

# Le ragioni "forti" del cliente collettivo

*Un protocollo tra le biblioteche di diversa tipologia della provincia di Bergamo trasforma l'acquisto coordinato in un metodo di lavoro organizzato su ampia scala*

di Ivana Pellicoli

**L**e *Raccomandazioni per le biblioteche pubbliche* dell'IFLA al capitolo 2 richiamano l'attenzione su "quali" libri la biblioteca pubblica debba mettere a disposizione dell'utenza e su "come" debba farlo, riconoscendo che, anche se le biblioteche pubbliche "non possono adempiere alle loro responsabilità semplicemente permettendo l'accesso ai libri e a altri materiali a stampa" ma affiancando (in maniera sempre maggiore) a questi supporti per la comunicazione delle informazioni "altri mezzi audiovisivi e fonti di informazione accessibili con mezzi elettronici", i libri restano comunque gli strumenti di informazione "più numerosi e ovvi".<sup>1</sup> L'affermazione che il libro resta comunque lo strumento di informazione più "numerioso e ovvio" è particolarmente significativa per la realtà italiana dove in molte biblioteche pubbliche entrano pochi libri e in grave ritardo rispetto alla loro uscita in libreria. Questo nonostante "il consumo complessivo di libri e di prodotti editoriali sia cresciuto fortemente nell'ultimo decennio passando, a prezzi di copertina, dai 780 miliar-

di del 1979 ai 2.470 del 1990 (esclusa la scolastica)".<sup>2</sup>

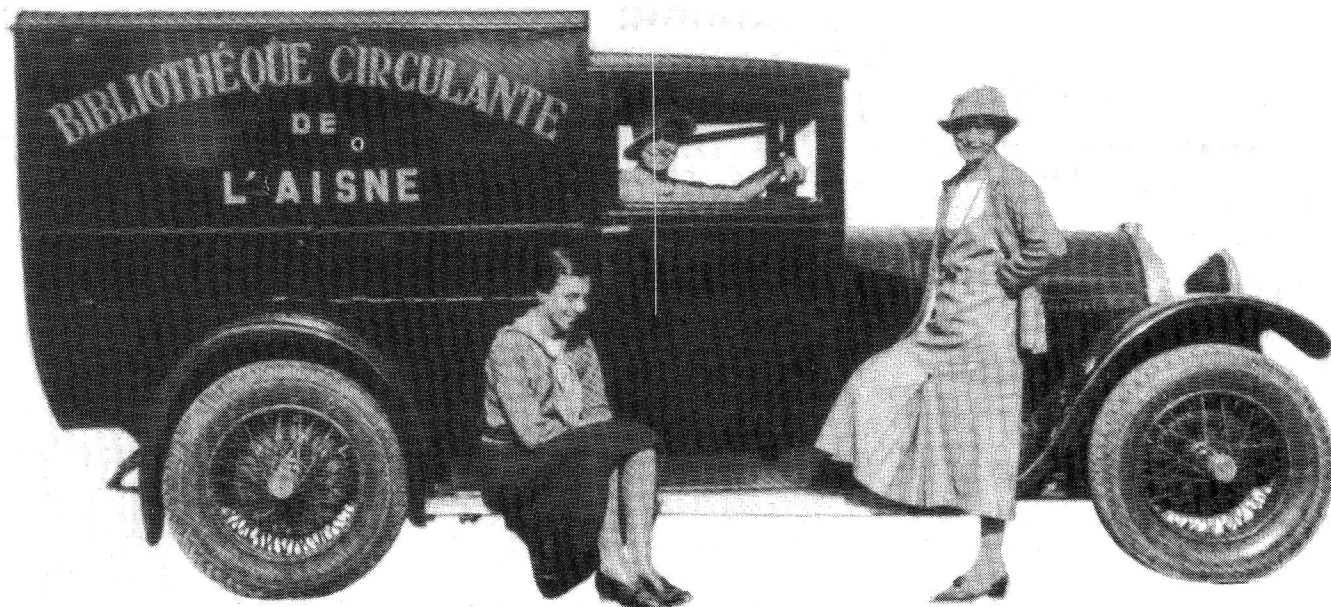
Come ha rilevato Giovanni Peresson le circa 2.000 biblioteche di ente locale nel 1990 hanno generato acquisti di prodotti editoriali pari ad oltre 100 miliardi di lire (compresi gli acquisti di audiovisivi e periodici mensili) che rappresentano circa la metà del mercato bibliotecario italiano, stimato in 200 miliardi nel 1991.<sup>3</sup> Un mercato, osserva sempre Peresson, "il cui peso complessivo appare tutt'altro che trascurabile nell'economia complessiva del mercato del libro", ma che è ancora insufficiente a coprire i bisogni espressi e quelli potenziali del pubblico delle biblioteche.

