

# Clienti un po' speciali

*Il ruolo delle biblioteche nella catena commerciale e il caso delle statali*

di Guido Barale

In che cosa la biblioteca differisce dalla libreria? Dove si pone dal punto di vista della catena commerciale? La biblioteca è un punto finale di quella catena, una sorta di consumatore finale, per cui il documento che entra a far parte delle sue raccolte esce dal mercato per entrare in un circuito di consumo collettivo come bene d'uso, oppure è anch'essa un distributore? Magari un distributore abusivo, un concorrente sleale che non fa pagare l'informazione e sottrae clienti? Oppure invece è un promotore culturale, che i clienti alla libreria e all'editore li procura? Consideriamo innanzitutto le biblioteche come clienti; esse hanno necessità di rifornirsi del materiale documentario in modo efficace dal punto di vista quantitativo e qualitativo: ottenere condizioni economiche vantaggiose è importante per allargare il più possibile il ventaglio dell'offerta ai propri utenti, ma non meno importante è far sì che l'offerta avvenga nei modi e nei tempi più convenienti possibili: bisogna che le forniture siano complete e tempestive (il ritardo sulla fornitura nuoce non solo all'aggiornamento della biblioteca

in termini di novità da catalogo, ma può anche far uscire dal commercio pezzi importanti di collezioni o addirittura parti di opere in più volumi, difficili da recuperare in un secondo tempo). Va da sé che fra queste due esigenze (economicità ed efficienza) l'accordo non è pacifico: qui si dispiega uno degli aspetti più significativi dell'*arte di acquistare* che dovrebbe essere (e spesso in effetti è) dei bibliotecari addetti a questo servizio. Ma per l'appunto si tratta di un'arte tutt'altro che facile.

E invece (chi ha avuto esperienza in questo campo lo può confermare) il primo passo di molti fornitori, specialmente librai che non possono contare su una robusta organizzazione e su contatti privilegiati con editori e distributori, nella speranza di ben impressionare il bibliotecario, è quello di offrire sconti. Ad ascoltare le lamentele che si levano si può dire da tutti i bibliotecari del mondo, il problema più serio è rappresentato da un generale e pesante rincaro del materiale librario: non stupisce dunque che in una prima fase gli addetti ai lavori siano inclini a prestare orecchio al ragionamento più semplice:

“avec 20% de remise consentie, le bibliothécaire offrirait 20% de choix de livres supplémentaires à ses lecteurs” (D. Oppetit). È vero che spesso, di fronte all'entità degli sconti offerti (non di rado anche superiori al 20 per cento, magari non richiesti) c'è di che entrare in sospetto, o almeno così dovrebbe succedere, specialmente quando in tema di qualità dei servizi (fornitura di opere in continuazione, tempi di consegna...) il fornitore mostra scarsa propensione a impegnarsi se non in termini molto generici.

L'esperienza conferma. Il quadro descritto da Bertrand Calenge, per molto tempo bibliotecario militante proprio sul fronte degli acquisti, collima in molti punti con quanto si è potuto sperimentare da postazioni analoghe al di qua delle Alpi: su liste di ordini per titoli *tutti* dichiarati disponibili dalle fonti più autorevoli e aggiornate (ordini da cui perciò, dice Calenge, ci si sarebbe aspettato un tasso di fallimento dell'1 o 2 per cento), la quantità di quelli dichiarati non fornibili per i motivi più disparati superava ogni aspettativa; quel che è peggio, a un secondo controllo, dopo tre mesi, su 63 titoli dichiarati “esauriti”, “fuori catalogo”, “non disponibili” ecc., 50 risultavano ancora ufficialmente in commercio. Oppure, per citare una realtà di cui abbiamo esperienza diretta: il “pacchetto” degli ordini permanenti italiani della Biblioteca nazionale di Torino è “migrato” attraverso tre o quattro fornitori principali nel corso di quindici anni, seguendo quasi invariabilmente lo stesso itinerario: richiesta del servizio di tenuta delle continuazioni; risposta positiva molto generica da parte del fornitore, corredata da immancabile offerta di sconti, spesso consistenti; constatazione, in capo a tre o quattro anni, dello stato di assoluta insufficienza dell'aggiornamento, con volumi persi per uscita dal catalogo (caso particolarmente grave

quando si tratti di opere in continuazione) e lunghe liste (per quel che riguarda le collezioni) di "recuperi" individuati attraverso lo spoglio puntuale dei cataloghi editoriali: esattamente il lavoro per evitare il quale si era intrapresa la via dell'ordine in continuazione. Se e quando la fornitura c'era stata, lo sconto si era visto; ciò che non s'era visto era il servizio, non almeno quel servizio che si era contrattato: la collaborazione del libraio nell'aggiornamento delle collezioni. Il bibliotecario era così rimasto solo, in compagnia dei prezzi scontati e delle continuazioni scomplete.

