

# Idea Stores di Londra

Un modello di biblioteca  
per il ventunesimo secolo

di **Sergio Dogliani**

## IL CONCETTO

Gli Idea Stores sono dei centri polivalenti che forniscono servizi bibliotecari, corsi di formazione e per il tempo libero rivolti a adulti e famiglie, oltre a un servizio informazioni e spazio caffè, gestiti dal comune di Tower Hamlets, uno dei 32 comuni di Londra, che conta 225.000 abitanti ed è situato in un'area ad altissima densità tra la City e il Tamigi, nel tradizionale East End della capitale inglese. Il contesto in cui sono nati gli Idea Stores è importante: il nostro comune si caratterizza per due poli socio-economici contrapposti — da un lato si posiziona al quart'ultimo posto nella graduatoria nazionale del reddito medio, con alte punte di analfabetismo, mentre dall'altro, negli ultimi anni, ha visto lo sviluppo di una nuova area nel centro commerciale di Canary Wharf, sede di varie multinazionali che giornalmente attrae 100.000 lavoratori, la maggior parte dei quali con reddito molto superiore alla media nazionale. La popolazione ha una composizione di tipo cosmopolita e il 49% di essa appartiene a

<sup>1</sup> Sergio Dogliani è Principal Store Manager dell'Idea Store di Tower Hamlets (Londra): [www.ideastore.co.uk](http://www.ideastore.co.uk); e-mail: [sergio.dogliani@towerhamlets.gov.uk](mailto:sergio.dogliani@towerhamlets.gov.uk). Si ringrazia Annalisa Serafini per la revisione del testo.



minoranze etniche tra cui la comunità del Bangladesh (il 33%), quella vietnamita, cinese, somala e afro-caraibica.

A differenza delle precedenti biblioteche e dei centri di formazione della zona, tutti gli Idea Stores sono posizionati in prossimità o all'interno di altre attività locali, come supermercati o piccoli mercati rionali, o sulla strada principale del quartiere, vicino alle stazioni della metropolitana, alle banche e ad altri servizi locali di uso comune.

In questo modo si ottengono un accesso e una frequentazione più spontanei, quotidiani, di routine, un po' come andare dal panettiere o all'ufficio postale.

Il concetto di Idea Store, radicale sia nella progettazione che nella gestione, è frutto di una strategia volta a incrementare, nella nostra zona, l'uso delle biblioteche, poiché fino al 1998 queste erano assai poco frequentate (dal 18% della popolazione, rispetto a un 55% del livello nazionale). Alla base del concetto di Idea Store ci sono tre valori: *engage*, *empower*, *enrich*.

Una versione e/o una traduzione di questi valori non sempre può risultare esauriente, anche se, per sommi capi, essi possono essere

**I valori alla base  
dell'Idea Store**

concepiti come strategie diverse per attrarre e, una volta attratti, catturare e fidelizzare nuovi utenti (*engage*), per poi trovare un modo di dare loro voce e sentire da vicino le loro esigenze di utenti (*empower*). Tutto questo si raggiunge anche semplificando alcune mansioni di

routine del personale, attraverso i molti punti di self-service disposti negli edifici e inoltre grazie a un'intelligente e presente segnaletica orientativa, efficacemente disseminata nei vari spazi.

Gli spazi, i servizi e le routine così articolate permettono al personale degli Idea Stores di interagire più facilmente con il pubblico e investire più tempo nella funzione di facilitatori, sia per i lettori meno esperti sia per quelli più avanzati.

L'insieme dei diversi approcci, la varietà delle attività proposte e dei servizi portano, di conseguenza, a un arricchimento (*enrich*) e a una nuova percezione delle esperienze da parte dell'utente. È molto importante rilevare che i valori di base proposti agli utenti sono gli stessi del personale, il quale, a sua volta, si trova coinvolto in modalità di lavoro innovative, in opportunità di sviluppo e di progressione della carriera (non sono più fondate su un rapporto di tipo gerarchico o sull'esperienza), basate sulla creatività e sulla possibilità di dimostrare le proprie qualità, individualità e personalità sfruttandole ai fini di un servizio migliore. Il personale ha l'opportunità di «utilizzare»



l'esperienza variegata e flessibile sperimentata negli Idea Stores, sia per potere progredire nella propria carriera all'interno delle biblioteche, sia al di fuori di questo settore lavorativo.

