

Il prestito

MediaLibraryOnLine è una piattaforma di gestione dei contenuti digitali destinata a tutte le biblioteche che vogliono aderirvi. Ma anche, e soprattutto, un sistema di prestito digitale rivolto agli utenti dei sistemi bibliotecari appartenenti al network

Intervista a Giulio Blasi



Ideata nel 2009, MediaLibraryOnLine è il primo network italiano di biblioteche pubbliche per la gestione di contenuti digitali.

Oggi, con oltre 2.000 biblioteche aderenti di 10 regioni italiane, una popolazione di riferimento di circa 10 milioni di abitanti e una collezione digitale di oltre 200.000 item (tra cui e-book, file audio, video), MediaLibraryOnLine (MlOl) si può definire come «la piattaforma italiana per il prestito digitale (*digital lending*)», ovvero un portale di Digital Asset Management per gestire tutti i problemi di licensing e copyright nei servizi di prestito digitale; oltre che un network nazionale di biblioteche, sistemi bibliotecari e altri enti che collaborano e condividono i costi per la gestione di risorse digitali, formalizzato da una convenzione con un sistema capofila nominato dagli altri enti aderenti (il capofila è il Consorzio Sistema Bibliotecario Nord-Ovest di Milano).

Ne abbiamo parlato con Giulio Blasi, amministratore unico di Horizons Unlimited, la società che ha sviluppato MediaLibraryOnLine (www.medialibrary.it).

Da quali presupposti e con quali obiettivi è nato il progetto? Come si è evoluto nel tempo dal punto di vista dei contenuti offerti, dei partner coinvolti e delle biblioteche aderenti?

Siamo partiti nel 2009 sulla base di un'analisi estremamente semplice. In Italia (e per la verità in gran parte dell'Europa) non esisteva un network di biblioteche pubbliche per la gestione di contenuti digitali,

una tipologia di servizio che nelle *public library* Usa si era diffusa a partire dal 2000. Nel nostro Paese qualcosa era stato fatto in ambito universitario (anche se per lo più utilizzando piattaforme non italiane) e sul tema della digitalizzazione del patrimonio storico. Nel settore delle biblioteche pubbliche invece si era del tutto a zero. Da qui l'idea di sviluppare anche da noi un servizio di accesso via Internet a contenuti digitali di ogni tipo (e-book, musica, film, banche dati, quotidiani e periodici, e-learning, ecc.) venduto alle biblioteche e offerto gratuitamente agli utenti delle stesse. L'evoluzione di MediaLibraryOnLine (MlOl) è stata rapidissima. Quando siamo partiti nel 2009 avevamo difficoltà ad aggregare i contenuti per quanto riguarda la gran parte delle tipologie trattate, ma pian piano i problemi sono venuti meno. Dal 2009 a oggi la collezione ha più che quadruplicato la sua dimensione e in alcuni ambiti offriamo servizi perfettamente sostitutivi alle biblioteche. Ad esempio, in ambito musicale offriamo un servizio che può sostituire al 100% l'acquisto di cd audio da parte della biblioteca - ovviamente questo non è il caso dei libri o dei film. I numeri delle adesioni parlano da soli: nel 2009 avevamo raggiunto 341 biblioteche in tre regioni, oggi siamo in oltre 2.300 biblioteche in dieci regioni. E sono numeri in rapidissima evoluzione.

I costi per sostenere la struttura dal punto di vista della tecnologia e delle licenze sono molto elevati? Come vi muovete in questi ambiti?

Abbiamo investito sulla piattaforma MediaLibraryOnline per alcuni anni ma abbiamo ragionato sin dall'inizio su un modello che fosse sostenibile economicamente.

digitale

MediaLibraryOnline è finanziata in due modi: sottoscrizioni annuali delle biblioteche partecipanti e margini distributivi per alcune aree di contenuto. Il budget deve coprire i costi di sviluppo della piattaforma a ciclo continuo, molto diverso da altre tipologie di servizi/software per i quali si ragiona in termini di rilasci periodici di update e aggiornamenti.