Al capo opposto rispetto allo sconto (che riguardava, bisogna precisare, soprattutto il materiale di origine italiana) c'era, almeno fino alla metà degli anni Ottanta, il note-

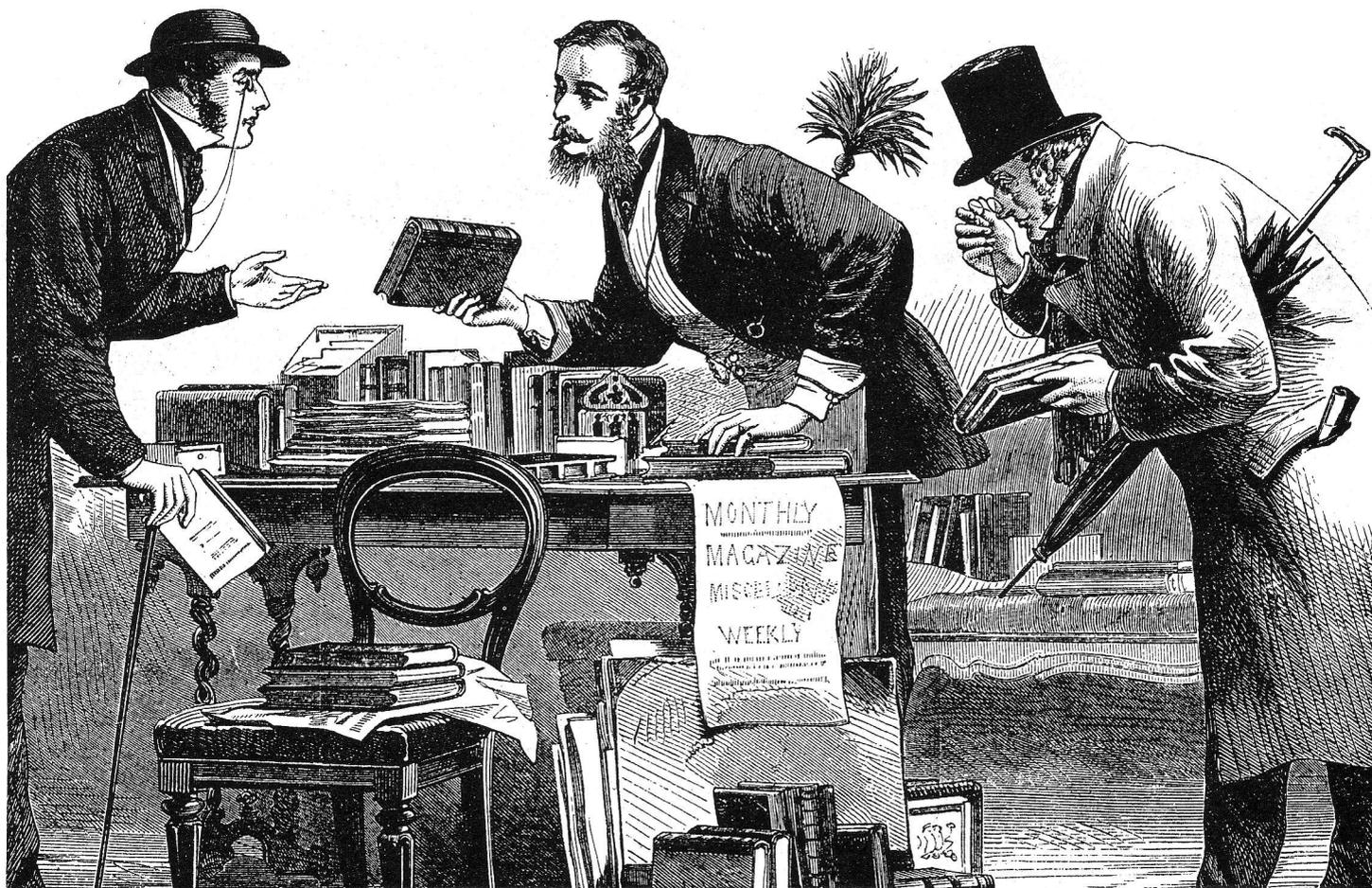
vole aggravio di spesa costituito dalla pesante commissione (dal 30 a 40 per cento sul prezzo al cambio del giorno) che le commissionarie iscritte all'Associazione librai italiani (detta perciò "cambio ALI") imponevano per l'importazione di libri stranieri e in considerazione del quale molti avevano concluso che forse conveniva fare da sé invece che acquistare quei servizi a condizioni simili.<sup>1</sup>

