

I più che lettori della biblioteca Salaborsa

*Antonello E. Scorcu
Laura Vici
Università di Bologna*

**Usi e consumi in biblioteca
Bologna, 20 febbraio 2013**

1

La prospettiva d'indagine

- Il ruolo di una biblioteca pubblica al tempo della digitalizzazione e della trasmissione istantanea dell'informazione
- Le mutevoli esigenze dei diversi fruitori (giovani, anziani, immigrati).
- Cambiano contenuti e modi di appropriazione delle conoscenze.

- Il rischio che le biblioteche perdano il loro ruolo
 - ✓ Non una biblioteca chiusa, testimone di valori che diventano rapidamente obsoleti
 - ✓ Non una biblioteca passiva, un supermercato della conoscenza-spettacolo dove si seguono le mode.

- Cosa è ora SalaBorsa (SB) e come si è trasformata nel suo primo decennio di operatività

2

Il patrimonio

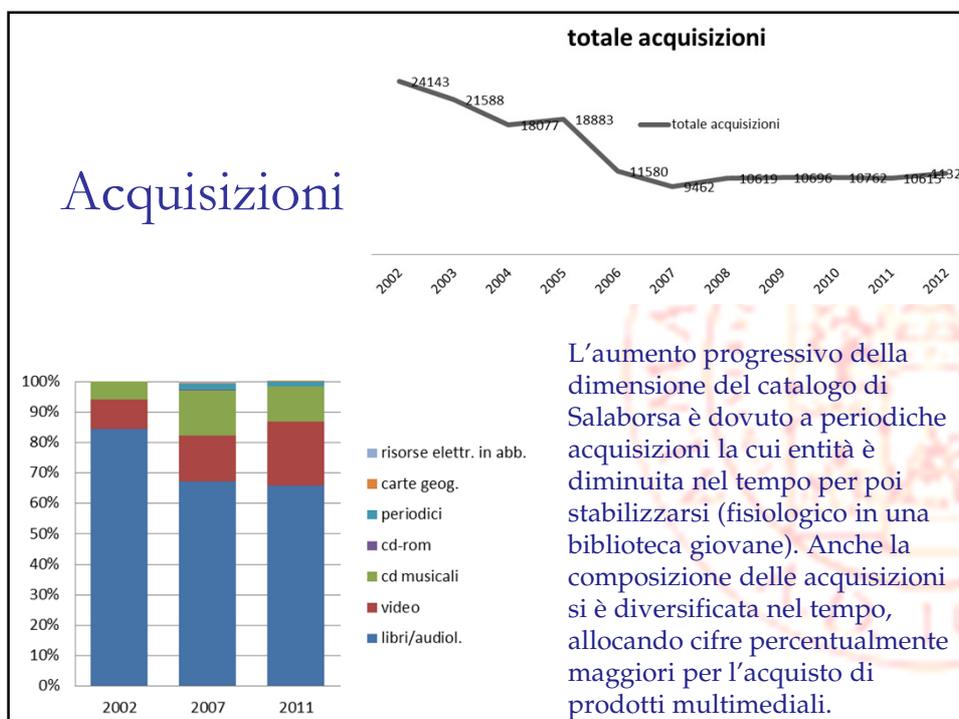
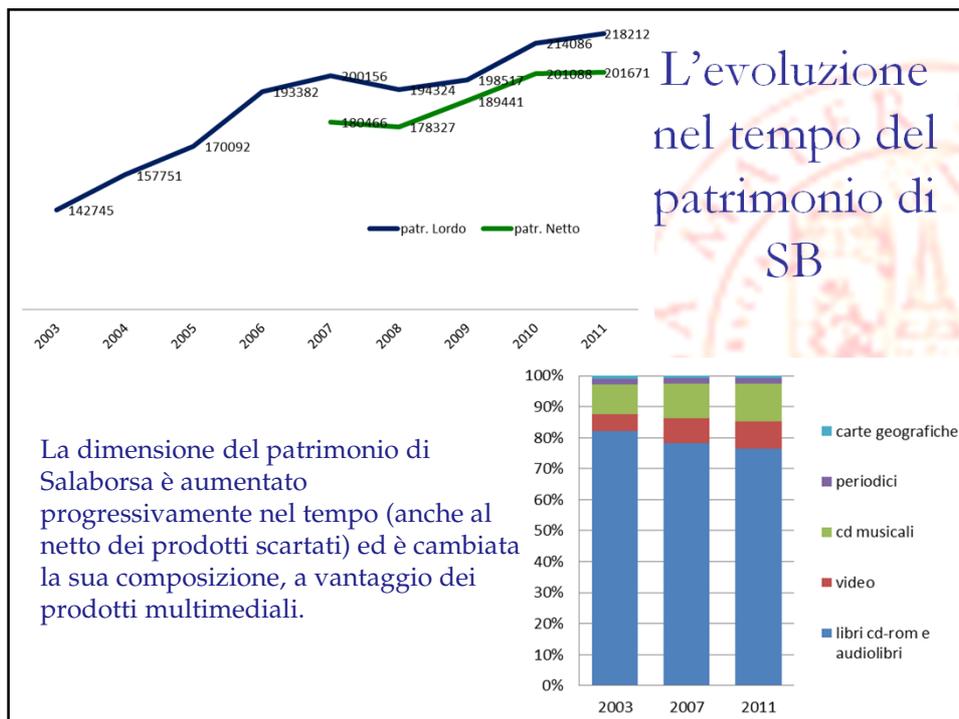
3

Il patrimonio netto di Salaborsa al 2012

	Numeri	Percentuale
Libri & co	177,135	79.44%
Musica	26,530	11.90%
Video	19,321	8.66%
Patrimonio netto	222,986	100%

Salaborsa mette a disposizione dei fruitori un'amplessima gamma di prodotti che vanno dai libri, alle riviste, dai prodotti multimediali più tradizionali a quelli di nuova generazione (e-book, postazioni per accedere alla rete ecc.)

4





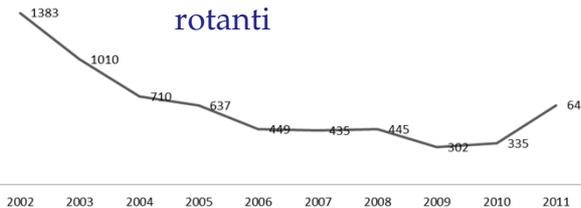
Gli «zero rotanti» di SB al 2012

	Valori assoluti	Percentuale	% patrimonio
Libri & altro	16.608	89,77%	9,38%
Musica	617	3,34%	2,33%
Video	1.275	6,89%	6,60%
Zero rotanti	18.500	100%	

Oltre ai prodotti con vincolo di sola consultazione, una piccola percentuale di articoli disponibili al prestito (pari al 9.38% per i libri, al 2.33% per i cd e al 6.6% per i dvd) non è mai uscita da SB (i cosiddetti «Zero rotanti»).

