promozione della lettura e alla frequentazione delle biblioteche, quali mostre, incontri con autori, spettacoli di animazione del libro, corsi di scrittura creativa e altro.

A questi interventi si affianca, come corredo indispensabile, una continua attività di aggiornamento del personale bibliotecario, attraverso l'organizzazione da parte della provincia di appositi corsi, nonché seminari e convegni in cui si approfondiscono e si confrontano nuove strategie tese al miglioramento della nostra rete bibliotecaria territoriale, che già ora si colloca tra le più efficienti a livello nazionale. Ne fanno fede i dati, in costante aumento, relativi alla consistenza del patrimonio documentale che ammonta a 5.167.332 unità,



ma soprattutto il numero dei prestiti effettuati: 4.384.488 (rilevazione 2001). Inoltre la Provincia di Milano, come supporto a una politica di diffusione del libro, provvede alla redazione e alla stampa di opuscoli bibliografici rivolti agli alunni delle scuole elementari e medie, distribuiti anche in collaborazione con le scuole del territorio e la cui tiratura complessiva raggiunge le 250.000 copie.

Abbiamo pertanto ritenuto che un panorama così ricco di strutture, servizi e iniziative ben meritasse di essere valorizzato attraverso una campagna promo-pubblicitaria che, per la prima volta, ha interessato l'organizzazione bibliotecaria territoriale nel suo complesso, come struttura moderna ed efficiente di erogazione di servizi.

Giusi Valent