In realtà oggi il quadro è migliorato, almeno su questo fronte. Innanzitutto per l'acquisto all'estero non è necessario rivolgersi direttamente agli editori: molte commissionarie estere (e ultimamente anche italiane) si offrono per servizi dedicati alle biblioteche a condizioni vantaggiose. La concorrenza ha incominciato a farsi sentire fin dalla metà degli anni Ottanta por-

tando al rapido declino del "cambio ALI". Inoltre le biblioteche hanno imparato (spesso a loro spese) a distinguere fra librai e commissionarie, finendo per individuare all'interno del secondo gruppo interlocutori validi, anche in Italia, sempre più coscienti delle particolarità del servizio richiesto dalle biblioteche e sempre meglio in grado di fornirlo.

### Esigenze differenti

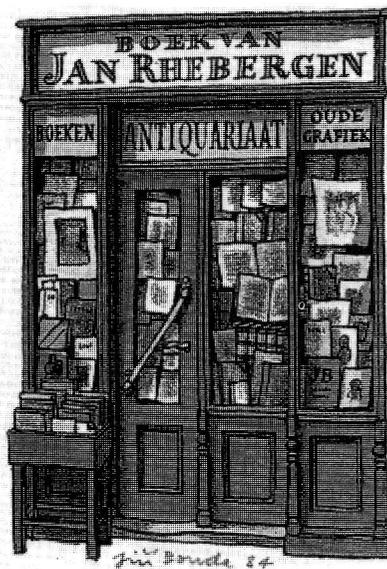
Questo cambiamento si è prodotto, a nostro parere, anche per effetto dell'azione di bibliotecari avvertiti e decisi ad uscire dalla torre d'avorio del bibliografo, che del documento considerava solamente l'esistenza nominale, astratta: è stata cura di tali bibliotecari di "spor- ➤



carsi le mani" occupandosi anche dell'esistenza fisica, commerciale dell'"oggetto documento". Interrogando, sollecitando i fornitori, ingegnandosi a esplorare canali di approvvigionamento alternativi; essi, tra le altre cose, hanno contribuito per la loro parte a rimettere in moto la macchina della concorrenza e quella dell'efficienza presso la rete distributiva.

Sarà proprio vero che "l'antica, rigida identità di *cliente* e *fornitore* si disgrega per far posto a fasci di *transizioni specifiche* legate alla realizzazione di progetti e alla condivisione o allo sviluppo di abilità e competenze" (U.G. Rosenberg)? O non sarà che il rapporto cliente-fornitore, costituito da due parti distinte e con ruoli non confondibili non è scomparso forse proprio perché è meglio così? Certamente evolvendosi: se compito della biblioteca è mettere a disposizione del pubblico dei documenti, ciò non significa solo che ne deve mettere a disposizione *molti* o *di più*: è irrinunciabile che li metta a disposizione completi e con sollecitudine; questo dev'essere ben chiaro tanto al bibliotecario quanto al suo fornitore e su criteri di questo genere, di ordine qualitativo e non solo quantitativo, deve basarsi il rapporto.