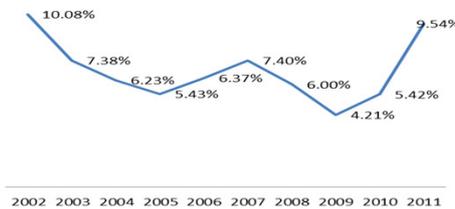
Libri «zero rotanti» (numero e quota su acquisizioni) per anno di acquisizione

Numero libri zero rotanti



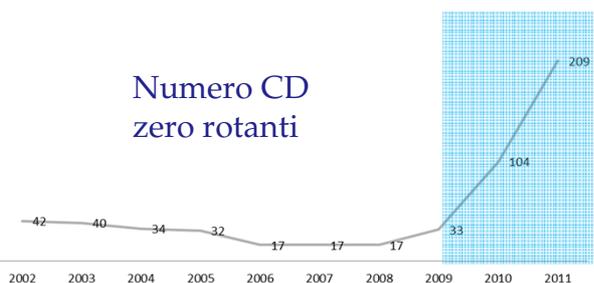
La quantità di libri mai presi a prestito è calata nel tempo (sia in termini assoluti, sia relativi).

Quota libri zero rotanti sul totale delle acquisizioni



CD «zero rotanti» (numero e quota su acquisizioni) per anno di acquisizione

Numero CD zero rotanti

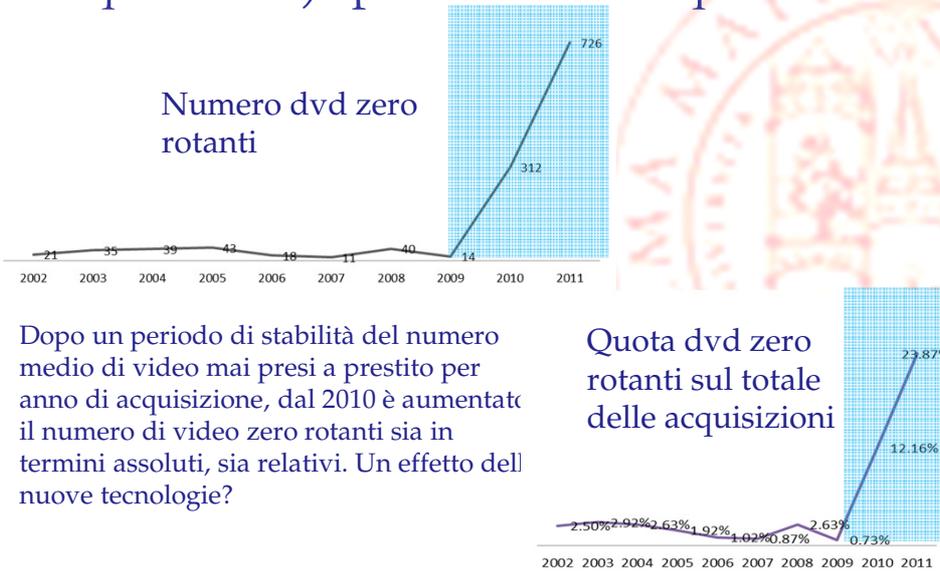


Diversamente dai libri, i CD mai presi a prestito sono aumentati in termini assoluti e relativi. Possibile effetto della diffusione di nuovi canali di fruizione della musica.

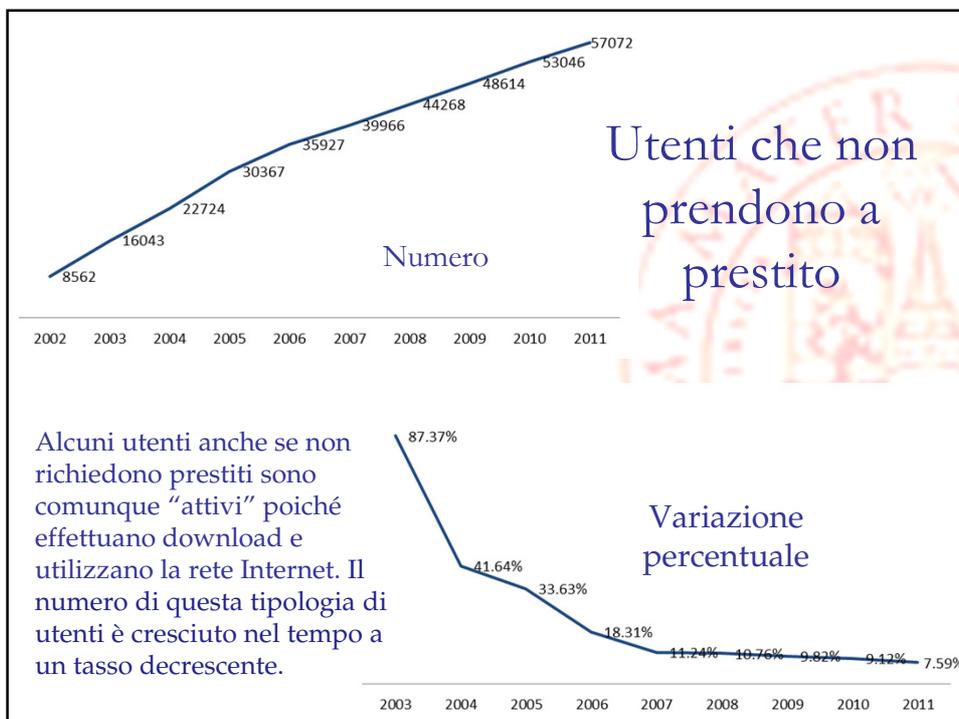
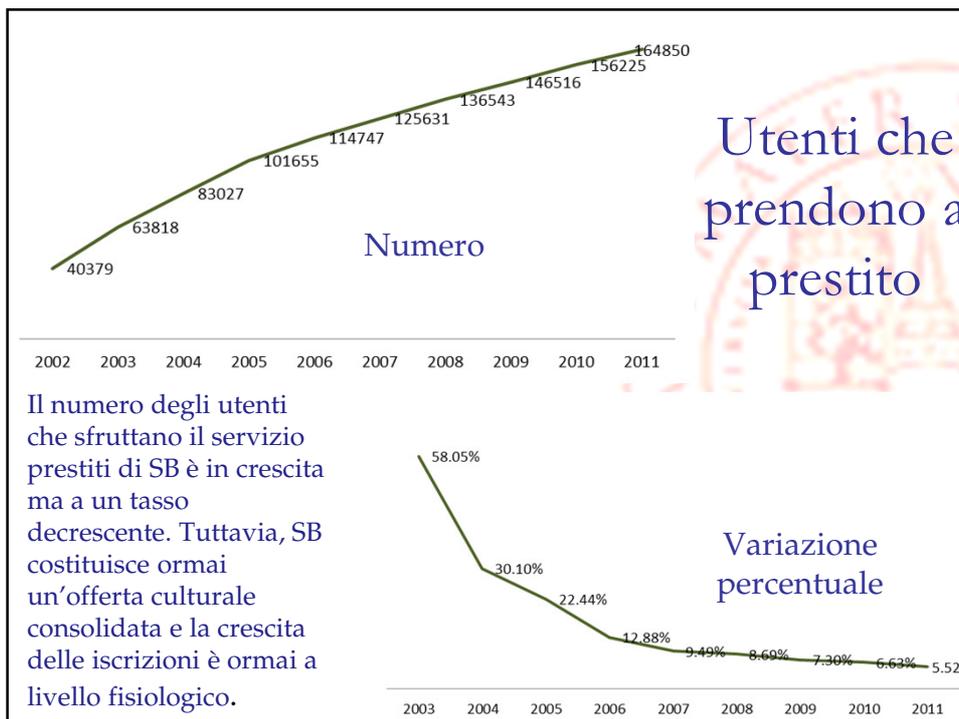
Quota CD zero rotanti sul totale delle acquisizioni



