

La (mia) verità su Idea Store

di Sergio Dogliani

A dieci anni dalla nascita del concetto Idea Store (e a sette anni dall'apertura del primo centro), è forse doveroso fare il punto della situazione su uno dei progetti bibliotecari internazionali che continua a far discutere.

Gli Idea Store sono nati dall'esigenza di rivitalizzare le biblioteche di Tower Hamlets, una delle 32 municipalità che costituiscono Londra. Nonostante la presenza del numero più alto di biblioteche nella capitale, nel 1998 Tower Hamlets non riusciva a raggiungere più del 18% della popolazione (550.000 visite annuali), cifra bassissima nel contesto britannico. A seguito di un'approfondita ricerca di mercato tra utenti e non utenti, e la conseguente elaborazione di numerosi dati qualitativi, l'amministrazione si è impegnata in un'intensa collaborazione con consulenti ed architetti, il cui frutto è stato una strategia che ha unificato il servizio biblioteche con i programmi di formazione permanente, in edifici nuovi e idonei alle esigenze del XXI secolo e posizionati nelle vie principali del quartiere.

Anche in Italia si è scritto e parlato molto di questo modo d'intendere un servizio bibliotecario e, visti i pareri anche molto contrastanti che sono emersi, mi pare logico partecipare a questa discussione in prima persona, innanzitutto per chiarire, ma anche per rilanciare e proseguire il dibattito. L'esempio più recente di analisi critica del concetto Idea Store viene dal contributo di Alberto Salarelli pubblicato in questo stesso fascicolo del *Bollettino* e, siccome il suo articolo raccoglie l'eco di altri che l'hanno preceduto, è proprio da qui che vorremmo cominciare. Salarelli ribadisce molti aspetti dell'istituzione biblioteca sui quali ci troviamo perfettamente d'accordo, punti che commenteremo nel corso del nostro ragionamento. Molte delle riflessioni su Idea Store tuttavia, rincresce dirlo, sembrano basate su fatti non dimostrabili. Non ci risulta che le considerazioni espresse siano state verificate alla fonte, e notiamo con preoccupazione questo approccio, visto che queste opinioni arrivano da intellettuali rispettabili. Speriamo, nello spirito di un dibattito equilibrato e leale, che si tratti solo di una svista, e che nessuno si senta esonerato dal fare le dovute verifiche prima di offrire su Idea Store le proprie considerazioni, e soprattutto conclusioni, che sembrano molto affrettate.

Il risultato è che degli Idea Store viene dato purtroppo un identikit irriconoscibile a chiunque le frequenti o ci lavori, perché, secondo queste superficiali descrizioni, essi sembrano soltanto luoghi in cui si va per esercitare i propri hobby, girando per i corridoi e agitando spropositatamente enormi contenitori di caffè e popcorn o telefonini, prima di essere intrattenuti da spettacoli musicali e teatrali. Libri? Se ne esisto-

SERGIO DOGLIANI, Principal Idea Store Manager, London Borough of Tower Hamlets, email sergio.dogliani@towerhamlets.gov.uk

no saranno solo bestseller di infima qualità, sicuramente. Bibliotecari? Non se ne parla nemmeno. Qual è il modello e la logica di mercato di questi posti? Quella tritatutto dei Blockbuster, chiaro. Del resto, che cosa ci si può aspettare se la gestione di queste strutture è affidata direttamente all'utente, in totale anarchia, e se questo utente non ha altri modelli che i centri commerciali, e la "democrazia" così come la intendono Murdoch e Berlusconi? Con tutta questa fretta di arrivare ad improbabili conclusioni ci viene da dire: calma. E vorremmo invitare, piuttosto, a ragionare.

L'obiettivo che ci sta a cuore è di dimostrare come si possa fare una proposta di biblioteca diversa, non l'unica possibile, ce ne rendiamo conto, ma sicuramente un'alternativa a quelle biblioteche di stampo tradizionale che non si sono adeguate al cambiare dei tempi.

