

In visita agli Idea Store

Impressioni da un viaggio di studio a Londra

Alessandra Fossati

Biblioteca Riccardo e Fernanda Pivano
Milano
a_fossati@alice.it

Circa un anno fa ho avuto modo di partecipare a un viaggio di studio organizzato dall'AIB Emilia Romagna a Londra, senza avere un'idea precisa di quello che avrei trovato. Avevo sentito parlare degli Idea Store qualche anno fa e mi era capitato di leggere qualcosa in merito, ma, non lavorando in una biblioteca di pubblica lettura, pur incuriosita, non me n'ero occupata approfonditamente. Il viaggio mi è sembrato così un'ottima occasione per conoscere questa esperienza e, di proposito, ho rimandato a un secondo momento letture e riflessioni, privilegiando un approccio forse un po' "sprovveduto" ma concreto e diretto.

In seguito mi sono documentata per confrontare le mie impressioni con la letteratura disponibile, tra cui l'interessante e ben documentato articolo di Anna Galluzzi apparso di recente su questa rivista.¹

Il nostro gruppo era composto da circa una trentina di bibliotecari, provenienti in gran parte dall'Emilia Romagna, accompagnati da Elena Bandirali e Lidia Bonini, che ci hanno pazientemente guidato e assistito nel corso del viaggio.

Abbiamo visitato i quattro Idea Store (Whitechapel, Bow, Chrisp Street e Canary Wharf) accompagnati da Sergio Do-

gliani, *Deputy Head* degli Idea Store situati nel *borough* londinese di Tower Hamlets, responsabile della parte operativa, vale a dire degli edifici, del personale, delle attrezzature, del marketing e, più in generale, delle strategie di sviluppo, in costante contatto con politici e amministratori locali.

Nel corso della prima e dell'ultima visita Dogliani ha riservato uno spazio per un'introduzione e un dibattito conclusivo.

Biblioteca pubblica a misura della comunità di riferimento

Poiché le riflessioni suscitate dal modello Idea Store all'interno della comunità professionale sono caratterizzate in primo luogo dal timore di una perdita di identità e qualità del servizio bibliotecario, la prima considerazione che vorrei fare è che, entrando nei quattro Idea Store con il mio bagaglio di bibliotecaria e utenti di biblioteche per lo più

italiane, non ho mai avuto l'impressione di trovarmi in un luogo che... non fosse una biblioteca. Certamente l'organizzazione dello spazio e dei servizi presenta a prima vista caratteri inusuali che richiamano o, se si preferisce, "distraggono" l'attenzione dell'utente della biblioteca tradizionale, ma il luogo è immediatamente riconoscibile *come una biblioteca*, ossia uno spazio pubblico in cui persone di diversa età, sesso e provenienza etnica soddisfano i propri bisogni informativi o, viceversa, lavorano affinché altri possano farlo.

Nel corso delle visite non ho mai avuto la sensazione di trovarmi in un centro commerciale, in un cinema multisala, in una libreria o comunque in un luogo in cui prima o poi sarebbe apparsa la freccia indicante l'ubicazione delle casse!

Did you know?

**You can reserve
And borrow books for
FREE across
10 London Boroughs
...that's over
4 MILLION BOOKS
to choose from.**

Idea Store, more than just a good idea... **idea**
Library Learning Information

Alcune aree, in particolare lo spazio “surfing” dedicato all’uso di internet, erano prevedibilmente più affollate e relativamente rumorose, ma non mancavano spazi adatti alla concentrazione, silenziosi e all’occorrenza isolati. La fonte di rumore e disturbo maggiore all’interno delle sale è stato senza dubbio il folto ed entusiasta gruppo di bibliotecari italiani che ha manifestato un genuino interesse ponendo domande, scattando fotografie a cose e persone, curiosando tra gli scaffali, le attrezzature e in tutti gli spazi accessibili al pubblico e al personale! Gli ambienti sono puliti, accoglienti, luminosi e gli spazi ben leggibili e rassicuranti anche per chi vi accede la prima volta o, assai più importante, per chi non ha familiarità con le biblioteche. L’aggettivo “rassicurante” può suscitare qualche perplessità, ma, come sottolineato da Dogliani, assume un valore particolare nel quartiere di Tower Hamlets, nel quale, prima della creazione degli Idea Store, solo il 18% dei residenti utilizzava servizi di biblioteca a fronte di una media nazionale britannica del 48%.

L’allontanamento dall’ingresso del bancone “presidiato” dal personale, le vetrine che permettono di esporre volumi e nel contempo di vedere i locali dall’esterno, l’uso di segnaletica immediatamente visibile e “accattivante” e altri accorgimenti, spesso additati come meri stratagemmi di marketing che sviliscono il ruolo istituzionale della biblioteca, si sono rivelati adatti a vincere la diffidenza verso un posto sconosciuto o in cui si teme di trovarsi a disagio.

