



## Piano editoriale per i social media Sistema Bibliotecario Urbano di Monza



## SOMMARIO

1. Che cos'è un piano editoriale per i social media.....	2
2. Analisi della struttura social attuale .....	2
3. Analisi del contesto e del target.....	3
3.1 <i>Dati statistici sui principali social network</i> .....	3
3.2 <i>I social network in biblioteca</i> .....	6
3.3 <i>Monza in numeri</i> .....	6
4. Gli obiettivi da raggiungere e i servizi da promuovere .....	8
5. I social da utilizzare .....	10
6. Il Social Media Team.....	10
7. Quando pubblicare.....	11
8. Cosa pubblicare .....	12
9. Regole di utilizzo degli strumenti di comunicazione .....	13

## 1. Che cos'è un piano editoriale per i social media

Il **piano editoriale per i social media** è un documento che racchiude le **informazioni** e le **modalità di pubblicazione** dei contenuti sui diversi canali social presidiati.

Elaborare un piano editoriale per i social è il primo passo da seguire per implementare una strategia di comunicazione efficace: si tratta di uno strumento indispensabile sia per **organizzare e pianificare le attività social**, sia per **supportare la strategia digitale**, che deve essere coerente con gli **obiettivi** che l'Ente si pone.

Organizzare i diversi contenuti attraverso un calendario di pubblicazione richiede a priori un'approfondita attività di **ricerca e analisi** del progetto da seguire.

Prima di passare alla fase operativa, infatti, bisogna avere ben chiari alcuni aspetti:

- il target di riferimento
- il contesto di riferimento
- quali sono gli obiettivi da raggiungere
- le principali caratteristiche dei servizi da promuovere (con rispettivi punti di forza e debolezza)

Una volta chiariti questi aspetti, è necessario **identificare i diversi canali social** da presidiare, le **risorse umane** da impiegare nel progetto ed eventualmente il **budget** da destinare. Infine si può passare alla fase più pratica, che prevede l'organizzazione del **calendario di pubblicazione**.

## 2. Analisi della struttura social attuale

Allo stato attuale, i **social media attivi** per il Sistema Bibliotecario Urbano di Monza sono i seguenti:

	<b>Pagina Facebook</b>	<b>Profilo Instagram</b>	<b>Canale Youtube</b>
<b>Sistema Bibliotecario Urbano</b>	245 follower		28 iscritti
<b>Biblioteca Civica</b>	890 follower		
<b>Biblioteca dei Ragazzi</b>	1111 follower	610 follower	

<b>Biblioteca San Gerardo</b>	2734 follower	1049 follower	
<b>Biblioteca San Rocco</b>	1970 follower	137 follower	
<b>Biblioteca Triante</b>	372 follower		
<b>Biblioteca Cederna</b>	1783 follower		
<b>Le Immagini della Fantasia a Monza</b>	705 follower		

I canali social delle singole biblioteche sono stati aperti nel corso degli anni. Più recenti sono la pagina Facebook del Sistema Bibliotecario Urbano (creata il 19 giugno 2020) e il canale YouTube del Sistema Bibliotecario Urbano (aperto il 14 aprile 2021).