Cominciamo dai punti principali di queste analisi. In esse si mette in discussione l'intera logica dell'operazione: incorporare biblioteca ed educazione permanente. Ci pare impossibile giudicare se questa sia o no una buona idea senza considerare innanzitutto il contesto britannico – lo abbiamo già detto in altra sede, ma lo ripetiamo per ulteriore chiarezza: in Gran Bretagna esiste da decenni una forte tradizione di formazione continua, attraverso corsi per adulti sovvenzionati da forti contributi statali. Governi di tutti i colori politici nell'ultimo secolo hanno favorito programmi curriculari a largo respiro, e il risultato è che i centri di formazione sono da tempo considerati alla pari di un'altra istituzione che sta alla base della democrazia britannica: le biblioteche pubbliche. La ricerca di mercato tra utenti e non utenti di biblioteche fatta a Tower Hamlets ha rivelato un desiderio tra i residenti di poter accedere facilmente ad attività aggiuntive – e complementari – alla pubblica lettura, come i corsi. Da qui lo spunto a costruire edifici dove i due servizi possano convivere, inizialmente solo per una questione di condivisione di costi. Quello che dapprima sembrava semplicemente un matrimonio di convenienza, tuttavia – di per sé tutt'altro che disprezzabile, e molto pragmatico, tipico della cultura britannica – si è poi rivelato avere le potenzialità per favorire una sinergia che trae la forza dal fatto, innegabile a nostro parere, che chi è attratto dalla lettura spesso vuole imparare qualcosa di nuovo e, viceversa, chi è impegnato in processi di apprendimento può approfondire maggiormente i propri studi se si trova in un ambiente dove è facile accedere a documenti e materiali che può prendere in prestito gratuitamente.

Si può ridurre dunque tutto questo ad una questione di spreco di fondi pubblici per interessi elitari come l'hobbistica? Non crediamo proprio. Sui 900 corsi in offerta, per la stragrande maggioranza si tratta in realtà di corsi di formazione, molti dei quali portano ad un impiego (in una zona dove il 25% della popolazione è costituito da disoccupati), o di corsi che contribuiscono ad un miglioramento della qualità della vita: quindi, non solo alfabetizzazione, inglese come seconda lingua, aritmetica, informatica, contabilità, dietetica (in un municipio tristemente in fondo alle classifiche della salute), ma anche cucito, per esempio, perché in tempi economicamente difficili c'è chi, con famiglie numerose, non ha altra scelta che farsi i vestiti piuttosto che comprarli, e così via. Numismatica? No. Trenini elettrici? Nemmeno, abbiamo cose molto più importanti di cui occuparci. Vogliamo rassicurare a questo punto i colleghi bibliotecari: neanche una sterlina destinata ai libri è stata spesa per corsi di aerobica, né viceversa. Il motivo è semplice: nonostante il servizio per gli utenti di Idea Store sia omogeneo e senza soluzione di continuità, in realtà fondi per corsi e libri provengono da due ministeri diversi: Istruzione e Cultura.

È giusto poi dare una descrizione più precisa dell'ambiente in cui si svolgono le attività prettamente bibliotecarie e le altre: negli Idea Store non esistono cucine industriali che emanano puzza d'olio fritto tra gli scaffali, né vapore che sciupa le pagine dei libri.

E non abbiamo nemmeno officine meccaniche dove si impara a cambiare il filtro dell'aria e le candele dell'automobile: la verità, dimostrabile a chiunque si preoccupasse di verificarlo, è che queste attività, e altre come la lavorazione della ceramica, non hanno luogo in biblioteca, ma in succursali con strutture appositamente costruite per queste materie di studio. Vogliamo chiarirlo per scongiurare immagini di utenti che, finito un corso di meccanica o ceramica, passano senza pausa a consultare i nostri numerosissimi libri con mani ancora sporche di grasso o di creta. È vero che abbiamo politiche permissive, ma non fino a questo punto! Non ci vergogniamo di ammettere, invece, di avere all'interno di un Idea Store un centro studi di danza, e una suite per la medicina alternativa, dove imparare il massaggio indiano e l'aromaterapia, entrambi adiacenti a docce e servizi, ed armadietti per gli effetti personali. Questi servizi erano già esistenti prima che nascessero gli Idea Store, li abbiamo semplicemente spostati, perché molto popolari, in ambienti molto più accessibili (per via della loro localizzazione centrale, e l'esistenza di ascensori e toilette idonee all'uso anche da parte dei disabili). Dove, per esempio, si può praticare yoga, frequentare corsi di danza contemporanea che danno accesso all'università e programmi di medicina alternativa che portano ad una qualifica professionale, e allo stesso tempo si trovano libri e materiali audiovisivi, che ne facilitano lo studio. La lettura e l'istruzione sono, e sono sempre state, strettamente legate, e se torniamo indietro di cento anni, troveremo che le biblioteche pubbliche nella nostra zona, lo storico East End londinese, hanno sempre avuto un ruolo fondamentale nell'istruzione della popolazione locale, perché le comunità meno abbienti, quelle che non avevano la fortuna di accedere alle scuole, finivano con l'imparare a leggere e a scrivere proprio dai bibliotecari, nella biblioteca pubblica di Whitechapel. Ciò che è cambiato è semplicemente il tipo di comunità: quella ebraica che si era stabilita nell'East End nel 1910 ha fatto posto oggi alle comunità asiatiche e dell'est europeo. E l'antica biblioteca di Whitechapel si è trasferita nel cuore della comunità di questo secolo, ad Idea Store Whitechapel. Come discorso ci pare molto coerente, una rielaborazione di un'idea precedente già ampiamente collaudata.