Un altro aspetto che contribuisce a creare una biblioteca “amichevole” è l’assenza di cartelli di divieto, sostituiti dall’intervento del personale in presenza di comportamenti che palesemente disturbano o recano danno. In fondo è sicuramente un successo poter sostituire qualche divieto con l’educazione del-

l’utenza, senza per questo diminuire la qualità del servizio, ma anzi creando un’atmosfera più favorevole alla ricerca, allo studio, ad un intrattenimento con forti risvolti educativi e sociali. È quindi consentito utilizzare discretamente il proprio telefono e consumare cibi e bevande all’interno dei locali, come d’altronde accade a molti utenti di biblioteca che, a casa propria, leggono un libro o lavorano alla tastiera sgranocchiando un biscotto con accanto la tazza del caffè; verrà invece invitato ad allontanarsi dalla sala di lettura l’utente che parla a voce alta al cellulare o con altri utenti o consuma cibi *take away* che emanano odori forti e persistenti.

Un valido servizio bibliotecario può essere organizzato nei modi più differenti nel momento in cui rispetta i principi e gli standard internazionalmente accettati e fa riferimento alle esigenze della comunità che lo utilizza. Le soluzioni adottate da Idea Store possono essere opinabili o non condivisibili ma certamente, in sé, non snaturano la missione della biblioteca pubblica e, se da un lato contribuiscono a creare un clima più informale e “permissivo”, dall’altro sottintendono un’assunzione di responsabilità e una maggiore fiducia nel rapporto tra istituzione e utente.

Come già accennato, la distribuzione degli spazi e la maggior libertà di fruizione delle sale nascono anche dalla necessità di abbattere invisibili barriere psicologiche, che spesso penalizzano il cittadino più di quelle architettoniche proprio perché intangibili, specialmente in un’area ad alta densità abitativa (ca. 235.000 abitanti/20 Km²), caratterizzata da notevoli problemi di povertà e di semianalfabetismo, con presenza di etnie differenti (quasi la metà degli abitanti appartiene a comunità straniere, per lo più provenienti dal Bangladesh, ma anche da Somalia, Giamaica e ultimamente

dai paesi dell’Est europeo) e una disoccupazione al 22%, aggravata da un 40% di persone in età lavorativa senza qualifica.

Questi aspetti sono stati considerati anche nella preparazione dell’indagine alla base del progetto Idea Store, confezionata e affidata ormai 12 anni fa ad un’agenzia specializzata in ricerche di mercato. Si trattava di sottoporre un’intervista a un campione significativo, costituito da 600 residenti di Tower Hamlets, con modalità e contenuti che trasmettessero l’importanza e la serietà dell’indagine: di qui la scelta di un questionario articolato, da svolgersi a casa, su appuntamento. Il tempo medio per le risposte è stato calcolato in un’ora e un quarto ed è stato deciso di remunerare l’impegno con buoni acquisto spendibili in esercizi commerciali della zona.

L’investimento iniziale è stato dunque molto alto ma necessario, a giudizio dei promotori, per poter presentare a politici e amministratori locali un progetto e una strategia sostenuti da un’analisi seria e precisa, soprattutto considerando l’entità del finanziamento richiesto e la quantità di elementi innovativi inclusi nella proposta.

In sintonia con questa linea di condotta e mirando sempre a porre l’utenza al centro del servizio pubblico, in un articolo del 2009 Dogliani afferma:

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.²

Per approfondire contenuti e obiettivi di questa seconda ricerca si rimanda al documento finale pubblicato sul sito Idea Store³ e all'analisi che ne fa Anna Galluzzi.⁴

La progettazione e la scelta dei siti dei quattro Idea Store esistenti sono state guidate da uno studio del territorio e delle comunità, area per area, prestando attenzione a non collocare gli edifici al di fuori dei percorsi abituali delle persone che vivono e lavorano nella zona e quindi non lontano da stazioni della metropolitana, mercati, scuole, uffici postali...

Anche la collocazione del quinto Idea Store (apertura prevista a marzo 2012) a circa un chilometro da quello di Whitechapel, che a prima vista può destare qualche perplessità, è motivata da un'analisi del territorio: l'area, infatti, risulta nettamente tagliata in due da un'ampia strada che di fatto separa la vita delle comunità che vi si affacciano, composte oltretutto da una differente miscela di etnie. I residenti delle due zone tendono a non attraversare quell'arteria e trovano naturale usufruire dei servizi situati dal loro "lato", anche quando la distanza è obiettivamente maggiore.