La nostra «mission» è quella di rivolgersi a un pubblico molto ampio, proveniente da tutte le fasce socio-economiche e culturali. Non potrebbe essere altrimenti visto che, tra l'altro, siamo un servizio pubblico finanziato al 100% dai contribuenti. Purtroppo, però, alle volte troviamo dei colleghi contrari a questo principio — per me, invece, fondamentale — di democrazia, in cui le biblioteche sono veramente per tutti, e non solo per pochi. Esistono bibliotecari che difendono le loro scelte di politica elitaria, sostenendo che le risorse vanno dedicate a chi, in qualche modo, frequenta già le biblioteche o «è portato» alla lettura, perché «sarebbe una perdita di tempo e di soldi fare altrimenti». Ebbene noi troviamo questo atteggiamento molto preoccupante. Come troviamo preoccupante lo snobismo di chi sbefeggia i colleghi che dedicano una (piccolissima) parte dei loro fondi all'acquisto di libri appartenenti alla collana «Harmony», affermando che questi testi «non possono essere definiti letteratura»!

A nostro parere i bibliotecari non possono permettersi di giudicare i gusti e le esigenze di una parte del pubblico e negare (dimenticando che sono contribuenti anche loro) il sacrosanto diritto alla lettura di una parte della popolazione, soprattutto se le spese relative a questo tipo di materiale sono veramente minime. Sembra che alcuni colleghi traggano la facile, ma errata, conclusione che il fatto di avere collezioni di letteratura popolare sia l'equivalente di un servizio di scarsa qualità. Nei nostri viaggi all'estero spesso osserviamo tentativi lodevoli di rendere le biblioteche veramente alla portata di tutti e per tutti: «Benvenuti in biblioteca» oppure «Questo servizio bibliotecario è per tutti». Questi slogan però continuano anche a essere accompagnati da politiche d'acquisto elitarie, atteggiamenti discriminatori, edifici ideati e costruiti con uno spirito contrario a quello dell'apertura e dell'accoglienza per tutti. Il risultato? Nonostante gli slogan, una gran parte del pubblico non avrà mai accesso ai servizi bibliotecari. Per fortuna questi atteggiamenti sono gradualmente in via d'estinzione, ma noi riteniamo doveroso denunciarli.

## MULTICULTURALITÀ

Una vera politica di integrazione in una società multiculturale come la nostra si preoccuperà, quindi, non solo del design e della localizzazione degli edifici, ma anche di innovative e coraggiose politiche





di assunzione e formazione del personale, del giusto equilibrio tra attività ed eventi che attirino tutte le comunità etniche presenti nel territorio. Sarà anche attenta alla scelta delle collezioni e delle raccolte dei materiali della biblioteca che possano rispecchiare il più possibile da vicino le varie etnie presenti nel territorio. Nello specifico, e cominciando da quest'ultimo aspetto, è bene sottolineare che il 90% delle nostre collezioni è in lingua inglese, poiché, nonostante la forte presenza di stranieri, sono gli stranieri stessi a richiedere materiali in lingua inglese.

Tuttavia allo stesso tempo molti utenti appartenenti alle *ethnic minorities* vogliono mantenere un legame con la propria cultura madre. A tale proposito diviene allora importante valutare continuamente i cambiamenti dei flussi etnici presenti nella nostra zona, per potere prendere delle decisioni efficaci: se oramai la presenza di comunità bengalesi è radicata, varrà certamente la pena investire in collezioni

adeguate alla richiesta. Allo stesso tempo, bisogna analizzare attentamente la situazione e tenere presente che, nella nostra zona, molte delle persone del Bangladesh provengono da una regione nella quale la lingua prevalente è il *sylheti*, ovvero una forma dialettale e orale

del bengalesi e investire le nostre risorse nella lingua scritta sarebbe sbagliato. Quindi si deve trovare un giusto equilibrio nell'investimento delle risorse.