Consideriamo ora un altro aspetto che viene spesso citato quando si parla di Idea Store: la cosiddetta adozione del modello *bookshop*. Partiamo innanzitutto da un'altra asserzione di Salarelli: «Nati a seguito di una ricerca di mercato e strutturati a misura di quella maggioranza di cittadini che ha come unico modello di spazi urbani a lei conosciuto il mercato, gli Idea Store non potevano che assomigliare al mercato». Qui facciamo una pausa, deglutiamo, e ricostruiamo con calma nella nostra mente questa frase: «quella maggioranza di cittadini che ha come unico modello di spazi urbani a lei conosciuto il mercato». Forse ci sbagliamo, ma questa ci pare proprio un'enorme generalizzazione. Assurda, pericolosa e poco rispettosa. Veramente si possono accomunare i 225.000 residenti di Tower Hamlets come fossero tutt'uno e concludere che hanno come unico modello il mercato? Affermazioni così denigratorie fanno molto male, sia a chi le riceve sia a chi le fa: se le facessimo noi, sicuramente dovremmo renderne conto. In realtà; nella ricerca di mercato condotta dieci anni fa, il 61% dei residenti ha semplicemente detto che avrebbe frequentato di più le biblioteche se le avessimo posizionate, per comodità, vicino a centri commerciali (mercati rionali, supermercati). Altri hanno detto che volevano orari di apertura più ampi, che facilitassero la frequentazione delle biblioteche. Ed altri ancora hanno detto che apprezzavano il servizio di qualità offerto da alcuni grandi magazzini. Tutto qui. Da queste indicazioni siamo arrivati alla nostra strategia di posizionamento degli Idea Store, ed abbiamo adottato alcune delle forme del mondo commerciale (orari lunghi, cura negli ambienti), senza adottarne i fini di lucro che ne sono alla base. Dobbiamo considerarci immorali per questo?