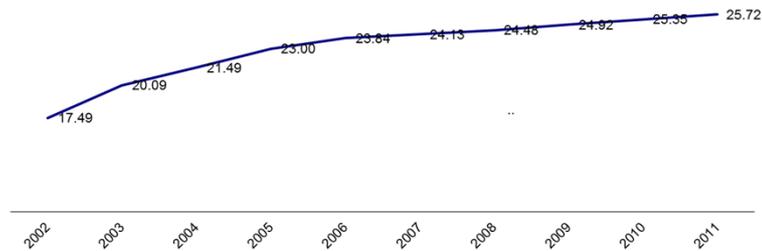
Video «zero rotanti» (numero e quota su acquisizioni) per anno di acquisizione



Gli utenti

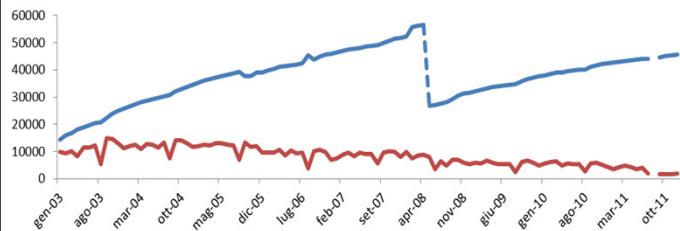


Quota di utenti che non richiedono prestiti (e usano Internet)



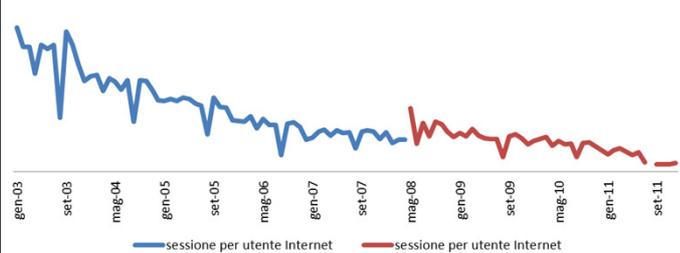
È aumentata nel tempo la quota di utenti «passivi» sul totale: il numero di utenti che non prendono a prestito è, infatti, cresciuto a un tasso superiore rispetto agli utenti «attivi».

Gli utenti che usano Internet



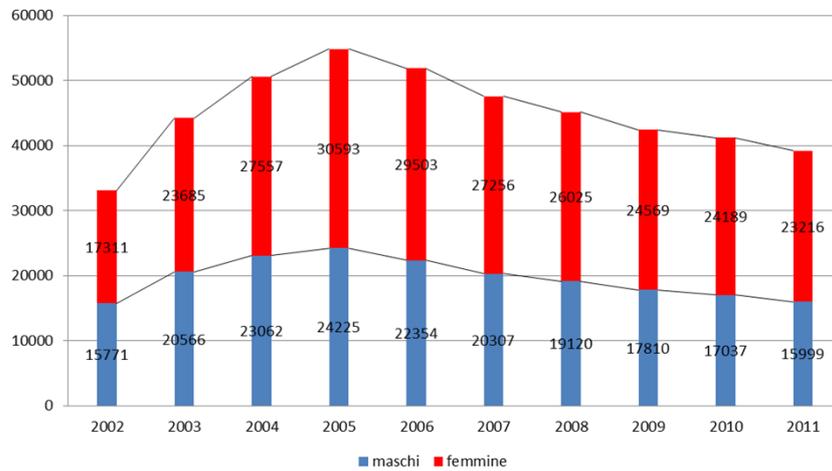
Aumentano le iscrizioni «nette» di SB (al netto dell'eliminazione di tessere perse o non attive).

Numero sessioni internet per utente



Cade il numero di sessioni Internet in assoluto e per utente.

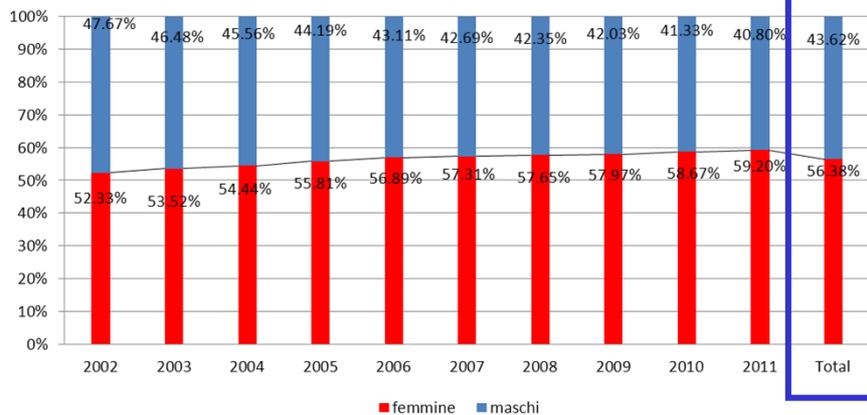
Utenti che hanno richiesto prestiti Valori assoluti



Aumento degli utenti (54818) fino al 2005.