Biblioteca, corsi e altri servizi di pubblica utilità

Sicuramente le caratteristiche più incisive che distinguono l'esperienza degli Idea Store dalla biblioteca tradizionale sono lo stretto legame creato tra servizio bibliotecario e formazione permanente (evidente fin dal logo, corredato dalla scritta "Library Learnig Information") e



Sala di lettura in un Idea Store

l'offerta di diversi servizi alla persona, così sintetizzati nella scheda consegnataci durante la visita: "Biblioteca, corsi di formazione e per il tempo libero, informazione, accesso gratuito a internet, caffè, nido, collocamento".

Si tratta di una scelta strategica per la realtà britannica che, come ricordato in molti articoli, ha una forte tradizione nell'ambito dell'educazione permanente e dell'offerta di corsi dedicati alle attività più diverse; d'altra parte, proprio perché strettamente legato alle abitudini sociali e culturali inglesi, è anche un aspetto difficilmente esportabile a scatola chiusa in altri contesti, Italia inclusa.

A Tower Hamlets il connubio tra biblioteca e corsi di formazione e per il tempo libero è stato concepito fin dall'inizio per accrescere il livello culturale, le possibilità professionali e l'integrazione sociale dei cittadini residenti, inglesi e appartenenti a comunità straniere.

I corsi sono numerosissimi e sugli

argomenti più disparati ed è più che lecito avere qualche dubbio sull'effettiva utilità formativa e sull'opportunità di offrire corsi di cucina o danza in biblioteca; tuttavia, dall'interno del contesto in cui quotidianamente lavora, Dogliani spiega che i corsi

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.⁵

Gli Idea Store hanno avviato una proficua sinergia tra differenti servizi offerti dall'amministrazione pubblica, ottimizzando e omogeneizzando spazi e organizzazione, nel tentativo di creare un circolo virtuoso

Biblioteche nel mondo

so che incentivi e rafforzamenti dell'uso dei servizi stessi da parte dei residenti. Non ho appositamente parlato di sinergia di risorse economiche perché

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 Beni Culturali (...). 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.⁶

Vale la pena di sottolineare che i corsi di formazione che portano a una qualifica professionale sono gratuiti per i disoccupati e vengono apprezzati dalle realtà imprenditoriali locali; che in molti casi viene offerto un servizio di affidamento temporaneo dei bambini in un'area interna all'Idea Store per permettere ai genitori di frequentare le lezioni senza dipendere dalla disponibilità di parenti e amici o mettere in conto il costo di una babysitter; che i corsi sono sottoposti a controlli di qualità e lo stesso governo, tramite un ispettore, verifica periodicamente la validità dei corsi finanziati, in tutto o in parte, con soldi pubblici.

La nuova strategia pensata per Idea Store, nata dalla seconda ricerca di mercato e in ragione dell'attuale momento di crisi economica, prevede un rafforzamento dei servizi legati all'occupazione e un incremento di servizi rivolti alla salute dei cittadini.

Per dare un'idea del ventaglio delle offerte proposte da Idea Store al cittadino, posso dare alcuni esempi sfogliando velocemente alcuni volantini raccolti durante la visita all'Idea Store di Bow, volti a promuovere attività gratuite gestite con cadenza periodica da personale interno o da figure professionali esterne. Riporto i nomi di alcune di queste iniziative con qualche spiegazione: *Legal advice* (consigli legali per questioni attinenti a casa, accesso a contributi pubblici, problemi di debiti, impiego, immigrazione...), *Job club* (per facilitare l'incontro tra offerta e ricerca di lavoro, fornire consigli per affrontare i colloqui e migliorare il proprio curriculum...), *Little Bow people* (attività in biblioteca per bambini sotto i 5 anni), *Wii Club* (a partire dagli 8 anni), *Golden time* (incontri tra over 50 davanti a una tazza di tè o caffè, con personale a disposizione per illustrare i nuovi acquisti di libri, cd e dvd), *Homework Club* (sempre dagli 8 anni), *Feel better with a book* (gruppi di lettura per persone con problemi di disagio, gestiti da personale specializzato), *Toy Library* (scambio di giocattoli per bimbi fino a 5 anni gestiti da genitori volontari), fino ad arrivare a un'impensabile segnalibro che "pubblicizza" su un lato la *Online Reference Library* (possibilità per l'utente Idea Store di connettersi 24 ore su 24 gratuitamente con vari repertori quali Britannica Encyclopaedia, Who's Who, Oxford English Dictionary, Cans Legal Information, News UK, Oxford Art, The Times Digital Archive...) e, sull'altro lato, i servizi del *Tower Hamlets Pest Control*, con tanto di numero da



NEW
Music
Core
Collection

300 albums which have shaped popular culture in the last 50 years.