Continuiamo il discorso dicendo poi che, se valutiamo il modello *bookshop*, ci sono librerie e librerie, alcune ottime, altre molto meno (e questo vale anche per le biblioteche, naturalmente), e questa approssimazione ad un unico tipo appiattisce il dibattito. Comunque, gli Idea Store si rifanno sì ad alcune delle migliori librerie, e ne traggono le idee migliori (o almeno cercano di farlo, perché i mezzi a disposizione di una struttura pubblica non saranno mai quelli di una struttura commerciale). Che cosa offre una buona libreria, che sia indipendente o che faccia parte di una catena? Una gamma di libri che soddisfi una moltitudine di clienti, personale competente, ambienti curati, l'uso della comunicazione, l'impiego di soluzioni grafiche, l'intelligente allestimento di vetrine. E poi, cosa importantissima, il posizionamento del cliente al centro dell'intera operazione. Chi è questo cliente? Solo chi consuma bestseller "usa e getta"? Chiaramente no, altrimenti perché si dedicherebbero intere sezioni ai classici, alla poesia, alla saggistica di qualità o all'editoria minore? La differenza fondamentale tra biblioteca pubblica e libreria sta nel fatto che uno è un servizio pubblico, l'altra un'attività commerciale. È sbagliato prendere in prestito tecniche di vendita collaudate nel settore commerciale e, con le dovute modifiche, adattarle al settore pubblico? Siamo convinti di no, e ci crea raccapezzio il veder deridere in questi discorsi addirittura pratiche comunemente adottate da anni nelle migliori biblioteche a livello internazionale, comprese le italiane, come quella di esporre libri e altri materiali di piatto e non di costa, come se non avessimo ancora imparato a sfruttare la bellezza suggestiva dell'oggetto libro, che si vende (o nel caso delle biblioteche, si prende in prestito, ovviamente), anche perché ci è dato di vederne l'accattivante copertina, e non solo il dorso. «Pensateci: chi ragiona così? L'istituzione pubblica o il mercato?», chiede Salarelli. La risposta è semplicissima: chi ragiona così è un'istituzione pubblica che cerca di stare al passo con i tempi, senza per questo compromettere il proprio obiettivo di essere al servizio del pubblico: c'è veramente ancora qualcuno nel campo delle biblioteche pubbliche che ha da discutere al riguardo? Chi, tra i colleghi bibliotecari, non è mai entrato in una libreria per comprare un libro e ne è uscito con tre? Forse non pensava di aver bisogno di acquistare gli altri due, ma poco prima di uscire lo sguardo si è posato sulla nuova edizione di un libro che cercava da tempo, e poi di un altro, scritto da un autore esordiente consigliato da un'amica. Deve sentirsi in colpa per aver "abboccato" all'esca commerciale della libreria? Perché mai? E così in biblioteca: possiamo, e dobbiamo essere a disposizione del pubblico nell'allargare, se richiesto, l'orizzonte delle letture dei nostri utenti. Fa parte del nostro lavoro. Ma che problema c'è nell'imparare anche dai librai come esporre e promuovere un buon libro? Non vediamo proprio alcuna contraddizione. In quest'ottica l'accomunarci a Blockbuster, che ha ben altre pratiche e politiche, ci pare decisamente esagerato.

Imparare dal settore commerciale nel caso di Idea Store vuol dire semplicemente questo, e il risultato per l'utente non è un'esperienza paragonabile ad un anonimo pomeriggio in un qualsiasi centro commerciale, e ci sembra ingiusto desumere che colleghi seri come Solimine e Severino concludano altrettanto: anche questa è solo una delle tante deduzioni affrettate che indeboliscono il dibattito.

Ancora Salarelli: «Lo sviluppo delle collezioni è dunque sostanzialmente vincolato all'andamento del mercato editoriale, all'articolazione delle classifiche di vendita, al successo raggiunto da determinati titoli in virtù del battage pubblicitario delle loro case editrici».

Allora, premettendo che le liste di vendita abbondano di titoli di alta qualità, per cui sarebbe sbagliato, di nuovo, fare di tutt'erba un fascio, non tener conto delle classifiche di vendita secondo noi è pura miopia professionale, e le migliori biblioteche

sono quelle che riescono a mettere a disposizione del pubblico sia una collezione ragionata e durevole a lunga scadenza, sia altri titoli più legati al momento: il segreto è nel trovare il giusto equilibrio, senza appiattirsi sui bestseller ma senza neppure ignorarli. Ad Idea Store siamo consapevoli di non esserci ancora riusciti al cento per cento, ma sicuramente ci stiamo provando.

Si parla poi spesso e con preoccupazione dell'obiettivo degli Idea Store (solo nostro?) di voler attrarre l'utente a tutti i costi, e di offrire un servizio "per tutti". In un caso, addirittura, ci viene chiesto perché "per tutti" e non "per molti"? Questa domanda ci lascia esterrefatti: ma come, adesso si mette addirittura in discussione anche il fatto di allargare l'utenza così da raccogliere strati della società che di solito non frequentano biblioteche?

Allora, innanzitutto, un'occhiata alla documentazione sul sistema bibliotecario britannico avrebbe rivelato che il *Public Libraries and Museum Act* del 1964 (l'atto di legge sulle biblioteche pubbliche) decreta senza mezzi termini al punto 7. *General duty of library authorities*: «It shall be the duty of every library authority to provide a comprehensive and efficient library service for all persons desiring to make use thereof»¹.