Infatti, se si analizzano i dati statistici delle biblioteche comunali lombarde relativi al 1989 (indicativi in positivo anche per le altre regioni italiane) si rileva che il rapporto accessioni annuali ogni 1.000 abitanti è stato di 78 volumi: molto lontano dunque dall'indice regionale fissato in 150 volumi ogni 1.000 abitanti e da quello di alcune realtà che operano in cooperazione<sup>4</sup> che hanno individuato in 250 volumi ogni 1.000 abitanti

l'indice annuale di accessione.

Le dimensioni del mercato del "cliente biblioteca" sono dunque ancora distanti da standard minimi soddisfacenti, necessari per mettere a disposizione "libri e informazioni per persone di qualunque età e interesse" così come prescrivono le *Raccomandazioni* dell'IFLA. Non solo. È ormai chiaro a chi lavora e sperimenta in biblioteca che *nessuna* biblioteca, da sola, può venire incontro ai bisogni di informazione e che i bisogni di informazione di una piccola comunità sono, potenzialmente, gli stessi di una grande città (Totterdell e Bird hanno affermato che l'efficacia di una biblioteca, in termini di capacità di soddisfare i bisogni dell'utenza, si misura sulla soddisfazione del singolo). Per rispondere a questi bisogni, è importante che le biblioteche pubbliche mettano a punto strumenti di gestione che valorizzino la cooperazione per l'acquisto dei libri, aggregando risorse intellettuali e economiche. Ciò risulta particolarmente vero in un momento critico come questo in cui si profilano vistosi tagli nelle spese per l'acquisto dei libri o, nel migliore dei casi, il loro contenimento sui livelli degli anni passati, il che equivale in termini reali a una sostanziale riduzione, come peraltro emerge dall'inchiesta condotta da Roberto Maini su queste pagine.

In questa prospettiva, che vede le biblioteche operare come unità di un sistema complesso e che sembra l'unica capace di rendere le biblioteche pubbliche efficaci e competitive nel mercato dell'informazione, si colloca l'*acquisto coordinato*, inteso come metodologia di lavoro in cooperazione e come strumento (probabilmente il solo) capace di garantire l'acquisizione, la promozione e la diffusione sul territorio di "tutti" i libri utili per le biblioteche pubbliche. L'ipotesi organizzativa che sotten-



de l'acquisto coordinato (là dove viene praticato) è quella di "individuare, tramite la predisposizione di norme tecniche e caratteristiche di servizio prescritte, i potenziali operatori in grado di concorrere alla fornitura tempestiva ed esauritiva degli ordini e di assicurare tassi di sconto più vantaggiosi".