17

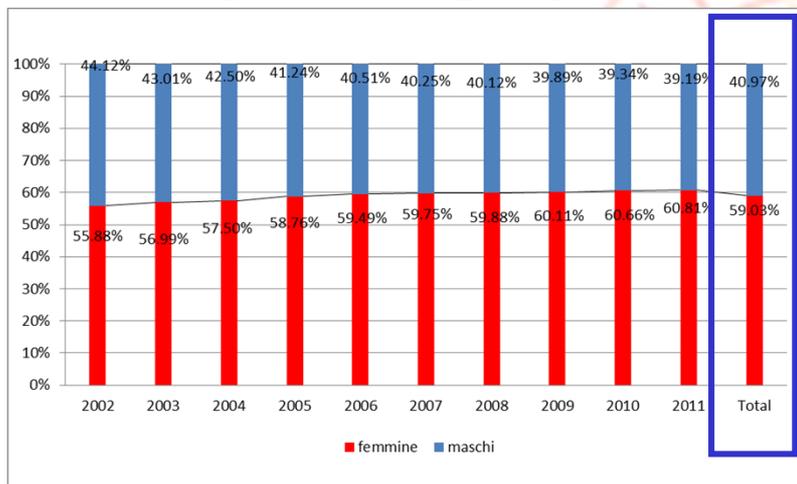
Utenti che hanno richiesto prestiti Composizione per genere



In media, il 56.38% degli utenti di Salaborsa è femmina

18

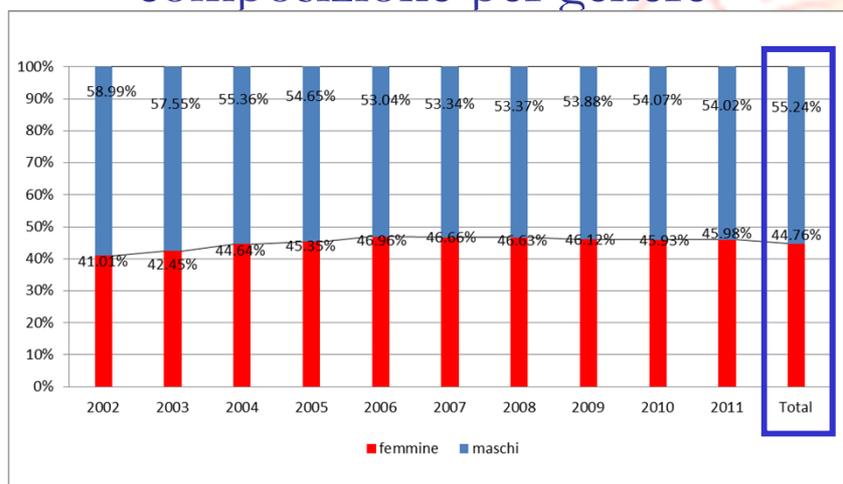
Utenti che richiedono prestiti di libri composizione per genere



Quasi il 60% dei lettori è femmina.

19

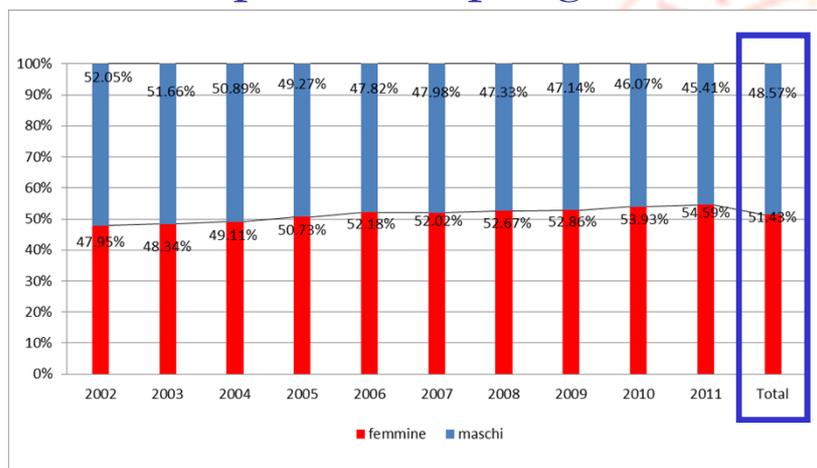
Utenti che richiedono prestiti di CD composizione per genere



I fruitori di musica sono principalmente maschi (55.24%)

20

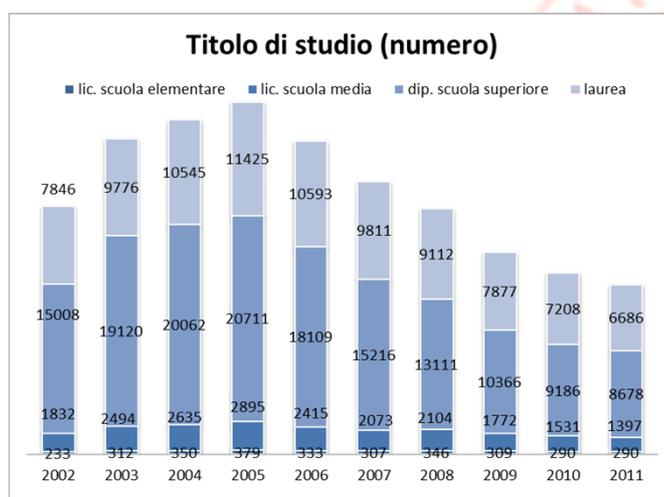
Utenti che richiedono prestiti di video composizione per genere