Dunque, nessuna ambiguità per quanto riguarda questo punto: abbiamo la responsabilità e il dovere di offrire un servizio per tutti. Non si discute. E in ogni caso, come potremmo definire "molti"? Nel caso italiano, se prendiamo una media di utenza intorno al 10%, saremmo contenti se si aumentasse questa del 30% per arrivare ad un ancora misero 13%? O del 50% per arrivare ad un modesto 15%? Siamo sicuri che una tale utenza giustifichi la spesa in strutture e infrastrutture intorno alle biblioteche? Siamo convinti del bisogno di avere obiettivi molto più ambiziosi, se veramente si vuole avere un impatto adeguato. Il puntare solo a molti, invece che a tutti, suscita poi il sospetto che si cerchino e si finiscano con l'attrarre solo una fetta molto ristretta della popolazione, in modo alquanto arbitrario. Anche a 1500 km di distanza è impossibile non sentire odor di snobismo in questo approccio selettivo.

È chiaro che ci sarà sempre chi deciderà di non frequentare le biblioteche, e dovremo rispettare la loro scelta, ma al cittadino si deve prima di tutto offrire questa scelta, in modo che essa sia comprensibile. Non crediamo che l'allargare il pubblico debba necessariamente comportare una soppressione dei servizi per chi è abituato a biblioteche di stampo tradizionale. Ci sono moltissime biblioteche (Idea Store compresi, a nostro parere), dove si mira ad un connubio ideale e si cerca di soddisfare sia i bisogni della massa che quelli di utenti più esigenti. Fondamentale è che le risorse per le collezioni continuino ad essere adeguate alle esigenze locali: nel nostro caso, dal momento dell'apertura del primo Idea Store nel 2002 ad oggi c'è stato un aumento del 92% dei fondi stanziati per gli acquisti, e oggi spendiamo 700.000 euro all'anno nell'acquisto di libri nuovi. Provochiamo l'invidia di molti colleghi britannici, le cui amministrazioni sborsano cifre molto inferiori, ed è questa la dimostrazione più lampante che il servizio bibliotecario, all'interno di Idea Store, non è una scusa per fare altro, ma resta l'essenza stessa della nostra esistenza.

Ma è ovvio che non basta solo spendere, bisogna spendere bene. Allora, tramite buone relazioni con i nostri fornitori e un'attenta e continua analisi dello stato delle collezioni da parte del nostro personale specializzato, stiamo cercando di creare una collezione di cui essere orgogliosi, che non corrisponde per niente alle immagini di

1 <http://www.opsi.gov.uk/RevisedStatutes/Acts/ukpga/1964/cukpga_19640075_en_1>, trad.: «Sarà dovere di ogni biblioteca provvedere un servizio bibliotecario completo ed efficiente per tutte le persone che desiderino farne uso».

libri-spazzatura descritte da qualcuno. Questo ci pare il modo migliore per tutelare quanti (minoranze o maggioranze che siano) si aspettano un servizio di qualità. Oltre a questo, dando anche uno sguardo al programma dei nostri gruppi di lettura, per esempio, si noterà una notevole varietà di titoli su cui discutere appassionatamente: *Il Pendolo di Foucault*, *Il gattopardo*, e poi Ian McEwan, classici della letteratura inglese, americana e mondiale, e non solo l'ultimo fenomeno da battage pubblicitario, prova dell'impegno a soddisfare utenze di tutti i tipi.