Negli ultimi anni abbiamo osservato un forte aumento di immigrati provenienti dall'Europa dell'Est, soprattutto dalla Polonia, aspetto inconsueto per la parte Est di Londra, in quanto, tradizionalmente, la comunità polacca si è sempre insediata nella zona occidentale della città. Allora, invece di investire precipitosamente cifre notevoli nell'acquisto di libri scritti in polacco, non sapendo se in realtà questo sarebbe stato necessario, abbiamo preferito utilizzare l'ottimo servizio di «noleggio» fornito dalla Biblioteca Polacca di Londra, la quale ci ha offerto una collezione — limitata, ma di qualità, con titoli rinnovabili ogni sei mesi — rivolta ai nuovi residenti.

Dopo tre anni, infatti, ci siamo resi conto che, in realtà, questi materiali non sono stati molto richiesti, probabilmente perché questa comunità, pur avendo forti tradizioni, non sente un particolare bisogno di leggere libri in lingua madre. Dal punto di vista sociologico è inoltre importante evidenziare come la maggior parte dei polacchi rimanga in Gran Bretagna tendenzialmente per un periodo relativamente breve, quasi sempre con l'intenzione di tornare in Polonia: infatti esiste una

### Come investire le risorse in modo equilibrato?



diretta proporzione tra il numero degli arrivi e il numero dei rimpatri. La logica conseguenza, dopo le dovute valutazioni, è stata quella di cessare il servizio «noleggio», e investire le nostre risorse altrove, per non ritrovarsi con dei materiali poco utilizzati a occupare degli spazi preziosi sugli scaffali.

Con questo vogliamo semplicemente mostrare che, dietro ogni decisione presa e prima di arrivare all'attuazione di politiche adeguate, vi è uno sforzo notevole da parte dei nostri professionisti che si sono formati e sono cresciuti all'interno delle biblioteche, attraverso un'esperienza maturata «sul campo» nel corso di anni di lavoro.

## IL RECLUTAMENTO DEL PERSONALE

Le politiche di assunzione del personale riflettono questa attenzione verso i cambiamenti socio-demografici del territorio: crediamo fermamente che sia importante contare su risorse umane che rispecchiano le comunità del territorio alle quali è offerto il servizio. È per questo che, quando assumiamo personale, lo facciamo attraverso annunci su giornali locali, piuttosto che attraverso concorsi regionali o nazionali. Una volta valutate le domande di lavoro, i fattori più importanti sono rappresentati dall'idoneità e dalle qualità dei candidati: su questo punto non scendiamo a compromessi e, se necessario, siamo chiaramente disposti ad allargare il campo della ricerca. Siamo riusciti a dimostrare che è possibile acquisire personale di qualità tra persone che conoscono profondamente il territorio, che spesso parlano le diverse lingue presenti nella zona e, avvalendosi di questa loro conoscenza, possono contribuire a rimuovere le barriere che si creano quando il personale è distante dal territorio nel quale opera.

Numerosi possono essere gli esempi pratici relativi ai vantaggi derivanti da questa politica di coinvolgimento di personale proveniente da diverse etnie: una padronanza unica nel giudicare la qualità (o meno) di collezioni in lingue comunitarie, una maggiore gamma di attività collaterali alla biblioteca (dibattiti in lingua, festival multiculturali, attività per adulti e bambini) che non solo tengono conto della diversità etnica presente nel territorio, ma scaturiscono proprio da questa diversità. Il vantaggio di avere delle squadre di operatori che partecipano attivamente a questi eventi, perché li sentono propri e ne conoscono profondamente le modalità culturali, è incommensurabile. Questa politica è sicuramente molto più efficace di qualsiasi altro intervento organizzato da operatori «esterni».

**P**

Operare in una zona molto diversificata non è di per sé uno svantaggio e il fatto di avere operatori di origini differenti risulta un grande beneficio: in tal modo la sfida si trasforma in opportunità.