Now available in Idea Stores and Libraries.

idea
Library Learning Information

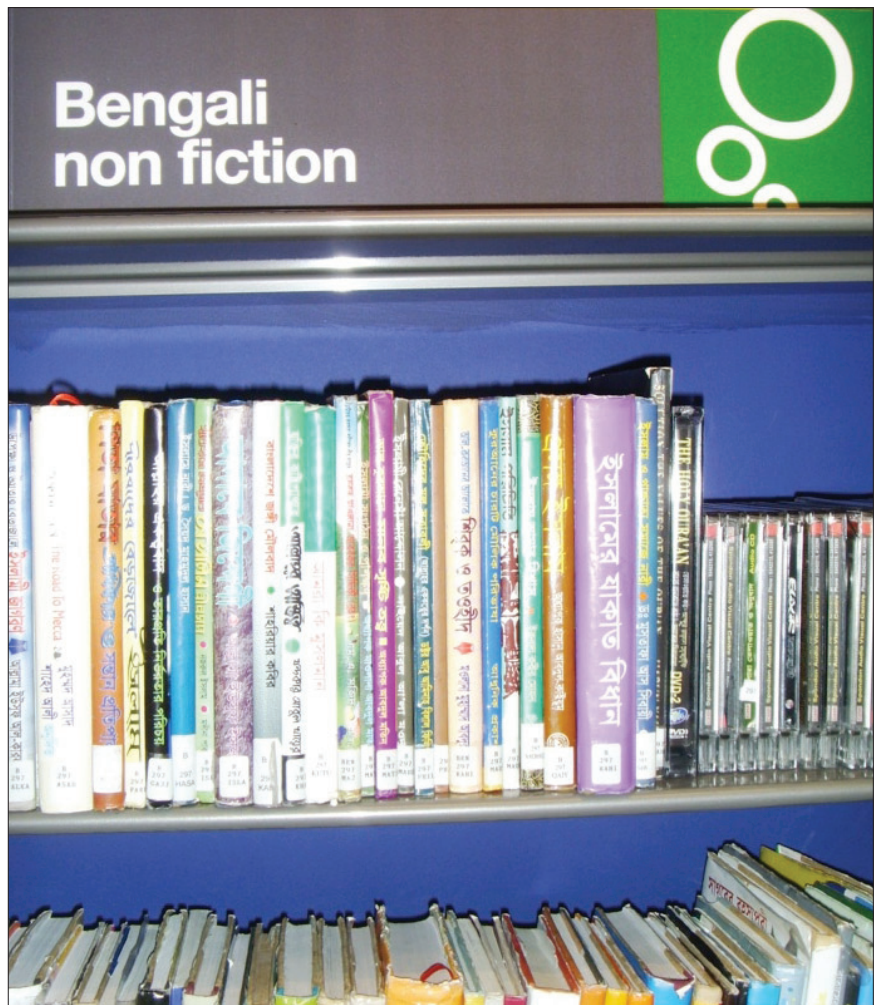
Un manifesto segnala che negli Idea Store si possono trovare i 300 album che hanno fatto la storia della musica pop negli ultimi 50 anni

chiamare per disinfestazioni da insetti e topi.

Di fronte a tale elenco il timore frequentemente espresso che Idea Store tenda a omologarsi a logiche troppo spiccatamente commerciali, rinunciando in tal modo a una specifica “identità bibliotecaria” è – ripeto – assai comprensibile; aggiungo inoltre che mescolare servizi bibliotecari con servizi pubblici di disinfestazione e centri per l’impiego può essere discutibile. Mi permetto però un’osservazione banale: considerando che, grazie a logiche commerciali ormai difficilmente reversibili, è possibile andare dal benzinaio e uscirne con un flacone di shampoo o acquistare aspirina al supermercato, non vedo che male ci sia nell’entrare in biblioteca per prendere un libro, ma anche per frequentare il corso di cucito e cercare qualcuno che mi aiuti a compilare e stampare una domanda di lavoro. La logica è la stessa, ma i contenuti e le modalità dell’offerta “alternativa” sono differenti.