Il modello di business è sostanzialmente quello del marketplace di contenuti: da un lato aggregiamo la domanda (biblioteche) offrendo strumenti di cooperazione che comportano ingenti risparmi di spesa e dall'altro offriamo servizi distributivi a editori/distributori garantendo a tutti parità di accesso alla piattaforma (indipendentemente quindi dagli accordi commerciali con noi) e servizi diretti di distribuzione commerciale per quanti ce lo richiedono.

Da dove provengono i diversi contenuti offerti? Quali accordi avete stretto e con quali partner?

Come marketplace gli accordi sui contenuti sono numerosi e hanno provenienze diversissime. Faccio quindi solo qualche esempio: nel settore e-book i nostri partner principali al momento sono Edigita (Feltrinelli, Messaggerie, Rcs), Casalini libri, Library Ideas, Ledi International Bookseller (ma siamo interessati a distribuire tutte le piattaforme italiane su MloI e stiamo lavorando per arrivare nel giro di pochi mesi a questo risultato). Nel settore musicale l'accordo principale riguarda la distribuzione del catalogo mp3 di Sony.

Come funziona l'acquisto/abbonamento di contenuti da parte delle biblioteche? Ogni biblioteca che aderisce, a seconda delle condizioni e degli accordi, ha ac-

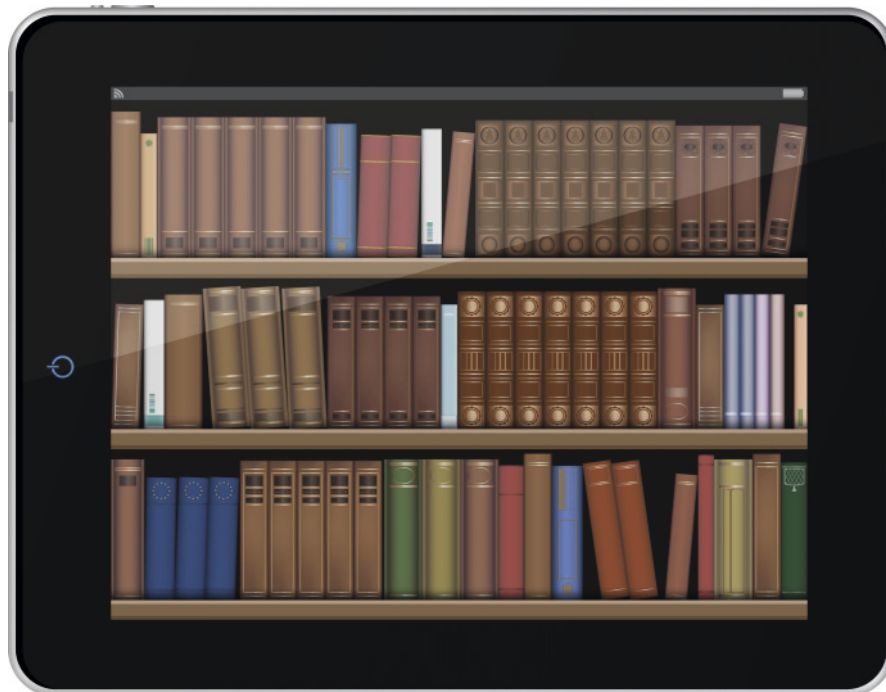
cesso ad un catalogo personalizzato e differente?