### 3. Analisi del contesto e del target

#### 3.1 Dati statistici sui principali social network

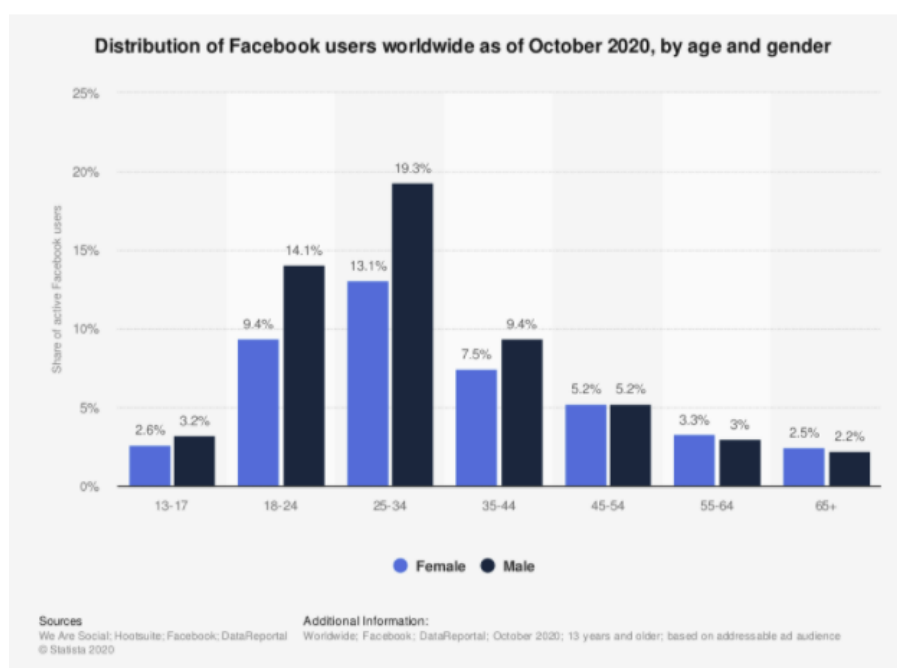
Il grafico che segue rappresenta le statistiche di utilizzo dei social network in Italia nel 2020, confrontate con il 2019 (fonte: <https://vincos.it/2021/04/01/social-media-in-italia-utenti-e-tempo-di-utilizzo-2020/>):



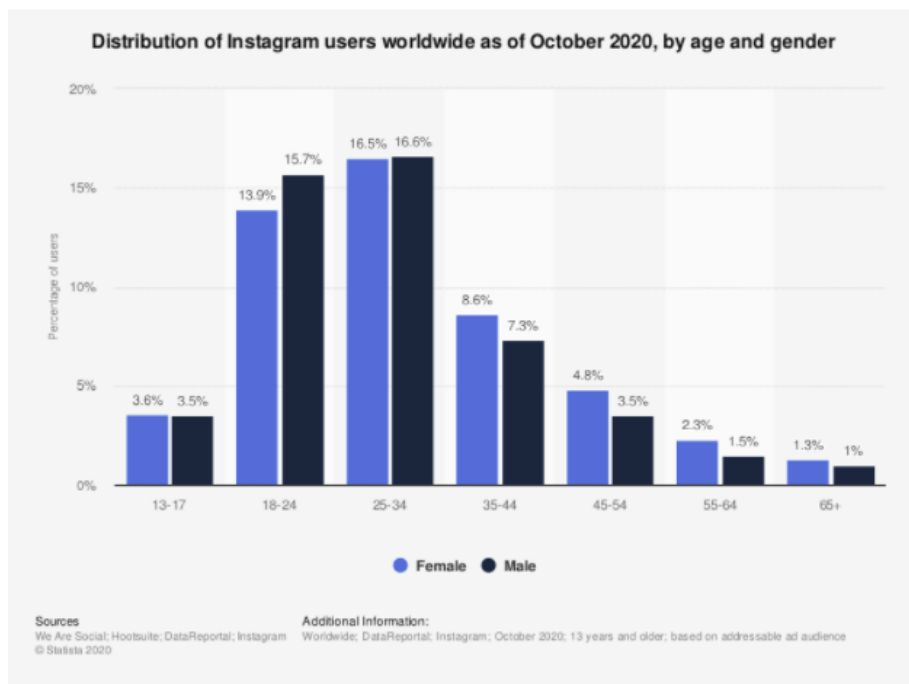
**Facebook** mantiene il primo posto: anche nel 2020 è stato il social più utilizzato in Italia, da oltre 36,7 milioni di persone. Poco distante **YouTube** con 35,5 milioni di spettatori mensili. Sul podio anche **Instagram** con 28 milioni di utenti.

A seguire **Linkedin**, **Pinterest**, **Twitter**. La vera novità è **TikTok** che ha fatto registrare un incremento del 333% ed ha superato la media di 6,3 milioni di audience. Il secondo incremento maggiore è quello di **Twitch** che cresce del 75% e sfiora la media mensile di 4 milioni di spettatori. Gli unici servizi a perdere rilevanza nel 2020 sono stati **Reddit**, **Snapchat** e **Tumblr**.