Si è fortemente ridotta la percentuale di maschi che prendono a prestito video

21

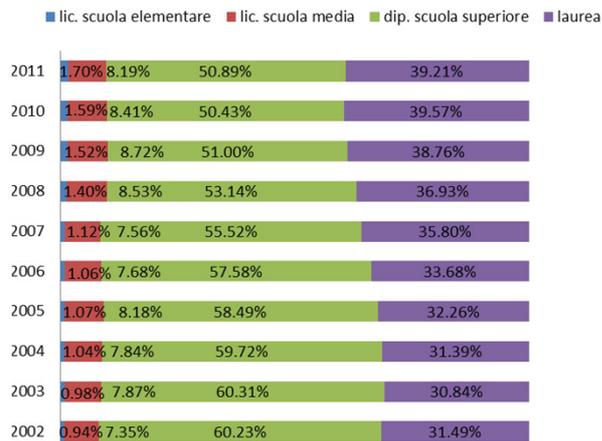
Gli utenti di SB per titolo di studio. Valori assoluti



22

Gli utenti di SB per titolo di studio (%)

Titolo di studio (%)

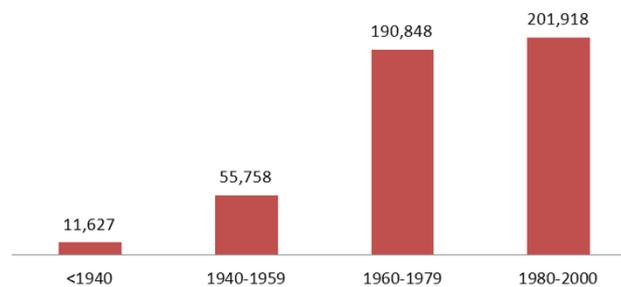


È aumentata nel tempo la quota di iscritti laureati, mentre è diminuita la percentuale di iscritti diplomati.

23

Gli utenti di SB 2002-2011

Classi di età

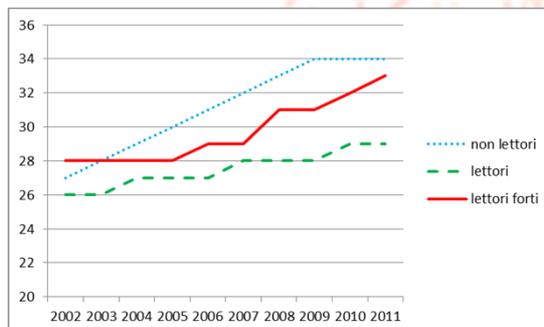


Gli iscritti a SB sono nati in prevalenza dopo il 1960.

24

Età media di chi richiede libri

	No prestito	Prestito	Gruppo forte
2002	27	26	28
2003	28	26	28
2004	29	27	28
2005	30	27	28
2006	31	27	29
2007	32	28	29
2008	33	28	31
2009	34	28	31
2010	34	29	32
2011	34	29	33
Media	31	27	29

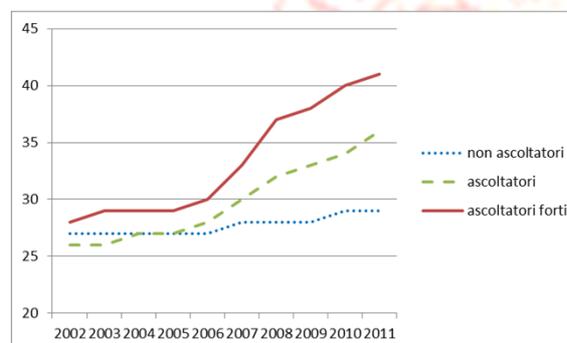


L'età media degli utenti che prendono a prestito libri mediamente cresce nel tempo, ma meno dell'età media di coloro che non prendono libri a prestito

25

Età media di chi richiede CD musicali

	No prestito	Prestito	Gruppo forte
2002	27	26	28
2003	27	26	29
2004	27	27	29
2005	27	27	29
2006	27	28	30
2007	28	30	33
2008	28	32	37
2009	28	33	38
2010	29	34	40
2011	29	36	41
Media	28	28	31

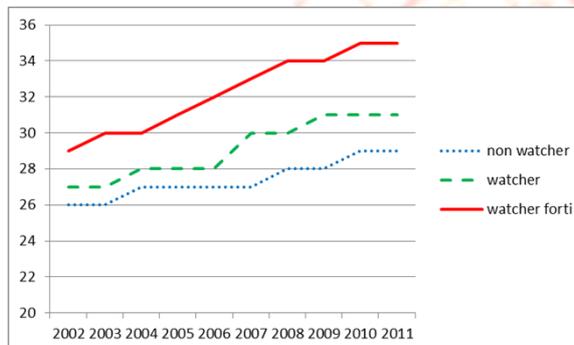


L'età media degli utenti che prendono a prestito cd è maggiore di coloro che fruiscono principalmente di libri. Inoltre, i «music lover» sono mediamente più anziani delle altre tipologie di utenti.

26

Età media di chi richiede video

	No prestito	Prestito	Gruppo forte
2002	26	27	29
2003	26	27	30
2004	27	28	30
2005	27	28	31
2006	27	28	32
2007	27	30	33
2008	28	30	34
2009	28	31	34
2010	29	31	35
2011	29	31	35
Media	27	29	32



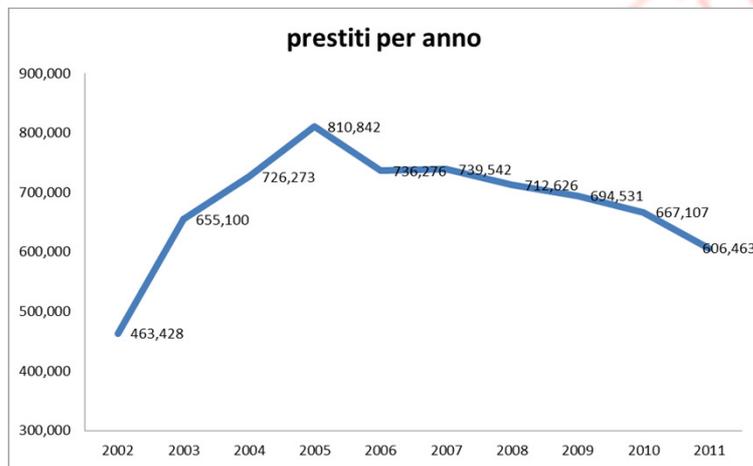
Analogamente ai fruitori di musica, l'età media degli utenti che prendono a prestito dvd è maggiore di coloro che fruiscono principalmente di libri. Inoltre, coloro che non fruiscono di video o ne fruiscono in maniera più contenuta sono più giovani dei «video lover».