Saper indirizzare la temuta logica commerciale in maniera intelligente è un modo positivo di affrontarla ed esorcizzarla, forse non l’unico e forse biblioteconomicamente discutibile, ma l’importante è pensare, provare, verificare e discutere proposte e soluzioni senza pregiudizi, specialmente in un periodo in cui la crisi sta investendo molti settori, pubblico incluso. A tal proposito cito, senza ulteriori commenti, un articolo apparso nel novembre 2010 sul “Corriere della sera”, che descrive le trasformazioni in corso nelle biblioteche pubbliche americane:

Da motore della democrazia e irrigatore di cultura, la biblioteca pubblica americana si sta pian piano trasformando in una specie di community center: spesso ufficio di collocamento, luogo dove imparare a usare le tecnologie digitali, ma anche surrogato dell’ufficio per chi cerca di reinventarsi libero profes-



Lo scaffale dei libri in lingua bengali

sionista e perfino doposcuola per i ragazzi coi genitori al lavoro. Come nel resto dell’Occidente dalle finanze pubbliche dissestate, anche negli Usa la public library è in crisi (...) il numero dei libri presi in prestito cala ovunque (meno 6%, in media). Nella sola Public Library di New York nel 2009 sono stati ritirati un milione di volumi in meno. Eppure le 123 mila biblioteche degli Stati Uniti sono più affollate che mai. La spiegazione sta proprio nella loro rapida trasformazione in centri sociali che, oltre a dispensare cultura, offrono vari servizi, a partire dall’assistenza a chi cerca lavoro. Le domande d’impiego, ormai, si fanno quasi sempre online, ma più di un terzo della popolazione non ha un computer o non ha, comunque, accesso a Internet [...]. L’anno scorso le library hanno ge-

stato 30 milioni di richieste di lavoro (un milione e 700 mila sono andate a buon fine) e hanno ospitato corsi di aggiornamento professionale per quasi 7 milioni di americani. Un cambiamento in parte spontaneo (coi bibliotecari alla ricerca di un nuovo ruolo prima di finire anche loro nella lista dei disoccupati), in parte promosso dal governo che non ha molti strumenti per attutire la crisi.⁷

Le collezioni

Con i suoi quattro Idea Store e le tre biblioteche tradizionali il borough di Tower Hamlets mette a disposizione una collezione di circa 350.000 volumi cui vanno aggiunti i quasi 4.000.000 di libri disponibili tramite

l'adesione ad un consorzio di 16 biblioteche londinesi, che promuovono l'interprestito con un sistema operativo omogeneo, organizzato con magazzini di scambio e possibilità di riconsegna in vari punti. A Tower Hamlets inoltre quattro autisti sono incaricati dei trasporti tra Idea Store e biblioteche.

La gestione delle collezioni presenta caratteristiche inusuali e innovative sotto diversi punti di vista: è affidata a un'équipe composta da sette persone (Stock champions) provenienti dai quattro Idea Store e dalle tre biblioteche di Tower Hamlets, che pianificano gli acquisti e gli scarti da sottoporre ai propri responsabili. All'interno delle sette strutture la persona appartenente allo Stock champions è coadiuvata da una squadra di tre colleghi che turnano ogni sei mesi e si occupano ciascuno di un settore (narrativa, manualistica, ragazzi). La squadra raccoglie settimana per settimana le statistiche di circolazione, informandosi sulle novità, valutando i piani di acquisto dei fornitori e monitorando nel proprio lavoro quotidiano eccellenze, lacune e criticità dei vari settori delle collezioni. Al di là delle modifiche che potrebbero intervenire con la prevista revisione e semplificazione dell'organigramma,⁸ il personale che lavora a contatto con il pubblico è comunque chiamato a occuparsi periodicamente dello sviluppo e della valutazione della collezione e ciò comporta una maggior conoscenza del patrimonio e dell'utenza, una maggior consapevolezza nello svolgimento del proprio lavoro e la possibilità di proporre novità o segnalare carenze nella gestione della collezione.

La revisione delle collezioni è continua (se non ricordo male Dogliani ha parlato di uno scarto annuale di circa 1/7 dei documenti) e, curiosando tra gli scaffali, ho notato libri certamente aggiornati e nuovi, ma fisicamente mai così "nuo-

vi" da far pensare che nessuno li abbia toccati; si ha insomma l'impressione che i documenti abbiano una buona percentuale di circolazione e le collezioni rispecchino e stimolino in modo adeguato gli interessi dell'utenza.

Ogni Idea Store dispone di una selezione ragionata di volumi ritenuti indispensabili, non sottoposta alle ordinarie operazioni di revisione se non per sostituzioni in seguito a usura. Viene chiamata "Core collection", è periodicamente ripensata e conta circa 300 titoli per ogni settore (narrativa, saggistica, ma anche dvd e album musicali). L'utente, anche quello più estraneo e distante dal profilo socioculturale medio dei residenti della zona, ha quindi ottime possibilità di trovare materiali di suo interesse e di suo gusto, disponendo di una collezione continuamente aggiornata e al passo con il mercato editoriale, dei "classici" della Core collection e del servizio di interprestito che garantisce un'ampia collezione storica in tutte le discipline.

