

Dominique Arot. *Les partenariats des bibliothèques*. Paris: Association pour la diffusion de la pensée française; Villeurbanne: Presses de l'Enssib, 2002. 367 p. ISBN 2-911127-92-7 (Adpaf). ISBN 2-910227-47-2 (Enssib). € 25,90.

Corposo strumento di analisi e guida pratica, l'opera coordinata da Dominique Arot, ex segretario del Conseil supérieur des bibliothèques e attuale direttore della Bibliothèque municipale di Lille, rappresenta un prezioso punto di riferimento per comprendere il concetto di *partnership* quale modalità privilegiata e necessaria dell'azione della biblioteca-mediateca, sia nell'area dell'attività e della promozione culturale che nel contesto sociale, economico e amministrativo in cui l'istituzione è inserita. Prendendo spunto dalla realtà francese, la prima parte del libro distingue con precisione la *partnership* vera e propria, definita anche come atteggiamento e metodo fondati sull'eguaglianza dei partner e sul rispetto reciproco, dalla semplice collaborazione tra biblioteche. Mentre le azioni di *partnership* coinvolgono in un'interazione di scambio e condivisione delle risorse istituzioni, enti o persone che operano in uno specifico settore dell'azione culturale, che svolgono delle *funzioni* (di conservazione, diffusione, creazione, ricerca ecc.) o che "gestiscono" pubblici particolari (ospedali, carceri, scuole ecc.), la collaborazione interbibliotecaria riguarda soltanto il progetto e la realizzazione di operazioni tecniche e biblioteconomiche (catalogazione condivisa, scarti coordinati ecc.). Assai opportunamente, Arot insiste anche sulle condizioni minime (presenza di personale, locali e collezioni adeguate) perché una *partnership* possa realizzarsi, sulle fasi della sua costruzione e sull'importanza del fattore umano. A questo riguardo viene sottolineato come l'azione di *partnership* implichi necessariamente una nuova figura di bibliotecario che, oltre a possedere adeguate "capacità relazionali", sia dotato di competenze giuridiche e amministrative e sia in grado di padroneggiare le tecniche di comunicazione. All'aspetto della comunicazione, ovvero al rapporto della biblioteca con i *media*, alla capacità di diffondere e far conoscere all'esterno le proprie iniziative di *partnership*, Arot ricollega anche un indispensabile momento di verifica, da attuarsi, per esempio, con l'uso di "schede di valutazione" sufficientemente analitiche, ma non rigide, che consentano di tracciare un bilancio annuale delle azioni condotte.

La seconda parte del libro prende in esame il caso particolare delle biblioteche di centri culturali francesi all'estero (Alliance française, Institut de France e altri enti che dipendono dal Ministère des affaires étrangères) e si basa sulle risposte da esse fornite a un questionario in sei punti (riportato in allegato), concepito per analizzare tipologia e modalità delle varie azioni di *partnership*. Dai dati raccolti è emerso che queste biblioteche, definite nella loro duplice natura di istituzioni culturali e centri di informazione e di diffusione della francofonia, si trovano inserite in un complesso sistema di quattro reti cooperative di cui la più importante è quella istituita, a livello locale, con le altre biblioteche del paese ospitante. Ne deriva, di conseguenza, che le iniziative intraprese dalle biblioteche francesi all'estero e dagli organismi di cui esse fanno parte rientrano, per la maggior parte, nell'ambito della collaborazione tecnica (distinta da Arot, come si è visto, dalla vera e propria *partnership*), che in alcuni paesi, come il Marocco, può estendersi anche all'aiuto e alla *expertise* per consolidare una struttura bibliotecaria nazionale ancora inesistente o molto esile. Gli esempi di *partnership* realizzati dall'Europa all'Indocina in una quindicina di paesi dalle condizioni sociali, economiche e culturali assai diverse, vengono illustrati in modo dettagliato nella terza parte dell'opera con una serie di schede sintetiche e di relazioni più approfondite da parte dei responsabili delle strutture interessate. La gamma di queste azioni, svoltesi tra il 1999 e il 2001, è molto ampia: come si è detto, esse cercano di estendere, soprattutto, la collaborazione tecnica e professionale tra biblioteche e bibliotecari, senza però trascurare la generica promozione di eventi culturali (come

una mostra fotografica), lo sviluppo di attività più pertinenti alla sfera del libro e della scrittura (fiere letterarie, traduzioni di opere dal francese ecc.) o le relazioni con la scuola e le università. Per quanto riguarda l'Italia viene citata la sola esperienza della rivista franco-italiana *Eutropia*, nella cui realizzazione risulta coinvolta, peraltro, non una biblioteca ma il Centre de ressources et d'information dell'Ambasciata di Francia in Italia.