Con le dovute precauzioni, l'Idea Store ha adottato alcuni modelli del settore privato e commerciale che valorizzano, in ogni persona, la comunicazione, l'entusiasmo, la conoscenza del servizio e dei materiali, il sentirsi a proprio agio con il pubblico e la vocazione ad aiutare gli altri. Una volta accertata l'esistenza di tali caratteristiche, è relativamente facile formare il personale con le competenze necessarie. Molto più difficile sarebbe fare il contrario, cioè partire dalla qualificazione, o da competenze dimostrabili solo su carta, e arrivare al coinvolgimento totale o al modo appassionato di intendere il lavoro all'interno dell'Idea Store. A questo fine, partendo dunque da una certa disponibilità e dal giusto atteggiamento esistente nel personale appena assunto, si passa attraverso un processo di formazione nel quale, attraverso tecniche basate su collaudate teorie di psicologia del lavoro, si cementa ulteriormente l'atteggiamento positivo. Si procede quindi — da notare, in quest'ordine — alla formazione di competenze tecniche, quali l'uso del catalogo, dei sistemi amministrativi e così via.

Si è scritto e discusso negli ultimi anni del ruolo del bibliotecario che sta cambiando, fatto ampiamente riconosciuto nell'ambito

#### **La flessibilità del bibliotecario**

di Idea Store, dove il personale a contatto con il pubblico assume un ruolo complesso e variegato, basato sul principio dell'idoneità a lavorare in qualsiasi settore della biblioteca.

Ci si aspetta, quindi, che chiunque possa lavorare nel settore ragazzi, o nel servizio di reference, abbia un'adeguata conoscenza sia di narrativa sia di saggistica, che possa occuparsi facilmente di musica, ma che sappia anche muoversi fra le raccolte di film (oltre che tra i corsi e gli altri servizi offerti dagli Idea Stores). A questo si arriva attraverso un'organizzazione della giornata lavorativa secondo la quale il personale lavora, a rotazione, nelle varie postazioni e per periodi di un'ora alla volta. Il tutto funziona con precisione cronometrica, ma anche tenendo conto di un principio fondamentale secondo il quale una transazione informativa già iniziata da un operatore va terminata dallo stesso. Il personale è così in grado di soddisfare la stragrande maggioranza delle richieste.

Nel caso di richieste più complesse, invece, l'operatore sa di potere contare su una squadra che è in grado di offrire tutto il supporto e l'aiuto necessari.





Questo approccio porta il personale a non fossilizzarsi, ma a mantenere costantemente un alto livello di motivazione e di competenza in tutti i reparti. Una freschezza inaspettata è il risultato di questo stile lavorativo «targato» Idea Store. Infatti il personale ritiene che il costante cambiamento contribuisca a una dinamicità che non è certo tipica dell'ambiente lavorativo bibliotecario. Siamo distanti «anni luce» dall'idea del lavoro noioso dietro a un bancone per lunghe, monotone e lente giornate di lavoro, trascorse il più delle volte ad aspettare che qualcuno entri dalla porta.

In tutta la Gran Bretagna, non solo negli Idea Stores, è ormai obsoleto il ruolo del bibliotecario che passa molto tempo del suo monte ore lavorativo in attività di catalogazione, in quanto questa attività è stata trasferita ai fornitori, che consegnano i vari materiali già catalogati (secondo gli standard internazionali), pronti per l'uso e per l'utente.

I primi anni di esperienza degli Idea Stores hanno mostrato che il diverso approccio nella gestione del personale è stato un successo, e ora gli sforzi sono rivolti ad affinare maggiormente il giusto equilibrio tra entusiasmo, atteggiamento positivo, conoscenza e competenza. A questo proposito, è attualmente in corso una riorganizzazione interna che prevede l'eliminazione del livello più basso (assistente) e l'ampliamento del livello intermedio (supervisore). Si arriverà così a un appiattimento della struttura organizzativa rivolta verso l'alto, poiché lo scopo è quello di raggiungere, con lo stesso dispendio di risorse, un livello qualitativo maggiore tra il personale: meno operatori quindi, ma meglio qualificati e idonei per mansioni di più alto livello. Esistono già esempi di questo modello in Svezia e in Nuova Zelanda, anche se su scala molto minore. La sfida, chiaramente, sarà quella di applicare un principio simile a un organico complessivo di quasi 200 persone.

## PIANIFICAZIONE

Con i primi quattro Idea Stores, aperti in un arco di tempo di soli quattro anni, abbiamo imparato molto: durante i confronti con gli specialisti del settore, è ricorrente la tendenza a far fronte al problema del calo di utenze con la costruzione di un nuovo edificio, senza considerare che, dietro la crisi di una biblioteca, spesso si nasconde molto di più di una struttura decadente. Ecco quindi che, durante il trasloco dalla vecchia e fatiscente biblioteca a quella nuova, ci si porta dietro un bel «bagaglio» di cose: servizi obsoleti, libri che andrebbero scartati, metodologie antiche, cattive abitudini.