All'interno degli Idea Store, in particolare a Whitechapel, Bow e Chrisp Street, la priorità di rispondere alle esigenze della comunità di riferimento fa rilevare una presenza significativa di volumi a grande carattere (Large print edition), audiolibri, materiale librario e multimediale per persone con ridotte capacità uditive (Deaf world collection), guide di sostegno allo studio, narrativa e saggistica in arabo, cinese, bengalese, somalo, vietnamita...

Anche l'anomalia del modernissimo quartiere di Canary Wharf, sede di molte multinazionali finanziarie e commerciali che richiamano circa 100.000 pendolari al giorno, con salari superiori alla media nazionale, si riflette sulla collezione disponibile nel suo Idea Store. Saggistica e narrativa sono calibrate verso un target culturalmente più alto e il numero dei corsi di formazione di base o di attività dedicate

agli anziani è sensibilmente minore. I criteri di sviluppo delle collezioni sono sempre complessi, specie quando si tiene conto della varietà, del livello culturale e della fluidità della comunità in cui la biblioteca opera. Un'interessante "variabile" raccontata da Dogliani è stata la permanenza occasionale nel quartiere di una numerosa comunità polacca; la temporaneità dell'insediamento non avrebbe giustificato un investimento di risorse per allestire e finanziare una collezione specifica. La soluzione è stata optare per un prestito di un nutrito stock di libri da parte della biblioteca polacca, rinnovabile di sei mesi in sei mesi.

Il personale

Il ruolo del personale e l'organizzazione del lavoro, assai differenti dalla realtà e dalle possibilità offerte dalla maggior parte degli ambienti pubblici italiani, forniscono altri stimoli di riflessione e discussione. In generale le modalità di assunzione e la suddivisione dei compiti fanno sì che il personale sia incentivato alla collaborazione, motivato e sviluppi una certa indipendenza e criticità, a tutti i livelli, dal manager al dipendente assunto da pochi giorni. Alla base della filosofia di lavoro e cooperazione adottata negli Idea Store si trova un altro aspetto tipico della cultura inglese, nuovamente corretto e calibrato con elementi riconducibili a logiche di mercato e riassumibile nel concetto di "possibilità continua di miglioramento", anche a fronte del raggiungimento e superamento degli obiettivi di partenza. Il personale Idea Store addetto al pubblico, ruota sui vari incarichi, cambiando spazio e tipo di lavoro più volte al giorno. È una scelta deliberata che richiede l'impegno non indifferente di programmare quotidianamente un orario articolato di ora in ora, tenendo conto

delle necessità e degli imprevisti dei dipendenti. Così come periodicamente ciascuno è chiamato ad occuparsi delle collezioni per un periodo di sei mesi, nella quotidianità è chiamato a diversificare il suo lavoro con l'utenza, spostandosi dal bancone di accoglienza all'assistenza in sala, dal reference alle attività della sezione ragazzi e così via. Il personale è proficuamente stimolato a conoscere ogni aspetto di ciò che avviene all'interno dell'Idea Store (incluse le informazioni relative ai corsi e alle attività che vi si svolgono) e a ricavarne proposte e idee che può esporre nel corso di riunioni periodiche. In questo modo non accade che una persona si fossilizzi in un unico ruolo innescando meccanismi di routine o disaffezione, specie per incarichi ripetitivi, meno graditi, meno riconosciuti.

Uno dei punti più controversi del modello Idea Store, come rilevato in molte sedi, riguarda la professionalità e, in generale, le competenze di base richieste ai nuovi assunti. Al di fuori di alcuni ruoli di back-office, i requisiti di assunzione per il personale a contatto con il pubblico non sono quelli che ci si aspetta per un profilo di bibliotecario o assistente bibliotecario. La ricerca viene effettuata con comuni annunci di lavoro diffusi per lo più a livello locale; il candidato che presenta domanda di assunzione viene ammesso a un colloquio preliminare della durata di mezz'ora per la verifica delle attitudini generali e a un test pratico di riordinamento di volumi in base alla segnatura. I soggetti selezionati sostengono mezza giornata di prova lavorando per cinquanta minuti in ogni postazione, accompagnati da membri del personale che valuteranno su un'apposita scheda l'efficienza, la capacità di comunicazione e lo spirito di iniziativa dimostrati con l'utenza e con i colleghi. Quest'ultimo aspetto, forse il più



In biblioteca si può trovare lo spazio per... i corsi di danza

inedito della procedura di assunzione, deriva dal sistema in uso presso la catena di ristorazione *Pret a manger* (e di nuovo ci si imbatte in strategie suggerite dal settore privato) che ritiene importante che il personale esprima il suo parere su un nuovo inserimento nello staff; così, i dipendenti di Idea Store, sono chiamati a dare responsabilmente la loro opinione sulla persona con cui dovranno lavorare e a confrontarsi in merito con gli altri colleghi.