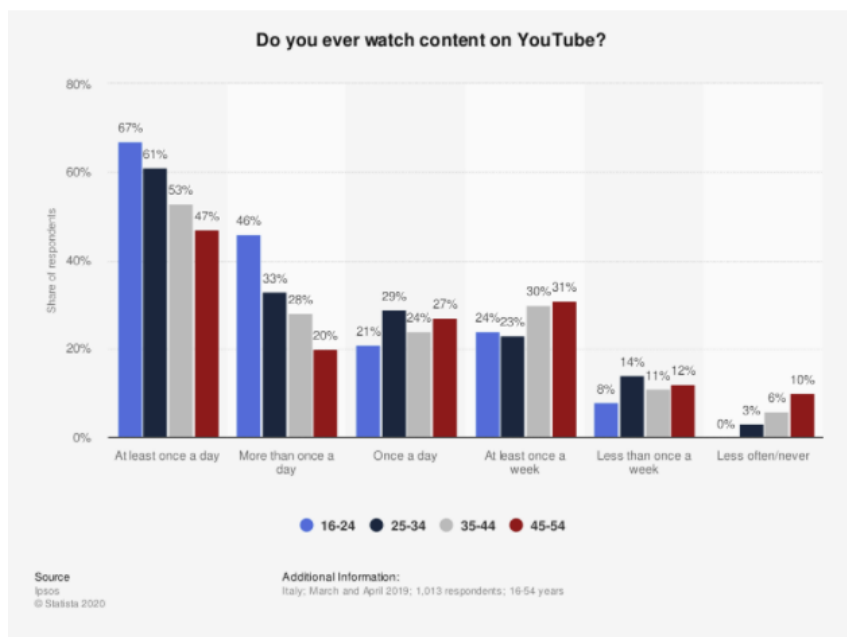
Ragionando per fasce d'età (fonte: <https://business.trustedshops.it/blog/gruppi-utenti-social-media#facebook>), la maggioranza degli utenti su **Facebook** ha meno di 35 anni. Ciò nonostante la piattaforma è usata regolarmente anche da utenti fra i 35 e 54 anni.



**Instagram** ha un pubblico prevalentemente più giovane di Facebook: più della metà degli utenti ha meno di 35 anni. Tra di essi, il 13,9% sono donne di età compresa fra i 18 e i 24 anni.

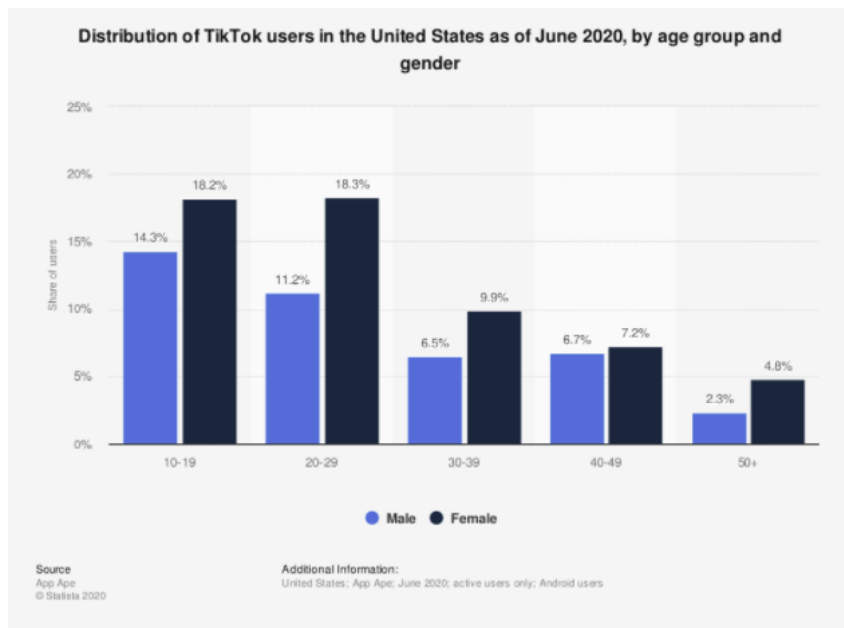


**YouTube** è la piattaforma di social media con il **pubblico più vasto**, in termini di età: dai 16 ai 45 anni. Tra essi, più della metà sono di genere femminile.