E per finire con le collezioni: se esse sono in buono stato, lo sono nonostante non si faccia (quasi) più catalogazione in loco. È curioso notare come questa informazione in particolare sembri scandalizzare alcuni colleghi italiani; perciò lo vogliamo chiarire una volta per tutte, anche perché questa non è una caratteristica tipica solo degli Idea Store: gran parte delle biblioteche in Gran Bretagna non impiega più personale addetto alla catalogazione. Si è perso il mestiere del catalogatore? No, si è semplicemente spostata la loro funzione presso i fornitori di libri, che devono comunque garantire una catalogazione secondo gli standard internazionali. Circa il 10% dei libri viene ancora catalogato da noi, ma si tratta di volumi in lingua straniera (somalo, bengalese, arabo, cinese, vietnamita), perché i fornitori specializzati in questo campo non riescono ancora a garantire un servizio di qualità; se un giorno i fornitori miglioreranno il loro servizio faremo volentieri a meno di investire in catalogazione, e trasferiremo le nostre risorse altrove, per esempio nell'acquisto di libri. Gli Idea Store fanno parte di un consorzio bibliotecario comprendente 12 municipalità londinesi, che ha portato efficienza e maggior potere d'acquisto a un terzo della capitale. Il nostro catalogo a Tower Hamlets conta circa 350.000 documenti, quello del consorzio di cui facciamo parte ne conta più di tre milioni, che possono essere prenotati e trasferiti da una parte all'altra di Londra in pochissimo tempo. Vuol dire che un terzo di Londra ha collezioni di libri identiche? No, poiché ogni municipalità ha strumenti abbastanza sofisticati che permettono uno sviluppo delle collezioni in modo che rispettino le esigenze locali. Con tutto il rispetto per i colleghi catalogatori, di cui continueremo ad aver bisogno nei modi descritti sopra, speriamo che quanto si è detto provi una volta per tutte che si può anche avere un servizio bibliotecario di qualità senza impiegare direttamente risorse nel lavoro di catalogazione, come già dimostrato in moltissime biblioteche a livello internazionale.

Procediamo con la discussione: tramite Salarelli veniamo a conoscenza della descrizione accurata che Aldo Cazzullo ha fatto dei non-luoghi commerciali². Concordiamo con lui quando si preoccupa nel vedere l'espansione efferata degli *outlet* in Italia, e stiamo per alzarci ed applaudire calorosamente quando, all'improvviso, ci troviamo ad essere accusati dello stesso delitto (non da lui, va precisato): ma come, ci chiediamo, dopo tutti gli sforzi che abbiamo fatto anche noi per creare uno spazio identitario, sociale e storico, dove davvero si stringono relazioni, possibile che si finisca anche noi con l'essere marchiati semplicemente come *outlet* culturale? Ingiusta e disonesta, quest'analisi. Invitiamo i sociologi a studiare il fenomeno Idea Store, perché siamo sicuri che vi troveranno materiale interessantissimo, e constateranno con i loro occhi, per esempio, l'impegno quotidiano affinché i bambini degli immigrati di lingua somala e bengalese imparino sì l'inglese, ma non dimentichino la madre lingua, e che, nonostante i nostri libri siano in stragrande maggioranza in inglese, ce ne siano anche in arabo, urdu e polacco, di modo che i futuri residenti crescano con un forte senso d'identità, nel rispetto delle culture da cui provengono.

² Aldo Cazzullo, *Outlet Italia. Viaggio nel paese in svendita*, Milano: Mondadori, 2007.

E che il patrimonio storico dell'East End, di valore inestimabile, sia conservato attraverso la tutela dei nostri archivi, e che questi siano messi a disposizione delle nuove generazioni proprio attraverso gli Idea Store.

E quando poi si parla di rapporto tra biblioteca e territorio, come non aderire in tutto e per tutto al *Manifesto Unesco* nel riconoscere alla biblioteca il suo ruolo nella protezione delle diversità culturali, che rispecchino le realtà locali? Il successo di Idea Store è evidente sotto molti aspetti, ma noi siamo particolarmente fieri di aver contribuito, attraverso la nostra politica di aggregazione, alla coesione sociale di un quartiere che fino a poco fa non era facile da gestire. Siamo riconosciuti a livello nazionale e internazionale per il nostro approccio alla diversità sociale (ci riferiamo qui a tutti i servizi del comune di Tower Hamlets, non solo Idea Store), perciò siamo sconcertati quando si arriva alla conclusione che rifarsi al *bookshop model* (ipotesi già rifiutata poc'anzi), porti all'antitesi del *Manifesto Unesco*: qui Salarelli tradisce una frettolosa ricerca in proposito, quando scrive che «è verosimile pensare che siano ben altri i criteri di scelta e di organizzazione dei materiali da mettere a disposizione del pubblico». Notare: «... è verosimile pensare ...» prova che egli non si è sforzato di verificare di persona. Se ci fosse stato chiesto: «avete altri criteri nella scelta e l'organizzazione dei materiali, oltre alla protezione delle diversità culturali?» la risposta sarebbe stata secca: no. Alla domanda: «volete rendere omogenee le vostre comunità, secondo una logica di mercato globale?» avremmo risposto nuovamente no. E da qui in avanti è una valanga di conclusioni affrettate, approssimative e per niente illuminate. Ci avrebbe fatto piacere ricevere la domanda: «ma ci saranno presenze e interessi privati nella gestione di Idea Store?» e anche in questo caso la risposta sarebbe stata un altro secco no. E poi: «volete negare al cittadino un servizio equo e indipendente?». No. «Avete intenzione di imitare il privato sulle forme di gestione dei dipendenti, o nella scelta dei materiali?». Assolutamente no. «Scegliere attività e servizi secondo un modello commerciale, e adatterete apposite tariffe a tale scopo?». Chiedo scusa se assomigliamo ad un vecchio LP che si incanta sullo stesso pezzo, ma ripetiamo ancora una volta: no. Per chi non ne fosse ancora convinto aggiungiamo: sarà un caso che due anni fa l'Unesco abbia scelto proprio Idea Store Whitechapel per il lancio di una campagna internazionale di alfabetizzazione? Non andiamo oltre.