La scelta di acquistare "insieme" (cioè tutte le biblioteche di un determinato territorio), in modo coordinato, va ben oltre semplici considerazioni tecniche e organizzative e investe questioni di più ampia portata che riguardano il modo di *fare biblioteca* e il rapporto tra biblioteca pubblica e editoria, la consapevolezza che la concentrazione delle case editrici in pochi grandi gruppi non ha affatto semplificato l'organizzazione del mercato dove si riscontra un progressivo moltiplicarsi dei punti di commercializzazione del libro, senza che per questo il cliente finale possa usufruire di effettivi vantaggi; la diminuzione della capacità di gran parte degli operatori presenti sul mercato di fornire tutto il pubblicato (ben pochi riescono ad avventurarsi nella giungla della piccola e media editoria di cultura); l'obbligo, deontologi-

co, di assicurare "comunque" alla propria utenza la maggior completezza possibile di proposta bibliografica; la necessità di agire in modo coordinato nel programmare gli acquisti, adeguando il proprio operato alla qualità e alla quantità dell'offerta editoriale. Sono tutte ragioni che portano all'acquisto coordinato.

Ma c'è di più. L'acquisto coordinato è uno strumento potente di autoaggiornamento; è un momento di scambio di competenze e di conoscenze diverse e complementari; è un atto di acquisizione di notizie e di informazioni sull'editoria e sul mercato editoriale. Notevole è dunque l'impegno organizzativo e progettuale per attuarlo: organizzativo perché per rendere efficace l'acquisto coordinato occorre attivare (o potenziare) il prestito interbibliotecario, adeguare le strutture per contenere e per esporre a scaffale aperto i libri, rendere celebri e tempestive le procedure di catalogazione per non vanificare l'acquisto delle novità; progettuale perché l'acquisto coordinato consente una crescita equilibrata e distribuita delle raccolte, perché può diventare acquisto coordinato di banche dati, di bibliografie nazio-

nali (italiane e straniere) allargando enormemente lo scenario dell'informazione possibile e dovuta, facendo "maturare" la domanda dell'utenza in senso qualitativo (le biblioteche non si limitano più a offrire solo ciò che possiedono, ma riescono a fornire una risposta all'altezza dell'offerta editoriale complessiva).

## Il progetto

L'importanza di questi obiettivi è stata colta dalle biblioteche della provincia di Bergamo che si sono aggregate per attuare l'acquisto coordinato. Al progetto hanno aderito le biblioteche pubbliche di ente locale, le biblioteche di conservazione, quelle dell'università, le specializzate e le biblioteche scolastiche dei maggiori istituti della città di Bergamo.

Il 12 dicembre 1991 i bibliotecari di queste biblioteche hanno deciso la stesura di un protocollo tecnico-amministrativo finalizzato alla attivazione di un unico Centro provinciale di acquisto, dove localizzare le procedure di prenotazione o visione delle novità editoriali, di invio degli ordini, di ri- ➤

cevimiento dei libri e delle fatturazioni. "L'ipotesi organizzativa sottesa al protocollo è quella di individuare, tramite la predisposizione di norme tecniche e caratteristiche di servizio prescrittive, i potenziali operatori in grado di concorrere alla fornitura tempestiva ed esauritiva degli ordini e di assicurare tassi di sconto più vantaggiosi".

Per la completezza dell'informazione e la velocità delle forniture si sono individuati quattro grandi settori in cui suddividere i flussi di fornitura delle pubblicazioni editoriali monografiche. Di ogni gruppo si sono definite le caratteristiche e le modalità di fornitura in modo tale da garantire all'utenza il migliore servizio possibile.

I gruppi individuati sono:

1) Novità editoriali di prossima pubblicazione ("Gruppo A"). Sono quelle "novità librarie che è possibile prenotare su cedole o su elenchi predisposti dal fornitore con un congruo anticipo sulla data di stampa e commercializzazione (normalmente due o tre mesi prima)".

2) Novità editoriali in distribuzione ("Gruppo B"). Sono "quelle novità librarie, che non rientrano nel 'Gruppo A', che è possibile visionare (ed eventualmente trattenere) al momento stesso della loro uscita in libreria".

3) Libri per ragazzi in distribuzione ("Gruppo ragazzi") Sono "libri e cartonati, destinati al pubblico da 0 a 14 anni, che è possibile visionare (ed eventualmente trattenere), al momento stesso della loro uscita in libreria".