Fonte: Statista

**TikTok** è il social con l'audience **più giovane**: dai 10 ai 29 anni, ovvero la Generazione Z. Circa due terzi degli utenti (sotto i 18 anni) sono ragazze.



Fonte: Statista

### 3.2 I social network in biblioteca

I social network che meglio si prestano all'uso in biblioteca, sia in virtù del numero di persone che li utilizzano, sia in considerazione delle funzionalità che mettono a disposizione, sono i seguenti:

- Facebook
- Instagram
- Youtube

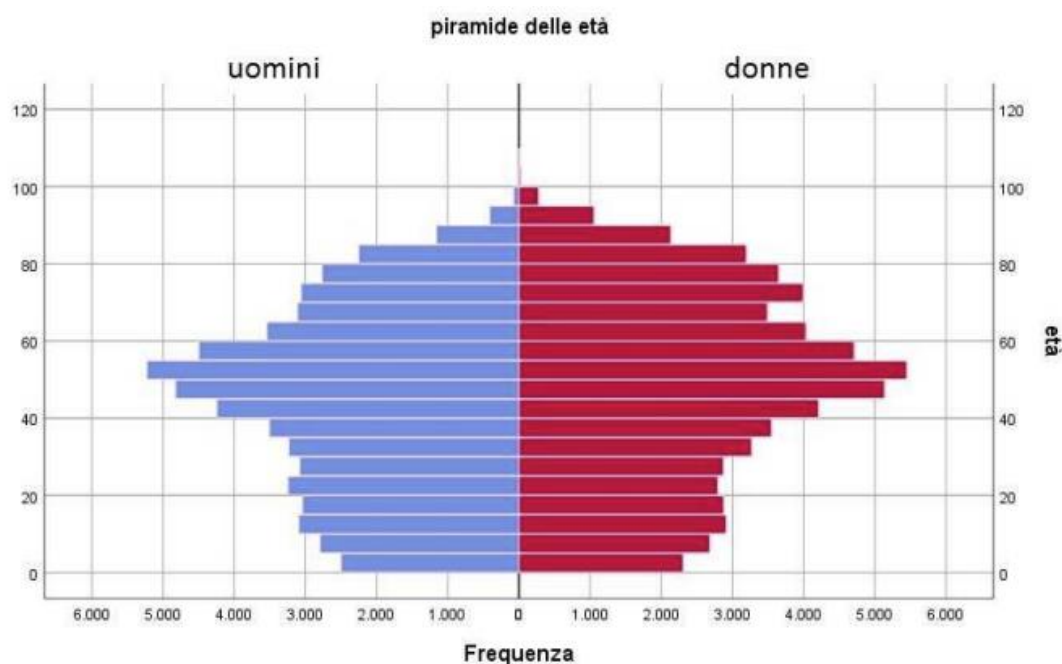
LinkedIn si presta di più, infatti, all'uso a livello aziendale; Pinterest è indicato, per esempio, per gli e-Commerce che vogliono ispirare i propri clienti: infatti viene utilizzato soprattutto come una sorta di "catalogo di idee" in cui trovare ispirazione; per quanto riguarda Twitter, i post, chiamati tweet, rimangono visibili solamente per 18 minuti e hanno un numero di caratteri limitato: è un canale perfetto per chi desidera prevalentemente parlare di notizie ed eventi attuali, poco per l'uso in biblioteca.

In virtù del recente grande incremento di utilizzo di TikTok, soprattutto fra i giovani, potrebbe essere utile valutarne le possibilità di utilizzo in biblioteca.

### 3.3 Monza in numeri

La città di Monza ha una popolazione di **123.593 abitanti\***.