Esatto, MediaLibraryOnline è anzitutto una piattaforma di Digital Asset Management che assegna a ogni comunità di utenti (gli iscritti alle biblioteche aderenti) l'accesso ai contenuti acquistati dalla propria biblioteca di riferimento. Viene poi realizzato un portale personalizzato per la biblioteca ma in realtà l'utente potrebbe accedere ovunque a MloI e avere comunque accesso solo ai contenuti di riferimento del proprio sistema bibliotecario. In pratica, l'utente entra in MediaLibraryOnline da dove vuole (anche se l'80% lo fa dai portali personalizzati dei sistemi) e viene profilato sulla base della collezione di contenuti del proprio sistema. Un'altra novità del 2011 è uno Shop (<http://shop.medialibrary.it>) de-

dicato alle biblioteche. Mettiamo in questo ambiente tutte le tipologie di contenuti che distribuiamo commercialmente. Si tratta di uno strumento fondamentale per la gestione in tempo reale della collezione: il bibliotecario è in grado di trasformare in pochi secondi un suggerimento da wish list in un contenuto accessibile sul portale MediaLibraryOnline personalizzato.

Da maggio offrite anche il nuovo servizio di download a tempo degli e-book, grazie ad un accordo con Edigita. In che cosa consiste e quali sono state le difficoltà di realizzazione?

Il servizio consente a una biblioteca di acquistare un titolo con una doppia licenza: da un lato un file che rimane alla biblioteca come copia d'archivio locale (non gesti-



Canali di vendita: biblioteche

bile per il prestito), dall'altro un servizio di *digital lending* basato sul modello *one user/one copy* che consente all'utente (uno alla volta per ogni copia acquisita) di scaricare un file e mantenerlo in lettura su massimo sei device per quattordici giorni.

E per quanto riguarda il nuovo servizio di download degli mp3?

Il servizio Free mp3 download è straordinario in termini di licenza - una licenza specifica per le biblioteche, ci tengo a precisare: accesso flat a tutto il catalogo Sony per le biblioteche sulla base dei volumi di circolazione, download di massimo tre tracce musicali alla settimana per utente, mp3 drm free (quindi l'utente conserva quello che scarica). A inizio 2012 estenderemo la collezione oltre il catalogo Sony e arriveremo a circa 3,5 milioni di tracce musicali scaricabili in biblioteca con questo modello.

Gli accessi da parte degli utenti sono aumentati nel corso del tempo? Quanti utenti unici al giorno? E quanti download al giorno/mese?

Non pubblichiamo ancora i nostri dati di



accesso perché siamo in una situazione in cui più del 50% delle biblioteche è in fase di start-up: costruiscono la collezione, sviluppano una campagna di comunicazione per gli utenti, formano i biblioteca-

ri, formalizzano le procedure di accesso, ecc. Si tratta di processi lunghi che entreranno a regime definitivamente nel corso del 2012. Quello che posso dire è che in un sistema bibliotecario tipo, gli accessi a MediaLibraryOnline sono equivalenti a quelli di una biblioteca media del sistema, con tuttavia costi di gestione straordinariamente più bassi.

Un bilancio di questi due anni di attività di MediaLibraryOnline, tra obiettivi raggiunti e progetti futuri...

Il bilancio è molto positivo, superiore alle aspettative. Stiamo per lanciare una serie di nuovi servizi/contenuti e ci concentreremo nel 2012 sugli aspetti di piattaforma: l'obiettivo di MediaLibraryOnline è quello di sviluppare una serie di Api (interfacce di programmazione per un'applicazione) che consentiranno a tutta la filiera dei siti web connessi alle biblioteche (inclusi i social network come Facebook e Twitter) di essere punti di accesso ai contenuti MLO. Per quanto riguarda i contenuti le prime novità arriveranno a fine 2011 inizi 2012 sul terreno degli e-book. (Intervista a cura di I. Barbisan)

G
Giornale della Libreria

**TUTTA L'ATTUALITÀ DEL GDL
LA TROVI NELLA NUOVA
NEWSLETTER SETTIMANALE!**

Aggiornamenti, cifre,
curiosità e approfondimenti
Ogni martedì a portata di click

GRATIS!

ISCRIVITI ALL'INDIRIZZO newsletter@giornaledellalibreria.it