C'è ancora un aspetto che distingue le biblioteche di stato (accomunandole in parte alle universitarie e alle specializzate): quello di richiedere, per uso dei propri lettori di *fascia alta* (l'utenza universitaria e professionale), la fornitura di opere di mercato ristretto o comunque non di largo consumo; intendiamo riferirci alla produzione che va dalla saggistica utilizzata come testo negli esami universitari (materiale distribuito anche in libreria ma dalle tirature decisamente contenute) fino a materiali di lavoro come le pubblicazioni di accademie, deputazioni storiche e altre istituzioni di ricerca, che solo certi



canali scaltriti e specializzati riescono ad assicurare alle biblioteche.

A ciò si aggiunga il compito che, del tutto a fil di logica, alcuni autori attribuiscono alle biblioteche: aggirare la logica strettamente mercantile a cui si ispirano gli editori e la grande distribuzione (tutta mirata, a quanto lasciano intendere i contributi da noi citati, a sostenere, in modo addirittura esclusivo, i titoli di largo richiamo e di sicuro mercato) e puntare a costituire uno sbocco naturale per la *piccola editoria di qualità*.

A questo punto il cliente-biblioteca, ma particolarmente la biblioteca statale, si trova relegata in un angolo, rispetto alla corrente principale del mercato; ciò rende difficile condividere certe dichiarazioni ottimistiche circa il ruolo centrale o quantomeno importante delle biblioteche nella catena commerciale. Se infatti non abbiamo errato nell'interpretare i dati che Giovanni Peresson fornisce estrapolandoli con grande buona volontà da stime molto approssimative, il mercato delle biblioteche nel suo complesso "valeva", tra il 1990 e il 1991, una cifra nell'ordine di grandezza dei 200-250 miliardi di lire: attorno all'8 per cento del mercato nazionale; la parte spettante alle statali

però era valutabile attorno ai 7 miliardi: superfluo tradurlo in percentuale. Non è certamente ingiustificato, da parte della rete delle biblioteche di ente locale, un certo ottimismo, sostenuto dalla speranza di contare agli occhi degli editori anche in forza dei numeri: il loro peso (metà del mercato nazionale delle biblioteche secondo le stime di Peresson), la speranza di potersi presentare agli editori come gli agenti principali della promozione della lettura e i fabbricanti di quella merce sempre più rara che è il lettore, materia prima vitale per chi di libri deve vivere, può essere legittimamente visto come un argomento non disprezzabile a favore di tale ottimismo.

In realtà, vorremmo suggerire la lettura di un interessante ma anche inquietante studio di origine francese, le cui conclusioni, per quanto provvisorie, possono essere così riassunte: "il ne semble donc pas que la baisse de l'achat puisse être systématiquement imputée au développement des emprunts. Mais, à l'inverse, ces résultats accréditent moins encore la thèse selon laquelle l'emprunt conduirait à un renforcement de l'achat".<sup>2</sup> È vero che si parla qui di prestiti e non di uso generale della biblioteca e che si tratta di indagine su terreno d'oltralpe: tuttavia, non essendo stato mai tentato un simile sondaggio su terreno nostrano, il fatto che da uno studio di tale natura in un ambiente non troppo dissimile dal nostro siano state tratte conseguenze del genere può valere come segnale di allarme nei confronti di qualunque conclusione troppo affrettata. Ciò vale ovviamente anche nei confronti della lamentela, particolarmente risentita da parte degli editori francesi,<sup>3</sup> per l'aumento dei prestiti (raddoppiati in un anno, oltralpe) che sottrarrebbero clienti all'editoria: fino alla richiesta, rivolta allo stato, di imporvi una tassa; alla luce dell'indagine da noi citata

non sembra più così pacifico che i lettori guadagnati dalla biblioteca siano tutti clienti persi per le librerie. L'apparente paradosso (dove sono finiti i renitenti al mercato del libro se non coincidono con le nuove reclute degli scaffali e dei banchi di distribuzione?) viene sostanzialmente spiegato nell'articolo citato ipotizzando che esistano fasce diverse di popolazione, distinte essenzialmente per età e patrimonio culturale, che si comportano in maniera differente di fronte alle sollecitazioni dei due differenti canali di approvvigionamento documentario: quelli che spariscono (o non compaiono) fra i banchi delle librerie non sono gli stessi che compaiono in biblioteca.