Il grafico che segue mostra la distribuzione della popolazione per sesso e fasce d'età\*\*.



A colpo d’occhio si nota subito una predominanza piuttosto netta degli abitanti nella fascia d’età fra i 40 e i 60 anni. Inoltre, la popolazione femminile (64.429) è più numerosa di quella maschile (59.523)\*\*\*.

\*Dato aggiornato al 31/12/2020

\*\*Grafico aggiornato al 01/01/2020

\*\*\*Dato aggiornato al 31/10/2018

Di seguito, invece, una tabella che riporta la **suddivisione in fasce d’età degli utenti attivi delle Biblioteche di Monza** (utenti che hanno effettuato almeno un’operazione tra il 01/01/2019 e il 31/12/2019\*)

Fascia d’età	Numero utenti attivi
0-5 anni	382
6-10 anni	2.022
11-18 anni	3.677
19-25 anni	1.754
26-40 anni	2.602
41-60 anni	5.908
61+ anni	3.903
TOTALE	20.248

\*A causa della situazione emergenziale i dati del 2020 non sono utilizzabili come parametro di misurazione



Il **picco nella fascia d'età 41-60 anni** è coerente con la distribuzione per fasce d'età della popolazione residente. Si notano inoltre **dati molto elevati anche nella fascia d'età 11-18 anni e 61+**, mentre un **dato piuttosto basso per la fascia 0-5 anni** (in questo caso la ragione potrebbe essere imputabile al fatto che molti genitori utilizzino la propria tessera per prendere in prestito i documenti per i figli in età prescolare, senza iscriverli fin da subito in biblioteca).

Dall'analisi dei dati emerge sicuramente la **necessità di promuovere maggiormente tutte quelle attività che riguardano la fascia d'età prescolare**, andando a intercettare il target dei genitori e attivando collaborazioni con gli stakeholder (per esempio asili nido e scuole dell'infanzia).

Può essere utile **fidelizzare il buon numero di utenti effettivi e potenziali nella fascia d'età 18-34 anni** ricorrendo anche all'uso di **social network più amati da questo target (Instagram)**; risulta inoltre indispensabile continuare a portare avanti anche tutte le attività di comunicazione rivolte al **pubblico adulto e anziano** anche con attività di **alfabetizzazione informatica**, nell'ottica di combattere il digital divide.

Le biblioteche devono mirare a coinvolgere nelle proprie attività **tutte le fasce della popolazione**; la biblioteca deve essere "per tutti", soddisfare i bisogni informativi di tutta la popolazione, mirare a un target il più possibile vario e ampio. Nel caso specifico del Sistema Bibliotecario Urbano l'unica biblioteca che deve selezionare e rivolgere le attività di comunicazione a un target più definito è la Biblioteca dei Ragazzi, specializzata nella fascia d'età 0-14 anni.

#### **4. Gli obiettivi da raggiungere e i servizi da promuovere**

Prima di definire quali sono gli obiettivi da raggiungere, occorre mettere in evidenza i **punti di forza e debolezza** delle biblioteche del Sistema Bibliotecario Urbano.

##### ***Le biblioteche dello SBU (punti di forza):***

- offrono una pluralità di servizi gratuiti;
- possono creare collaborazioni con numerosi stakeholders (scuole, associazioni, autori, illustratori, librerie, ecc.);
- godono dei benefici della cooperazione bibliotecaria, grazie all'appartenenza alla

- rete sistema di **BRIANZABIBLIOTECHE** (catalogo collettivo, servizio di prestito interbibliotecario, progetti comuni a livello di Sistema, ecc.);
- hanno personale qualificato, formato e di livello professionale adeguato;
  - le 6 biblioteche (oltre ai 6 punti prestito) sono dislocate in punti strategici a copertura del territorio cittadino;
  - l'utenza potenziale è varia e trasversale.