4) Produzione editoriale in catalogo ("Gruppo C"): "Tutto quello che non segue le regole di fornitura dei Gruppi A, B e Ragazzi viene denominato Gruppo C e comprende:

— tutti i libri che non sono presenti nei Gruppi A, B e Ragazzi e cioè i libri presenti da più tempo nei cataloghi editoriali;

— tutti gli ordini ripetuti relativi a opere già precedentemente ordinate nei Gruppi A e B."

Ognuno dei gruppi individuati si caratterizza per necessità di forniture diverse e particolari tali da garantirne l'immediata disponibilità per l'utente.

Per i libri del "Gruppo A" gli ordini di acquisto vengono effettuati su cedole di prenotazione dell'editore o su elenchi predisposti dal fornitore che devono essere accompagnati da tutto il materiale illustrativo disponibile (per esempio i copertinari delle case editrici).

Sono previste anche le caratteristiche formali delle cedole, modi e tempi di prenotazione.

Per i libri del "Gruppo B" è invece indispensabile vedere direttamente i libri.

Per questo il protocollo stabilisce che: "a) Il fornitore si impegna a inviare settimanalmente tutte le novità (una copia per titolo) delle case editrici del Gruppo B uscite in libreria nell'arco della stessa settimana.

"b) Le spedizioni dei libri denominati Gruppo B vengono effettuate settimanalmente e debbono pervenire con il rispettivo elenco (una copia per ogni biblioteca) al Centro provinciale di acquisto ogni sabato".

Particolare importanza viene attribuita ai tempi di consegna, previsti in "una settimana dalla data dell'ordine" per i libri del "Gruppo B", del "Gruppo C" e del "Gruppo Ragazzi" e "almeno" entro i tempi stabiliti per la distribuzione nelle librerie per quelli del "Gruppo A".

Regole specifiche vengono fornite anche per le modalità di invio dei libri in modo da ridurre al minimo le operazioni di gestione e di controllo amministrativo.

Oltre alle informazioni sui libri ricevuti il protocollo prevede che il fornitore invii mensilmente l'elenco dei libri ordinati e non inviati,

suddiviso biblioteca per biblioteca, specificando per ciascun ordine le cause della mancata evasione.

È chiaro che la preoccupazione principale non è soltanto quella di ottenere i libri al prezzo più conveniente, ma piuttosto quella di garantire all'utenza il servizio e l'informazione migliori.

La stessa preoccupazione ha orientato le scelte relative alle specifiche modalità gestionali. Oltre a quelle già indicate, si è infatti deciso che siano le biblioteche del capoluogo — e in particolare quelle di conservazione, le universitarie e le specializzate — a scegliere per prime i libri da acquistare. In questo modo le biblioteche pubbliche di base, chiamate a effettuare le loro scelte immediatamente dopo, sono già in grado di sapere quali fra le opere "più specializzate" sono già state acquistate e da quali biblioteche, evitando di appesantire in modo ingiustificato il proprio patrimonio con il loro acquisto diretto e disponendo, tuttavia, delle informazioni necessarie per poterle reperire, all'occasione, attraverso il prestito interbibliotecario. ■

#### Note

<sup>1</sup> INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS. SECTION OF PUBLIC LIBRARIES, *Raccomandazioni per le biblioteche pubbliche*, Roma, Associazione italiana biblioteche, 1988, p. 27-34.

<sup>2</sup> G. PERESSON, *Il cliente biblioteca: le dimensioni di un mercato*, in *La biblioteca efficace. Tendenze e ipotesi di sviluppo della biblioteca pubblica negli anni '90*, Milano, Editrice Bibliografica, 1992, p. 203-204.

<sup>3</sup> G. PERESSON, *op. cit.*

<sup>4</sup> Le biblioteche della Val Seriana, dove è già operativo l'acquisto coordinato, hanno fissato, già dal 1990, in 250 libri ogni 1.000 abitanti l'indice annuale di accessione.