27

I prestiti

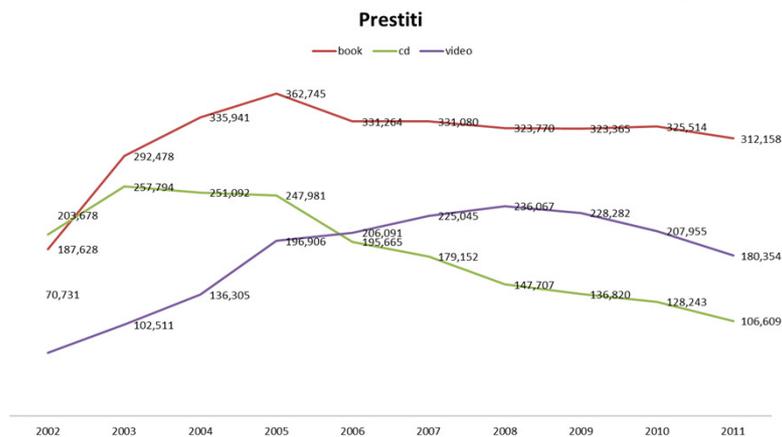
28

I prestiti di SB



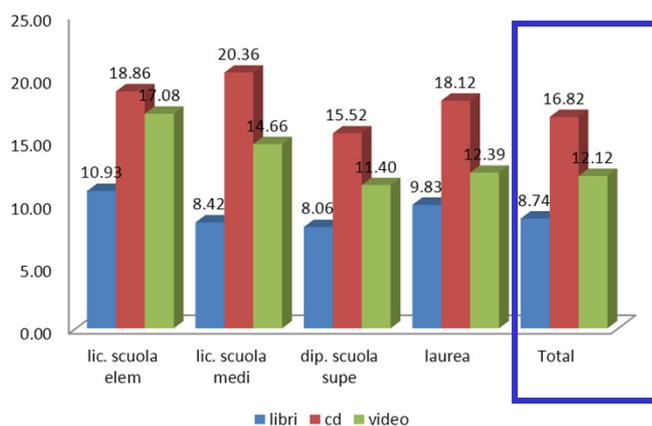
I prestiti sono aumentati esponenzialmente fino al 2005, analogamente al numero di iscrizioni, per poi calare leggermente negli anni successivi. 29

I prestiti per tipologia



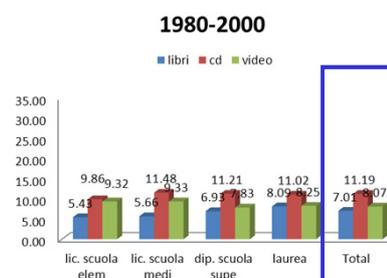
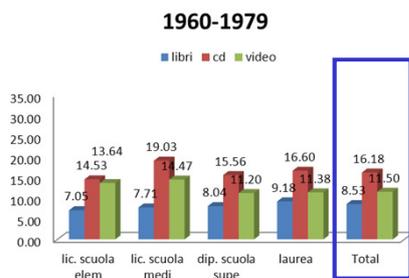
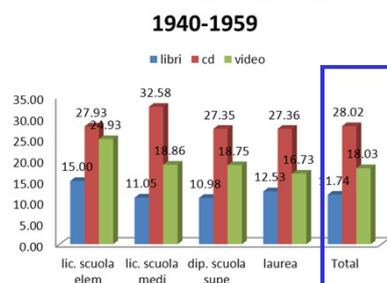
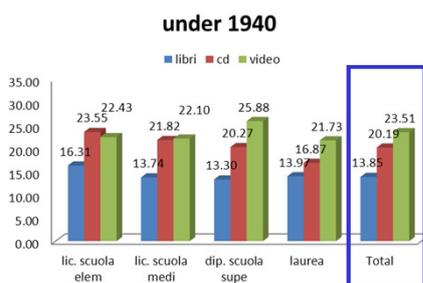
I prestiti dei libri seguono l'andamento dei prestiti generici. Al contrario i prestiti di cd sono impennati fino al 2003 per poi calare nel tempo. I prestiti di video sono cresciuti gradualmente nel tempo fino al 2008 per poi subire un leggero calo. 30