### ***Le biblioteche dello SBU (punti di debolezza):***

- registrano un numero contenuto di utenti rispetto al bacino d'utenza potenziale, sia su base cittadina che territoriale;
- presentano difficoltà nell'attrarre alcune categorie di utenza con particolare riferimento alla fascia 19-25 che, come si riscontra anche a livello nazionale, solitamente, dopo il percorso scolastico, tende a non frequentare più le sedi e a non utilizzare più i servizi bibliotecari;
- spesso sono ancora viste nell'immaginario collettivo come entità distanti, luoghi elitari e non amichevoli, se non addirittura poco attrattivi e riscontrano difficoltà a farsi percepire come luoghi dinamici, di aggregazione e spazi di condivisione.

### ***Obiettivi da raggiungere***

Analizzati i punti di forza e debolezza delle biblioteche, si può passare alla definizione degli **obiettivi da raggiungere** attraverso un buon piano di comunicazione social:

- promuovere e valorizzare il Sistema Bibliotecario Urbano come rete di servizi per il territorio;
- far crescere il numero degli utenti e dei frequentatori delle biblioteche del Sistema;
- creare coinvolgimento negli utenti, cittadini, associazioni e creare sinergie con gli stakeholders;
- far conoscere i servizi delle biblioteche all'utenza effettiva e potenziale,, "svecchiando" l'idea di biblioteca come luogo elitario, di studio e semplice conservazione;
- promuovere la lettura, il libro e la cultura;
- pubblicizzare eventi e iniziative promossi dalle biblioteche del Sistema, e più in generale di ambito culturale e di interesse per la comunità di riferimento;

- offrire assistenza all'utenza anche tramite la pubblicazione di tutorial;
- condividere informazioni di servizio.

## 5. I social da utilizzare

Vista la necessità per il Sistema Bibliotecario Urbano di **intercettare un target più ampio possibile**, la proposta è quella di arrivare a utilizzare i seguenti social media (alcuni non ancora attivi, ma attivabili in futuro):

- **Facebook** (Sistema Bibliotecario Urbano e tutte le biblioteche) > per intercettare prevalentemente un pubblico adulto e anziano
- **Instagram** (Sistema Bibliotecario Urbano e tutte le biblioteche) > per intercettare prevalentemente un pubblico giovane
- **YouTube** (Sistema Bibliotecario Urbano)

Senza precludersi per il futuro l'attivazione di altri canali social, a seconda delle necessità e possibilità che emergeranno.

Pur non essendo un social network, si potrebbe infine pensare di utilizzare **Spotify** a livello di Sistema Bibliotecario Urbano per la **condivisione di podcast** (letture, racconti, ecc.).

## 6. Il Social Media Team

Il **Social Media Team** è un gruppo di persone che **definisce e implementa la strategia social dell'Ente** sulla base degli obiettivi strategici e del Piano Editoriale condiviso.

### ***Account del Sistema Bibliotecario Urbano***

Gli account social del Sistema Bibliotecario Urbano di Monza sono gestiti dai membri del gruppo di lavoro recentemente istituito (personale dell'Ufficio Segreteria del Sistema Bibliotecario Urbano e rappresentanti delle varie biblioteche).

### ***Account delle singole biblioteche***

I canali social delle singole biblioteche sono gestiti dal personale in forze nelle biblioteche nel rispetto di quanto contenuto nel presente documento, nella Social Media Policy di