Non ci riconosciamo in una versione in bianco e nero dei fatti perché non esiste un solo modo di vivere e di intendere gli Idea Store. L'esperienza può variare a seconda che si frequenti uno spazio o un altro, che ci si vada in un giorno o in un altro, ad un'ora o ad un'altra, per un motivo e per un altro.

È troppo chiedere che ci venga riconosciuta una complessità che non è monopolio delle biblioteche storiche, una complessità derivata da un lavoro svolto da una squadra di validi professionisti nel corso degli ultimi dieci anni? Crediamo di no. Allora, sfianati da questo continuo dover negare cose mai dette e in cui non ci riconosciamo, cosa ci rimane? Che cosa rimane di un presunto dibattito e di ipotesi le cui fragilissime basi ora crollano al suolo così fragorosamente? In verità molto, per nostra fortuna e per la fortuna del mondo delle biblioteche. Una volta diradato il polverone, il dibattito può continuare, basato ora, speriamo, su fatti e non su presunzioni, su politiche e sistemi provati e collaudati, e non su visioni apocalittiche.

A chi interessa discutere seriamente il modello Idea Store siamo noi stessi a dire di essere ben lontani dall'aver completato l'opera. Siamo noi i primi a riconoscere che dobbiamo calibrare i nostri sforzi, e raffinare il nostro lavoro, perché crediamo in una cultura di miglioramento continuo. Nonostante il notevole successo (dall'ultimo al terzo posto nei livelli di soddisfazione a Londra, e al quarto posto in Gran Bretagna; visite aumentate del 400%; un 53% dei residenti che usa abitualmente i nostri servizi), non vogliamo sederci sugli allori. Anzi, visto che la ricerca di mercato che è alla

base della nostra strategia è stata effettuata dieci anni fa, e considerando che abbiamo già raggiunto gli obiettivi prefissi e auspicati dopo la costruzione di soli quattro dei sette Idea Store in programma, stiamo conducendo una seconda ricerca, mirata ad una revisione degli obiettivi, per prepararci al prossimo decennio. Dati preliminari verificati tra le nuove comunità che oggi popolano Tower Hamlets inducono ad una conferma del *concept* generale. Ma la fase economica che stiamo attraversando ci spinge ad essere ancora più attenti e intraprendenti nel trovare efficienti soluzioni: perciò è probabile che gli attuali Idea Store fungeranno da ancora ad una nuova generazione di Idea Store di più modeste dimensioni, che faranno da satellite a quelli originali. Insieme, questa rete raggiungerà in modo ancora più capillare i nostri quartieri. Abbiamo già messo in atto ciò che abbiamo imparato dalla costruzione di quattro nuovi edifici in tre anni, ed i prossimi Idea Store saranno probabilmente ristrutturazioni di edifici già esistenti (ma è essenziale che siano nel posto giusto). Il progresso tecnologico ci consentirà di scavalcare pratiche obsolete come la registrazione manuale dei libri forniti, così da poter riversare risorse e attenzioni nel fornire un servizio di alta qualità. Il profilo dei dipendenti a contatto con il pubblico cambierà ulteriormente: dovremo cercare di attirare nuovi bibliotecari, che posseggano sia le competenze indispensabili richieste dalla professione, sia un approccio dinamico e moderno molto più centrato sull'utente, scelta fondamentale alla base della nostra filosofia.