Numero medio dei prestiti per lettori e titolo di studio

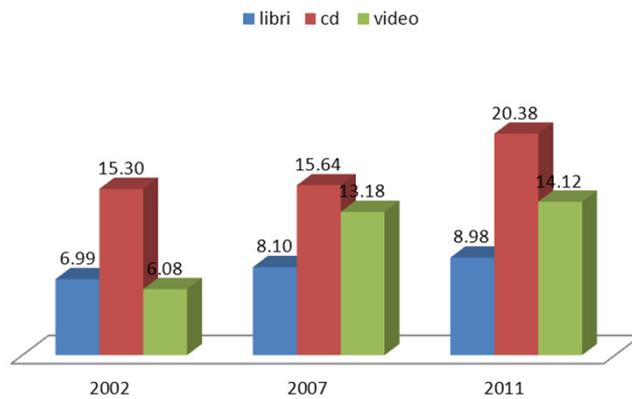


31

Numero medio dei prestiti e titolo di studio e classi di età dei lettori



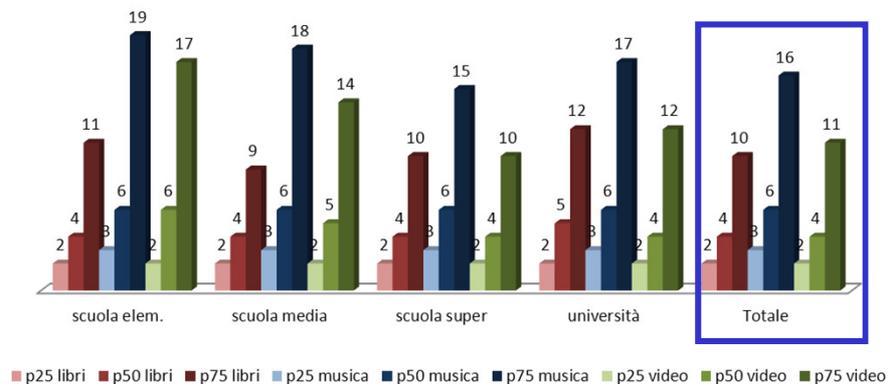
Composizione dei prestiti nel tempo



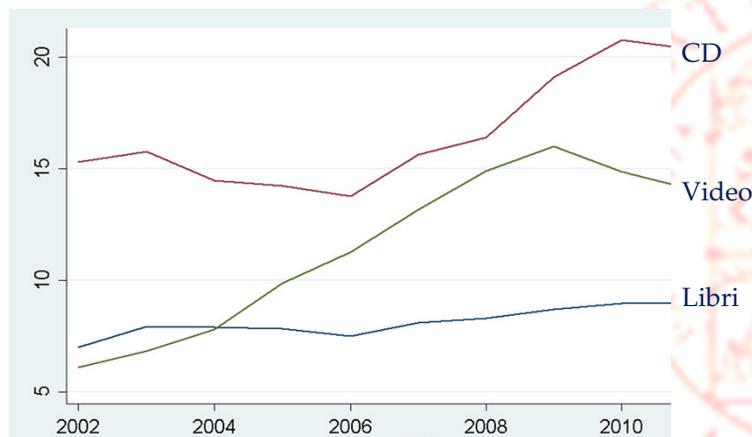
La composizione media dei prestiti è cambiata nel tempo: è aumentato il numero medio di video presi a prestito (anche per la maggiore offerta di Salaborsa) e di cd (anche se in percentuale minore). È aumentato anche il numero di libri presi a prestito in media (anche se in percentuale minore)³³

Numero medio dei prestiti per lettori e titolo di studio

la distribuzione dei prestiti per titolo di studio



La media dei prestiti per utente e anno

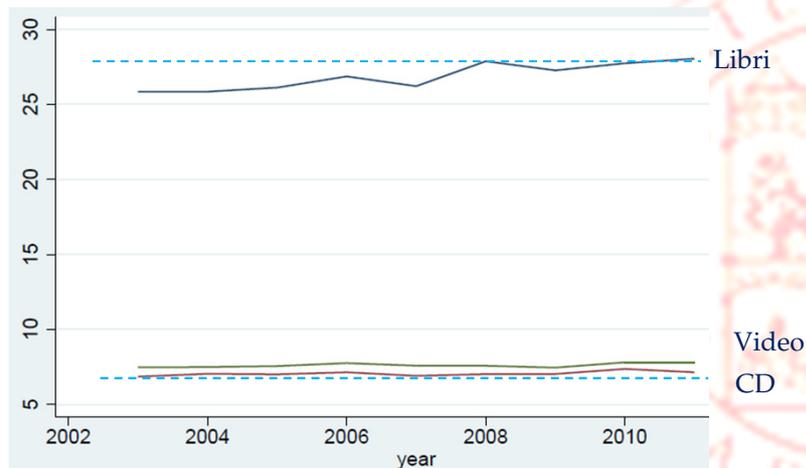


Il numero medio dei prestiti è aumentato nel tempo per le tre categorie, soprattutto per i video.

Si noti, tuttavia, che sono cambiati nel tempo i tetti massimi di prestito.

35

La durata dei prestiti per utente e anno

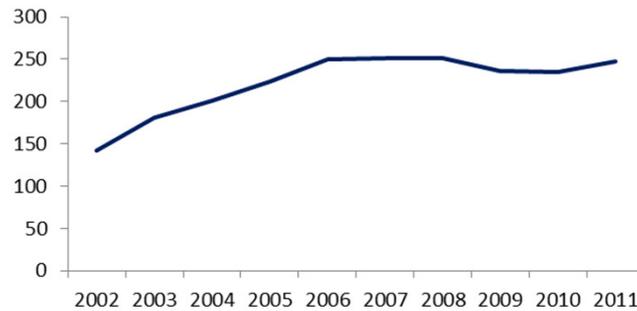


La durata media dei prestiti è cresciuta mediamente per i libri, mentre è sostanzialmente stabile per cd e video. Tuttavia, la durata massima dei prestiti (30 giorni per i libri e 7 giorni per video e cd) ne influenza la durata media.

36

Prestiti per ora

Prestiti per ora di apertura

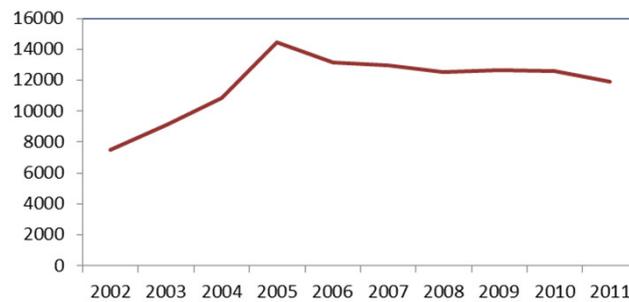


Il numero di prestiti per ora di apertura di Salaborsa è efficientemente cresciuto nel tempo.

37

Prestiti annui per dipendente

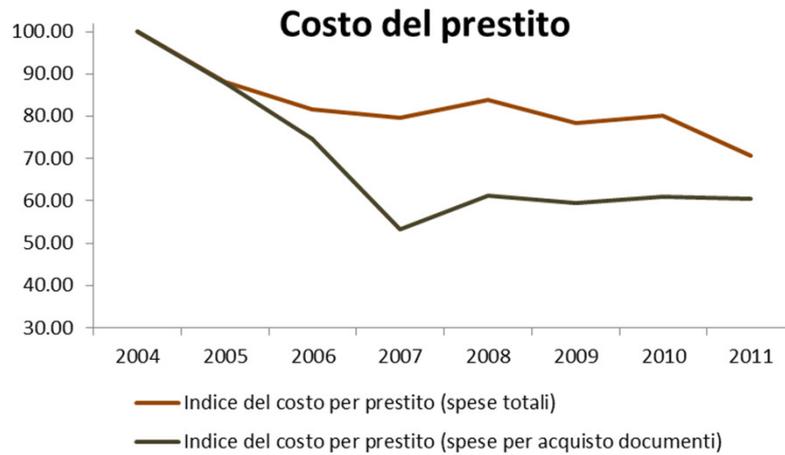
Prestiti annui per dipendente



Il numero di prestiti per dipendente è cresciuto fino al 2005 per poi calare gradualmente.