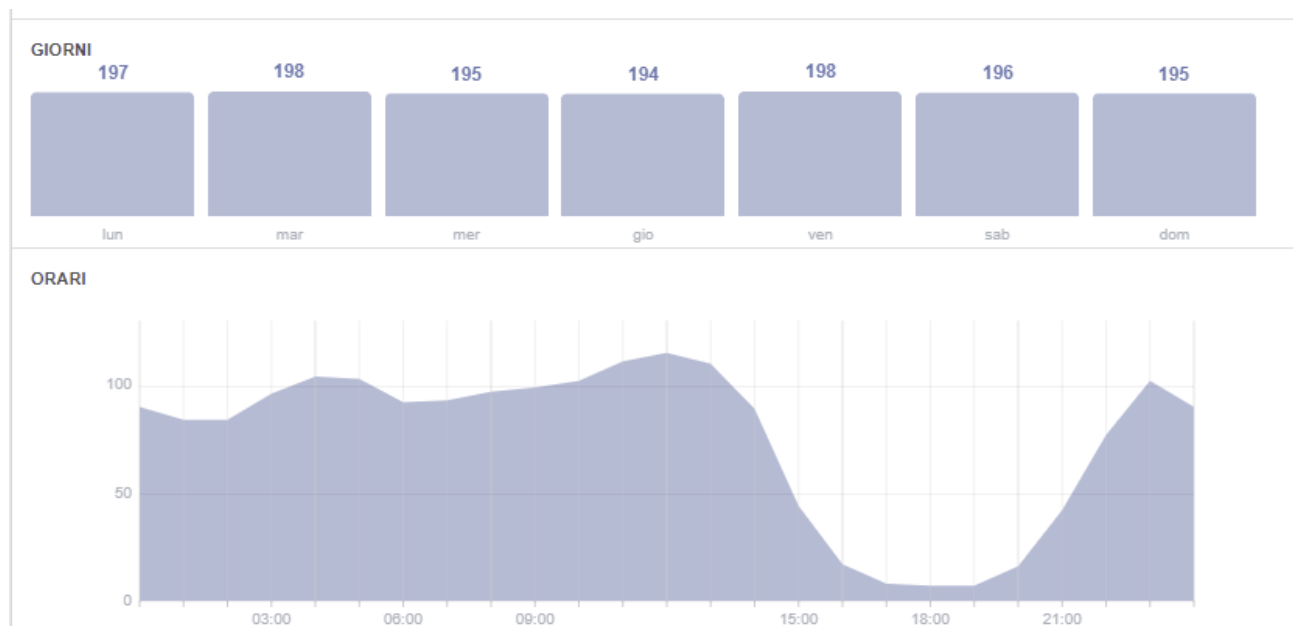
**BRIANZABIBLIOTECHE** e del Comune di Monza e in accordo con le indicazioni della Direzione.

## 7. Quando pubblicare

### *Account del Sistema Bibliotecario Urbano*

Una buona strategia social prevede che gli aggiornamenti dei vari canali siano **costanti e frequenti**: per questo, sempre compatibilmente con le altre esigenze di servizio, sulla pagina Facebook e sul profilo Instagram del Sistema Bibliotecario Urbano sarà prevista la pubblicazione, a cura del gruppo di lavoro, di **almeno due post alla settimana**.

Dall'analisi degli Insights della pagina Facebook emerge che **gli orari migliori per la pubblicazione sono le 13.00 e le 21.00** (il grafico che segue, estrapolato dagli Insights, presenta il fuso orario del Pacifico, a cui vanno aggiunte 9 ore per ottenere l'orario italiano). Le pubblicazioni saranno previste e programmate in queste fasce orarie.



Al momento il profilo Instagram non è ancora attivo. Inizialmente verranno utilizzati gli stessi criteri della pagina Facebook, salvo poi differenziare in base a future esigenze.

Il canale YouTube (già esistente) e Spotify (non ancora attivo) saranno, almeno in una prima fase, utilizzati all'occorrenza per la pubblicazione di video e podcast.

### ***Account delle singole biblioteche***

Le singole biblioteche stabiliranno in base alle **statistiche delle proprie pagine** quali sono i giorni e gli orari migliori per la pubblicazione in modo tale da calibrare il cronoprogramma delle attività.

## **8. Cosa pubblicare**

Sui canali social del Sistema Bibliotecario Urbano e delle singole biblioteche saranno pubblicati **contenuti relativi ai seguenti argomenti e temi:**

- Consigli di lettura e promozione della lettura per diversi target e fasce d'età
- Presentazione delle novità editoriali
- Valorizzazione delle raccolte librerie e documentarie delle biblioteche
- Presentazione delle biblioteche, dei vari spazi a disposizione dell'utenza, dei servizi
- Curiosità sulle singole biblioteche
- Attività di promozione organizzate dalle biblioteche
- News legate al mondo della cultura
- Eventi culturali, premi e concorsi letterari
- Rassegne cinematografiche
- Interviste a scrittori e illustratori
- Contenuti divertenti legati al mondo delle biblioteche e della lettura (per esempio meme ideati ad hoc)
- Contenuti che incoraggino l'interazione tra e degli utenti: sondaggi, contest, ecc.
- Iniziative di interesse per la comunità di riferimento