La somma del punteggio ottenuto dal colloquio preliminare e dalla scheda di valutazione dei colleghi identifica il vincitore della selezione. Il nuovo assunto, dopo una giornata di corso sul lavoro all'Idea Store, accederà a sei mesi di prova durante i quali sarà sottoposto a tre riunioni di verifica in cui verranno segnalati problemi, competenze da rafforzare, comportamenti da affinare.

Per la selezione del personale a contatto con il pubblico si privilegia non tanto la competenza bibliotecaria o, in generale, la preparazione culturale, quanto doti personali di collaborazione, intraprendenza, correttezza e "amichevolezza", oltre alla conoscenza della realtà

sociale in cui si opera, al fine di creare un ambiente positivo tra colleghi e con l'utenza.

Lo stesso Dogliani sottolinea i limiti di questa filosofia ma nel contempo evidenzia come questo modo di lavorare spinga naturalmente le persone più valide e motivate a crescere in autonomia e competenza in tempi brevi, tanto che spesso molti giovani con esperienza presso gli Idea Store non faticano a trovare lavori di buon livello anche nel settore privato.

È comunque innegabile che, a fronte della solitudine professionale in cui spesso lavorano i bibliotecari italiani, l'ambiente dell'Idea Store promuove la comunicazione e la collaborazione tra il personale di ogni livello, incoraggia le proposte di miglioramento dei dipendenti al di là della loro anzianità di servizio e si premura di monitorare e progettare le attività con riunioni periodiche interne e trasversali ai vari settori.

Un dibattito necessario

Risultano chiare a questo punto le due slide presentate da Dogliani



L'Idea Store di Canary Wharf

nel corso del primo incontro e che riassumono i concetti e i valori alla base del progetto che la pubblica amministrazione di Tower Hamlets ha inteso sostenere e promuovere: attraverso un'innovativa declinazione di servizi, edifici, comunicazione e comportamenti del settore pubblico, il modello Idea Store mette al centro degli obiettivi la formazione permanente e mira esso stesso ad un miglioramento continuo attraverso l'impegno, l'arricchimento e il potenziamento quotidiano del personale e dell'utenza. Scrive in proposito Dogliani: "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".⁹

La citazione mi dà l'opportunità di sottolineare le criticità maggiori evidenziate durante il dibattito finale svoltosi presso l'Idea Store di Canary Wharf: in primo luogo il problema della giusta miscela tra il servizio bibliotecario e le attività di corsi e laboratori e, in secondo luogo, l'equilibrio tra "amichevolezza" e competenza del personale a contatto con il pubblico.

Nel corso dell'incontro Dogliani ha fatto cenno ad alcune questioni attualmente in fase di studio e valutazione, sicuramente destinate ad alimentare nuove e interessanti discussioni in ambito biblioteconomi-

co, in particolare il progetto a medio/lungo termine della creazione di una scuola per bibliotecari improntata sull'esperienza degli Idea Store. Un'ultima idea attualmente al vaglio dell'équipe Idea Store, accennata velocemente al termine dell'incontro, riguarda la possibilità di rimuovere le etichette dal dorso dei volumi e nasce dalla considerazione che l'utente di una biblioteca organizzata a scaffale aperto non ha bisogno di etichette; secondo Dogliani anche il personale potrebbe farne a meno, visto che conosce le collezioni e il criterio con cui sono disposte a scaffale e ciò, a mio parere, potrebbe rendere più agevoli successivi interventi di modifica nella disposizione delle raccolte all'interno della biblioteca per rinnovare e stimolare nuovi interessi dell'utenza¹⁰. L'automazione sempre più spinta delle operazioni legate al controllo topografico, con possibilità di verificare contestualmente localizzazione fisica e notizia bibliografica del documento, è un elemento che potrà utilmente entrare in un eventuale dibattito sul tema.

Gli esempi e le considerazioni fatte, ridimensionano l'impressione di svilimento della missione della biblioteca che il modello Idea Store può suscitare ad una prima occhiata ed attenuano il timore che le pubbliche amministrazioni vadano pedissequamente incontro ai bisogni dei cittadini, senza lungimiranza e in assenza di solidi progetti.