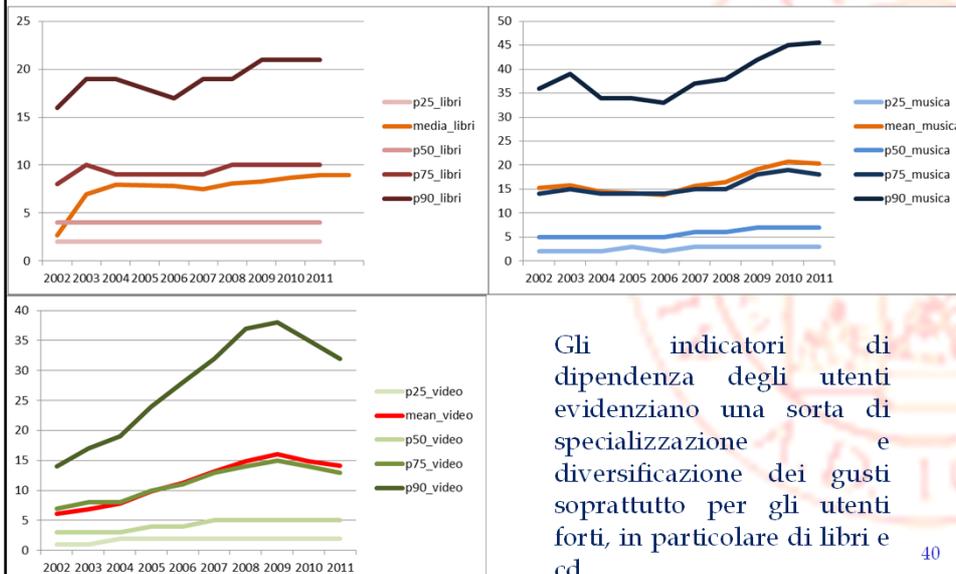
38

Costo del prestito



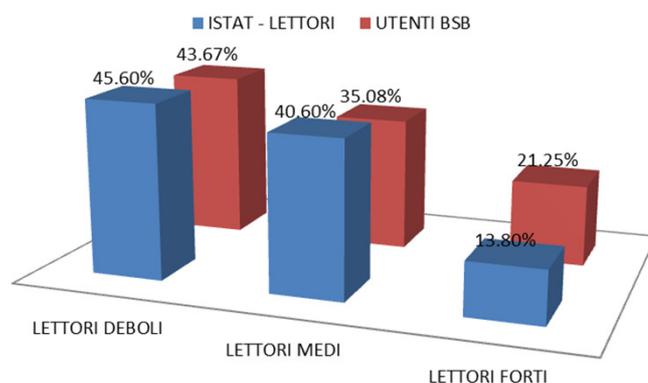
39

L'evoluzione nel tempo degli utenti deboli e forti



40

Le classi dei lettori ISTAT e i lettori di Salaborsa (anno 2011)

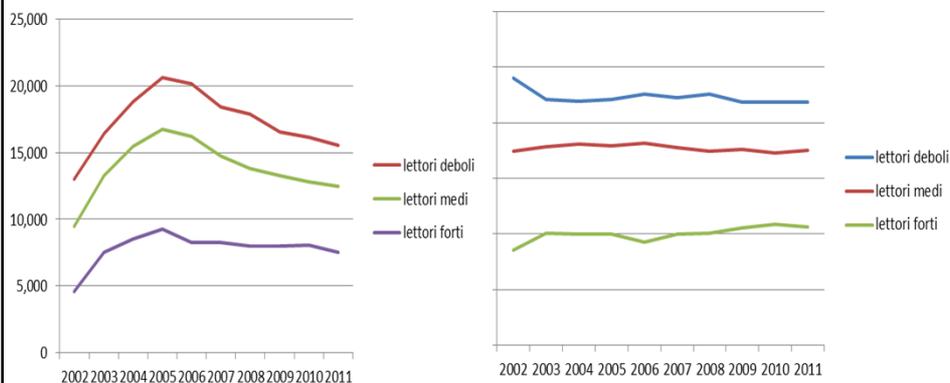


L'Istat distingue i lettori in lettori deboli (1-3 libri per anno), lettori medi (4-11 libri per anno) e lettori forti (12 o più libri).

41

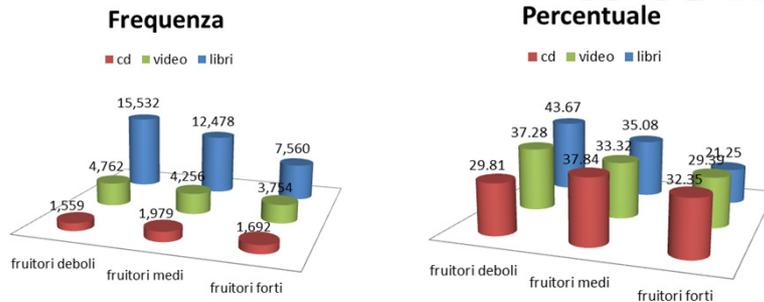
I lettori forti di SB

Se si impone questa distinzione ai fruitori di libri di Salaborsa si ottiene una distribuzione che evolve nel tempo verso utenti più forti.



42

Le classi degli utenti di SB con soglie fisse (anno 2011)

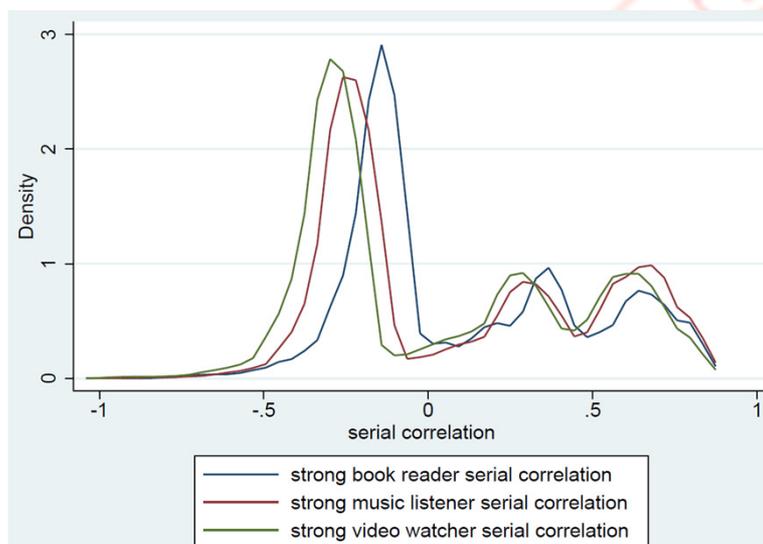


Per distinguere le classi di utenti abbiamo usato le seguenti soglie:

- Libri (libri/anno): deboli (1-3), medi (4-11), forti (≥ 12)
- Musica (cd/anno): deboli (1-3), medi (4-12), forti (≥ 13)
- Video (dvd/anno): deboli (1-3), medi (4-10), forti (≥ 11)

43

L'autocorrelazione degli utenti «forti»



44