Se si dovessero confermare tali dati anche per il caso italiano, dovremmo ridimensionare alquanto la speranza, in quanto bibliotecari, di far valere il nostro ruolo come attori dell'economia del libro, almeno nei confronti dell'editoria maggiore; tanto più per quel che riguarda le biblioteche statali. Ad esempio, una delle vie attraverso cui una rete omogenea di biblioteche di un'area non troppo vasta (le biblioteche di ente locale di una provincia, ad esempio) può far sentire le sue "ragioni forti", è quella di presentarsi come "cliente collettivo", cercando di spuntare condizioni particolarmente favorevoli come acquirenti di diverse copie di un solo volume:<sup>4</sup> questa via è semplicemente preclusa alla rete delle biblioteche statali, distribuita su tutto il territorio nazionale a maglie larghe, tanto che l'ipotesi di raccogliere le proposte d'acquisto in una sede centralizzata per tutte le biblioteche del paese non è, a quanto ci risulta, sostenuta con convinzione da nessuno; d'altro lato (è l'obiezione possibile) le statali hanno sede, nella maggior parte dei casi, in città già servite da almeno una biblioteca, civica in genere, ma più spesso anche da alcune universitarie: perché non immagina-

re un modo di ottenere lo stesso effetto (acquistare più copie) federandosi con gli altri istituti di diversa titolarità presenti sul territorio? Principalmente, secondo noi, perché nella maggior parte dei casi l'utenza si rivolge alla "nazionale" più o meno consciamente come a un istituto di ultima istanza, quello (per dirla con linguaggio familiare) che ha *quello che non hanno gli altri*; proprio la presenza, nello stesso contesto, di un altro istituto importante, consiglia di differenziare l'offerta.

### Un mercato marginale?

Le biblioteche statali sono dunque destinate a rimanere un mercato marginale? Le cifre da noi citate, e da cui abbiamo tratto auspici così poco favorevoli, parlano in realtà di un mercato *dal punto di vista dell'editoria nel suo complesso*, senza distinzioni di genere e di livello; l'editoria che lamenta la diffusa bassissima propensione a leggere, specie nel nostro paese, senza tuttavia distinguere attitudini o generi di lettura; quella che parla del *libro* senza lasciare intendere quale varietà di contenuti e di funzioni questo termine contiene ma non definisce, se non con il minimo (ma davvero minimo) comune denominatore (e neppure quello universalmente valido, ormai) della carta e dei caratteri; fino a battersi per un'educazione più liberale, che lasci crescere il "piacere della lettura"<sup>5</sup> presso i giovani, guardandosi bene dal dissipare l'impressione che, sull'altare della crescita quantitativa, valga ben la spesa sacrificare un po' di quella varietà e complessità che rendono ancora oggi (per fortuna) sostanzialmente indefinibile l'oggetto-libro.

Ma se è potuto succedere, e succede tuttora, che le commissionarie<sup>6</sup> (anche quelle, e molte, dipendenti per l'assetto proprietario dai gruppi

editoriali maggiori) si siano dimostrate sensibili alle esigenze del cliente-biblioteca statale, come abbiamo affermato in precedenza, ciò può significare che una tale nicchia di mercato, minoritaria forse, e pesantemente, se proiettata sullo sfondo dell'editoria da best-seller e da edicola, non è disprezzabile se rapportata alla scala di grandezza *propria*. La nostra ipotesi è che una simile fascia di mercato, sommandosi trasversalmente, produce un risultato ancor meno trascurabile se visto in una dimensione per lo meno europea; ciò spiegherebbe l'intensa concorrenza portata da molte commissionarie straniere (non solo europee) alle agenzie nostrane sul mercato italiano, l'indomani stesso dell'apertura del mercato unico europeo: concorrenza che non ha mancato di farsi sentire pesantemente, specie per via dei ritardi del mondo librario italiano, che rischiano di rendere particolarmente vero quanto rilevato da Laura Novati: "chi è bravo è dentro, chi è meno bravo se ne resta fuori". Se, all'assalto di quel mondo che, rapportato alla scala della editoria nostrana, rappresenta una fetta di mercato così esigua, si sono mosse fin dai primi anni Novanta agenzie austriache, inglesi, tedesche, olandesi, francesi, spesso mettendo in campo personale di origine italiana o almeno italofono, può essere lecito pensare che esista una fascia di offerta, probabilmente poco coperta dall'editoria italiana, che individua non solo nelle statali, ma nelle statali certamente, assieme alle universitarie, un mercato reale ma ancor più potenziale meritevole di sforzi simili.