I cambi di prospettive e di strategie non modificano necessariamente l'identità e il ruolo delle istituzioni; credo che anche i detrattori più convinti del modello Idea Store, debbano sforzarsi, a beneficio della discussione generale, di valutare i risultati di un'esperienza che in dieci anni è innegabilmente cresciuta e ha offerto innumerevoli spunti di riflessione.

Il fatto che l'impiego di strategie e tecniche commerciali abbia dato buoni risultati in un settore che, per

sua natura, non può sottostare a regole di mercato, deve stimolare un'analisi più approfondita degli obiettivi e delle conseguenze, evitando la stigmatizzazione a priori di un'intera esperienza.

È inutile negare che in Italia, al di là della presenza di diverse eccellenze e comunità "felici", il servizio pubblico in generale e ancor più i servizi legati alla cultura e all'istruzione, sono spesso misconosciuti e sottoutilizzati, quando non ritenuti inutili, anche se di buona qualità. Le proposte culturali e sociali di tipo innovativo dovrebbero essere maggiormente incentivate e sostenute, anche in caso prendano a prestito strumenti e tecniche di tipo commerciale, proprio perché la pubblica amministrazione può ancora permettersi, almeno fino a un certo limite, di operare al di fuori delle logiche di mercato cogliendone solo i vantaggi e mantenendo intatti missione e ruolo istituzionale. Troppo spesso in Italia, per paura di perdere la strada o di imboccare il sentiero senza uscita, si rinuncia persino ad incamminarsi.

Note

¹ ANNA GALLUZZI, *Gli Idea Store dieci anni dopo. Un'analisi delle nuove linee strategiche e una riflessione sul percorso fatto*, "Biblioteche oggi", 29 (2011), n. 1, p. 7-17. Le note all'articolo contengono una ricca bibliografia sull'argomento, cui vorrei aggiungere solamente il recente *I nuovi confini della biblioteca. Verso un servizio culturale integrato che si apre al territorio*, a cura di Massimo Belotti, Milano, Editrice Bibliografica, 2011, che raccoglie i contributi dell'omonimo convegno svoltosi a Vimercate nel novembre del 2010, incluso un breve inter-



"Sei occupato dalle 9 alle 5? Niente paura. Siamo aperti dalle 9 alle 9"

vento di Sergio Dogliani. Tra gli altri contributi vorrei segnalare in particolare quelli che maggiormente approfondiscono le mie riflessioni sul viaggio studio londinese, ossia le relazioni di Stefano Parise (sulla responsabilità delle amministrazioni e delle biblioteche nella creazione di servizi culturali realmente integrati sul territorio), di

Antonella Agnoli (sull'aspetto sociale della biblioteca pubblica, con un'interessante analisi della situazione statunitense), di Klaus Strohmenger (sull'esperienza della biblioteca di Bad Homburg che evidenzia la possibilità e la necessità di ripensare alla collocazione dei volumi in biblioteca con soluzioni più accessibili all'utenza) e di Letizia Valli (sul Multiplo di Caviago, destinato ad ospitare tutti i servizi culturali comunali sparsi sul territorio).

² SERGIO DOGLIANI, *La (mia) verità su idea Store*, "Bollettino AIB", 49 (2009), n. 2, p. 266.

³ *Idea Store Strategy 2009*, <<http://www.ideastore.co.uk/public/documents/PDF/IdeaStoreStrategyAppx1CAB290709.pdf>>.

⁴ ANNA GALLUZZI, *Gli Idea Store dieci anni dopo*, cit., p. 7-10.

⁵ SERGIO DOGLIANI, *La (mia) verità su idea Store*, cit., p. 260.

⁶ Ivi, p. 260, 263.

⁷ MASSIMO GAGGI, *Usa, ieri biblioteche oggi centri sociali*, "Corriere della sera", 19 novembre 2010.

⁸ ANNA GALLUZZI, *Gli Idea Store dieci anni dopo*, cit., p. 10.

⁹ SERGIO DOGLIANI, *La (mia) verità su idea Store*, cit., p. 265.

¹⁰ Richiamo a tal proposito l'esperienza della biblioteca di Bad Homburg, illustrata da Klaus Strohmenger in *I nuovi confini della biblioteca. Verso un servizio culturale integrato che si apre al territorio*, cit.

Abstract

The article reports a study tour to Idea Store organized by a local section of the Italian library association (AIB). The account collects hints coming from professional literature and would be a contribution to the discussion on the changing role of the public library within our changing communities. It is a fact that the main features of the Idea Store's experience are not only those of standard library services. Talking about public library means more and more talking about how to create strong and fruitful connection with national and local politics and services, how to meet both cultural and social needs of the users, how to improve skills and encourage a continuous professional growth of the librarians.