E continueremo a guardare dovunque ci siano buoni esempi di biblioteche. Anche in Italia, dove, siamo d'accordo con Salarelli, esistono ottime realtà. Facciamo i nomi di alcune realtà di cui siamo a conoscenza: c'è chi propone un'alternativa all'ordinamento secondo la Dewey, come a Pistoia? Parliamone. Sviluppo di servizi digitali come quelli in atto nel Consorzio Nord-Ovest in Lombardia? Siamo tutt'orecchi. Efficienti ed efficaci consorzi bibliotecari, nel milanese e ai Castelli romani? Soluzioni innovative di gestione e comunicazione come a Sala Borsa di Bologna, o a Casier (provincia di Treviso)? Perché no? Biblioteche come salotti culturali in pieno centro, aperte fino alle 23, recuperando in modo intelligente edifici storici come a Pesaro? O ambiziosi programmi di miglioramento del personale, come a Reggio Emilia e provincia? Tutte lezioni preziosissime. Il lavoro capillare delle biblioteche di quartiere di Roma, e il Caffè letterario di Roma Ostiense, con le sue interessantissime contaminazioni? È evidente che l'ispirazione e il desiderio di rinnovarsi non manca neanche in Italia. Il discorso a due sensi è già in atto: tra l'Inghilterra e l'Italia, perché le buone idee non si fermano lì, a rimirarsi l'ombelico: le buone idee migliorano attraverso il dialogo e il confronto. Noi siamo disposti e disponibili, vorremmo però un impegno maggiore da parte di chi vuole partecipare al confronto, lasciandosi alle spalle una volta per tutte la disinformazione, la nostalgia e l'isteria, perché i tempi sono maturi per questo. Se si parla di Idea Store, dunque, vorremmo esserci anche noi al tavolo: accademici, opinionisti, amministratori, bibliotecari, giornalisti... Noi chiediamo un solo favore: lasciate che diciamo anche noi la nostra. Non ci aspettiamo che tutti condividano la nostra visione, ma speriamo che ci sia da imparare qualcosa da entrambe le parti. Noi ci dichiariamo disposti a continuare il dialogo, ci teniamo veramente, perché gestire biblioteche è una cosa molto, molto seria.

Concludiamo con le riflessioni di Tim Coates, consulente bibliotecario, guru internazionale del mondo della lettura, e da anni illustre difensore della causa delle biblioteche in Gran Bretagna:

Verso la fine degli anni Novanta una cosa era certa sullo stato delle biblioteche in Gran Bretagna: bisognava prendere atto del bisogno di cambiare, e di offrire servizi che fossero moderni e più adeguati alle esigenze della generazione che quelle stesse biblioteche si prefiggeva-

no di servire. Per far questo erano necessari due elementi ben distinti: una visione chiara del futuro, e un'abilità manageriale per trasformare questa visione in realtà. Nessun Comune in questo paese è riuscito, neanche lontanamente, a raggiungere questi due obiettivi con tale stile e convinzione come Tower Hamlets. Per chi come noi a quei tempi osservava questi sviluppi dall'esterno, non si è trattato solo di ammirare l'originalità con la quale a Tower Hamlets sono riusciti a creare il marchio di un servizio di qualità e l'architettura che ne era parte integrale, ma anche la notevole abilità da parte del gruppo dirigente nel riuscire a raggiungere questi obiettivi; questo è stato come una boccata d'ossigeno per il mondo delle biblioteche. Ed è poco probabile ora che il management di Idea Store si permetterà il lusso di riposarsi e vivere di rendita. Siamo certi che il loro impegno costante nel migliorare i servizi, e l'abilità di analizzare i risultati già conseguiti in maniera onesta, confrontandoli continuamente con le esigenze degli utenti, continueranno a caratterizzare il progetto Idea Store in futuro come già in passato. Gli Idea Store continueranno a svilupparsi e a raffinarsi in modi che difficilmente troveranno riscontro altrove.