La lamentela, diffusa negli ambienti della cultura italiana e ricordata da Giuseppe Sergi, che presso di noi abbia incontrato scarsa fortuna il modello delle University Press può forse aiutarci a comprendere quale genere di prodotto cultu- ➤

rale prima ancora che editoriale si nasconda dietro al fantasma che andiamo inseguendo: qualcosa che sta tra la saggistica di buon livello ma a diffusione non strettamente specialistica (Sergi accennava a tirature sulle tremila copie) e la divulgazione di alto livello: una alternativa alla manualistica universitaria a uso prettamente interno all'istituzione e giocata sulla pubblicazione di testi capaci di vita autonoma sul mercato anche se destinati in prima istanza agli studenti; vero è che lo stesso Sergi salutava, alla vigilia del Salone del libro del 1996, un'espansione, non spettacolare ma ben rilevabile, della sezione dedicata alla saggistica di buona qualità nei cataloghi anche delle case editrici di maggior peso sul mercato: si tratta però di un processo appena iniziato, di un patrimonio in fase di costituzione e "da non disperdere", scriveva Sergi in un editoriale del maggio 1996 sull'"Indice dei libri del mese".

La funzione delle biblioteche come le statali potrebbe allora essere quella di sviluppare semplicemente la loro vocazione, "stanare" le fasce di lettura meno ovvie, di "seconda istanza", come le abbiamo definite: non per l'assillo di inserirsi nella catena del commercio librario ma semplicemente per rispondere ai loro doveri istituzionali, dando però in tal modo impulso a uno sviluppo dell'editoria che punti non solo all'allargamento orizzontale di una non meglio definita e distinta "disposizione alla lettura", ma anche all'espansione per così dire verticale di vari stili e modi di uso dell'informazione, con ambiti, mercati ed esigenze anche parecchio differenti. Si risponde con ciò alla domanda iniziale rispetto al ruolo delle biblioteche nella catena della distribuzione commerciale: per tutto un settore di editoria esse sono, di diritto e in potenza, "consumatori collettivi", gli unici acquirenti o gli acquirenti istituzionali per una



parte di prodotti che non hanno speranza di affermarsi come merce di largo consumo individuale.<sup>7</sup>

Facendo semplicemente "il loro mestiere" le biblioteche statali occuperebbero in tal modo il loro spazio nella società e per conseguenza nel mercato editoriale; ciò si esprimerebbe (e già si esprime, di fatto) anche nella corretta individuazione del loro canale di approvvigionamento, sviluppando cioè e irrobustendo i rapporti con quella parte della rete di distribuzione che vede il suo reale e principale interesse nella distribuzione di un'editoria di valore ma non di larghissima diffusione. ■

#### Note

<sup>1</sup> La contraddizione tra politica degli sconti e "cambio ALI" era solo apparente, soprattutto perché la prima si applicava sugli acquisti di materiale italiano, il secondo al materiale di origine straniera.

<sup>2</sup> H. RENARD, *Achat et emprunt de livres: concurrence ou complémentarité?*, "Bulletin des bibliothèques de France", 40 (1995), 5, p. 33.

<sup>3</sup> Riportata a chiare lettere da loro rappresentanti nella sede del Salone del libro 1997.

<sup>4</sup> Secondo quanto affermato da Calenge (e confermato da informazioni da noi raccolte nella situazione italiana) gli editori nella maggioranza dei casi preferiscono semplicemente ignorare l'ordine per una sola copia di un libro (B. CALENGE, *Acheter des livres*, cit. in bibliografia).

<sup>5</sup> Per iniziativa di alcuni bibliotecari facenti capo alla Biblioteca civica di Cologno Monzese è stato pubblicato, in occasione del 10° Salone del libro, il n° 0 di "Flop", "foglio di appuntamenti fra bibliotecari". Citiamo dalle pagine molto informali di questo numero un titolo: *Piacere, piacere... quale piacere?*. "Che gli slogan sulla piacevolezza della natura si sprechino", scrivono i bibliotecari di Cologno Monzese "senza per altro convincere i renitenti e i recalcitranti, è sotto gli occhi di tutti. L'inflazione trascina con sé una certa banalizzazione, che non è senza conseguenze sulla perdita di mordente della proposta". L'aver sentito, in occasione del suddetto Salone, ripetere più volte, in italiano e in francese, da amministratori di case editrici (per ruolo preoccupati dunque assai