La parte finale dell'opera, a cura di Sabrina Guadagna, costituisce un repertorio un po' eterogeneo ma ricco di indicazioni indispensabili per le biblioteche, non solo francesi, che vogliano attivare iniziative di *partnership* in patria o all'estero. Ciascuna delle sezioni di cui si compone questa parte comprende una lunga lista di enti governativi francesi e di istituzioni internazionali (elencate anche in un opportuno indice alfabetico al termine del volume), l'indirizzo dei loro siti Web e una bibliografia selettiva.

Fabrizio Sandrelli

*Biblioteca del Dipartimento di Diritto dell'economia, Università di Verona*

Kalus Ceynowa – André Coners [et al.]. *Cost management for university library: with attached CD ROM*. Munchen: Saur, 2003, 177 p. (IFLA Publications 104). ISBN 3-598-21834-6. € 78; € 58 IFLA Members.

La possibilità di utilizzare il bilancio come strumento di conoscenza e quindi di gestione delle biblioteche universitarie – ma il discorso riguarda le imprese di servizio in generale – è il messaggio di questo interessante volume che riporta i risultati di un progetto sponsorizzato dalla Deutsche Forschungsgemeinschaft e sviluppato dalle biblioteche universitarie e regionali di Münster, di Düsseldorf e dalla Biblioteca universitaria di Paderborn. Il volume è corredato di un software per windows creato *ad hoc*, chiamato *Librarymanager* e distribuito in un CD-ROM allegato.

Il modello proposto denominato *Activity based costing* (*Contabilizzazione sulla base delle attività*) è stato sviluppato in USA già negli anni Ottanta con lo scopo di tenere sotto controllo la crescente proporzione di spese generali (*overhead costs*) nei moderni sistemi produttivi, costituite da attività quali direzione, controllo, pianificazione, coordinamento oltre che inerenti all'area dei cosiddetti servizi indiretti: ricerca e sviluppo, acquisizione, preparazione della produzione, direzione della produzione, controllo di qualità, logistica ecc. Nell'industria manifatturiera i costi di tali servizi indiretti sono assegnati per unità di prodotto in ragione di una percentuale di sovrapprezzo rispetto al costo primario del prodotto finale. In una impresa di servizi invece il processo produttivo ha caratteristiche assolutamente diverse, come emerge dal seguente modello che lo articola in 3 distinte fasi: 1) *fase potenziale*, che si riferisce all'approntamento e mantenimento della capacità di fornire servizi a richiesta; per le biblioteche universitarie i corrispondenti fattori produttivi sono, ad esempio: una adeguata quantità di personale qualificato per le varie funzioni, la costruzione di una collezione coerente con il profilo disciplinare richiesto, l'offerta di buoni strumenti di ricerca, la creazione di una infrastruttura tecnologica che permetta un accesso ampio e aggiornato a diverse collezioni di dati ecc.; 2) *fase di processo*, in cui sono messi in atto processi per soddisfare la richiesta di servizi. Questa fase è possibile solo se attivata dall'intervento di un fattore esterno alla biblioteca, cioè l'utente che manifesta un bisogno informativo; 3) *fase del risultato*, che è costituito dal beneficio che risulta per l'utente dall'uso del servizio e rappresenta la logica conclusione delle fasi precedenti: in questa fase, però, la biblioteca non svolge più alcuna attività, se non, eventualmente, quella di verificare la soddisfazione dell'utente.

Questa descrizione evidenzia che una caratteristica intrinseca del servizio è l'*intangibilità*: il servizio cambia una condizione o la ricostituisce, ma non trasferisce alcun ogget-