Saranno portate avanti **rubriche già avviate**, anche in collaborazione fra biblioteche (Colti in flagrante, nell'Atelier dell'artista, ecc.) **e ne saranno ideate di nuove.**

Le varie rubriche saranno caratterizzate da post con una **base grafica ben definita**, in modo tale da risultare a colpo d'occhio ben riconoscibili all'utenza.

## 9. Regole di utilizzo degli strumenti di comunicazione

Per quanto riguarda le regole di utilizzo dei social media del Sistema Bibliotecario Urbano e delle singole biblioteche, si rimanda alla Social Media Policy di **BRIANZABIBLIOTECHE** e alla Social Media Policy del Comune di Monza.

### ***Regole per il Social Media Team***

Ogni dipendente che aggiorna le Pagine Social del Sistema Bibliotecario Urbano deve impegnarsi a mantenere un **comportamento corretto**. Pertanto, oltre al rispetto di quanto previsto dal D.P.R. 16 aprile 2013, n. 62 - Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici, **il personale dovrà assolutamente evitare di:**

- divulgare informazioni su tematiche oggetto di controversie legali o su affermazioni che potrebbero essere utilizzate contro il Sistema Bibliotecario Urbano;
- divulgare informazioni riservate, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti o informazioni su attività lavorative, servizi, progetti non ancora resi pubblici, decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso, prima che siano stati ufficialmente deliberati e comunicati formalmente alle parti;
- divulgare informazioni personali e dati sensibili;
- divulgare informazioni confidenziali e riservate, di esclusivo interesse dei singoli.

### ***Regole per gli utenti***

Sui canali social del Sistema Bibliotecario Urbano **non è prevista moderazione preventiva**: tutti hanno la possibilità di intervenire, interagire, esprimere la propria opinione.

Fermo restando che i commenti e i post degli utenti rappresentano l'opinione dei singoli e il Sistema Bibliotecario Urbano non può essere ritenuto responsabile di ciò che è postato sui canali da terzi, **saranno rimossi:**

- commenti e post che violino le condizioni espresse nelle Policy;
- commenti e post contenenti insulti, turpiloquio, minacce o atteggiamenti che ledano la dignità delle persone e il decoro delle Istituzioni, i diritti delle minoranze e dei minori, i principi di libertà e uguaglianza;

- contenuti che promuovono, favoriscono, o perpetuano la discriminazione sulla base del sesso, della razza, della lingua, della religione, delle opinioni politiche, credo, età, stato civile, status in relazione alla pubblica assistenza, nazionalità, disabilità fisica o mentale o orientamento sessuale;
- contenuti sessuali o link a contenuti sessuali;
- spam, messaggi pubblicitari e promozioni di attività personali (blog, siti privati, ecc.);
- conduzione o incoraggiamento di attività illecite;
- informazioni che possono tendere a compromettere la sicurezza personale o dei sistemi pubblici;
- contenuti che violino l'interesse di una proprietà legale o di terzi;
- commenti o post che presentino dati sensibili in violazione della Legge sulla privacy;
- interventi inseriti ripetutamente.

Sono inoltre **scoraggiati** e comunque **soggetti a moderazione** commenti e contenuti dei seguenti generi:

- off topic, cioè commenti non pertinenti all'argomento pubblicato;
- post e commenti scritti con linguaggio offensivo, atti a disturbare la discussione o offendere chi gestisce e modera i canali social.

Con chi dovesse violare ripetutamente queste condizioni o quelle contenute nelle policy degli strumenti adottati ci si riserva il diritto di usare il ban o il blocco per impedire ulteriori interventi e di segnalare l'utente ai responsabili della piattaforma ed eventualmente alle forze dell'ordine preposte.