i più del *marketing* e della tenuta finanziaria che della politica culturale) slogan sul piacere e la libertà della lettura, contro le costrizioni..., ha indotto anche in noi dapprima un'impressione di *déjà vu*, di ovvietà, seguita da una punta di sospetto sul reale significato di quelle parole: lettura libera, lettura-piacere (da conquistarsi eventualmente anche attraverso il superamento di qualche difficoltà) o lettura facile, lettura disimpegnata, tale da non entrare più in concorrenza in modo così platealmente impari con la televisione o i videogiochi?

<sup>6</sup> Citando dalla nostra esperienza a caso e a puro titolo di esempio: LI.CO. SA., Firenze; Nuova Italia Bibliografica, Scandicci; Casalini libri, Fiesole; Olschki, Firenze; Aux Amateurs de Livres International, Parigi; Flach, Francoforte; Erasmus, Amsterdam; Blackwell's, Oxford; ma sono molte di più.

<sup>7</sup> Riconosciamo che tutto ciò è subordinato a una agibilità e una "amichevolezza" della biblioteca tali da offrirsi come alternativa appetibile al possesso di vari strumenti bibliografici per chi sul "contenuto" dei libri ci lavora: la realtà delle biblioteche statali è ancora *molto* differente.

### Riferimenti bibliografici

- G. BARALE, *Consigli per gli acquisti*, "Biblioteche oggi", 14 (1996), 5, p. 16-26.
- B. CALENGE, *Acheter des livres: le bibliothécaire et son approvisionnement*, "Bulletin des bibliothèques de France", 34 (1989), 5, p. 402-406.
- C. CAROTTI, *Come cambiano gli acquisti nelle biblioteche statali*, "Biblioteche oggi", 14 (1996), 5, p. 10-15.
- G. CURIE, *Le libraire otage ou partenaire?*, "Bulletin des bibliothèques de France", 34 (1989), 5, p. 404.
- M. DELOULE, *Choisir les romans*, "Bulletin des bibliothèques de France", 33 (1988), 4, p. 276-281.
- M. DELOULE, *La nouveauté romanesque dans les bibliothèques*, "Bulletin de l'Association des bibliothécaires français", 1993, 161, p. 35-39.
- J.C. GARRETA - F. CASIOT - T. GAIL STONE, *Libraires et bibliothécaires, une communauté d'avenir*, "Bulletin de l'Association des bibliothécaires français", 1993, 161, p. 29-31.
- L. NOVATI, *Un sapere per l'Europa*, "Giornale della libreria", 106 (1993), 2, p. 4-5.
- D. OPPETIT, *Bibliothèques et librairies, complices ou concurrentes?*, "Bulletin

des bibliothèques de France", 36 (1991), 1, p. 12-13.

I. PELLICOLI, *Le ragioni "forti" del cliente collettivo*, "Biblioteche oggi", 11 (1993), 1, p. 38-40.

G. PERESSON, *Il cliente biblioteca: le dimensioni di un mercato*, in *La biblioteca efficace...*, a cura di Massimo Cecconi, Giuseppe Manzoni, Dario Salvetti, Milano, Editrice Bibliografica, 1992, p. 200-229.

G. PERESSON, *Confrontarsi con il mercato*, "Biblioteche oggi", 13 (1995), 4, p. 8-12.

G. PERESSON, *Il difficile mercato delle biblioteche*, "Biblioteche oggi", 11 (1993), 5, p. 16-21.

G. PERESSON, *Per non fermarsi ai buoni propositi*, "Biblioteche oggi", 11 (1993), 1, p. 34-37.

U.G. ROSENBERG, *Fare o comprare: mercato librario e servizi d'agenzia per l'Università. Il punto di vista del mercante: Rosenberg & Sellier*, "Bollettino AIB", 29 (1989), 2/3, p. 243.

*Se le biblioteche comprassero qualche libro in più: editori e biblioteche negli anni Novanta*, Milano, Ufficio studi Associazione italiana editori, 1994.

G. SERGI, *Editoriale*, "L'indice dei libri del mese", 13 (1996), 5, p. 4.