**P**

Così, dopo l'iniziale entusiasmo, e l'iniziale assalto degli utenti, inevitabilmente e inesorabilmente ritornano le vecchie abitudini e, se la visione dell'architetto prevedeva trasparenza e ariosità, con grandi vetrate e ampi spazi deliberatamente lasciati vuoti, i bibliotecari riempiranno le vetrate di poster e avvisi inutili, scritti a mano, appiccicati con lo scotch, oppure non resisteranno alla tentazione di riempire un bell'atrio spazioso con scaffali, sedie e tavoli (spesso di tipo, stile e origine diversi), che non si accordano affatto fra di loro, creando una cacofonia visiva insopportabile. A difesa dei bibliotecari, va anche detto che spesso questi non sono coinvolti nel processo creativo e di progettazione, oppure lo sono solo marginalmente. Eppure sarebbero in grado di offrire un contributo pratico prezioso, basato sulla loro conoscenza del lavoro di tutti i giorni, conoscenza che può anche portare a soluzioni efficienti ed efficaci.

In questo momento, ad esempio, noi stiamo modernizzando la sezione ragazzi di un Idea Store: in questo progetto lavoriamo con un

architetto olandese e, nel corso dell'anno, abbiamo costantemente coinvolto il personale (sei operatori a vari livelli, alcuni poco più che ventenni, ma con grande energia e idee) in un processo molto creativo rafforzato da un forte spirito collettivo. Coinvolgere il personale

#### L'importanza del coinvolgimento del personale

risulta fondamentale, perché in questo modo i soggetti risulteranno «proprietari» del progetto, e capiranno le ragioni che stanno dietro ogni scelta. Molti dei lavori più riusciti sono quelli nei quali esiste un dialogo tra gli operatori e i *designers*, nel quale entrambi imparano qualcosa di nuovo gli uni dagli altri.

È poi necessario pianificare e prevedere degli aggiustamenti in base all'esperienza delle prime settimane o dei primi mesi. Spesso si vedono progetti che su carta sembrano funzionare, ma quando vengono realizzati mostrano dei problemi: ad esempio, il bancone è troppo vicino all'ingresso, la segnaletica non è efficace, le luci sono insufficienti, lo spazio ragazzi si trova nel posto sbagliato e così via. Eppure si ha paura di toccare quello che è stato fatto perché non si vogliono offendere gli architetti, o perché non si è previsto un minimo di fondi per queste eventualità. Il risultato è che, invece di essere completamente soddisfatti, si finisce con l'accontentarsi di un compromesso. Un grande peccato, soprattutto se si pensa che si sono appena spesi milioni di sterline. Se la responsabilità della mancata riuscita del progetto è interamente degli architetti e dei costruttori, e dopo sei mesi si scoprono terribili difetti, allora le povere municipalità che non possono avvalersi di avvocati di un certo spessore





non riescono a farsi risarcire: varrebbe certamente la pena, perciò, di spendere maggiormente su un contratto molto dettagliato, con mille clausole, piuttosto che trovarsi a pagare per le incompetenze altrui e portarsi dietro difetti e spese di manutenzione negli anni futuri.

Altri errori ricorrenti nella pianificazione sono: la scelta sbagliata del posto, cioè bellissime biblioteche, ma costruite a mezzo chilometro di distanza dal centro, perdendo l'opportunità di una vera partecipazione di massa. Oppure, in città di media grandezza, fondi spesi interamente per un unico edificio, iconico e di grande impatto, abbandonando per sempre piccole biblioteche di quartiere che, comunque, contribuiscono ad arricchire il tessuto sociale e culturale della città. Possiamo poi elencare scelte sbagliate di materiali, arredamenti costosissimi e non sostenibili, capi unici, fatti su misura, spesso provenienti dall'estero e a costi maggiorati, oppure impianti di illuminazione inaccessibili, o inadeguati, in cui per cambiare una lampadina bisogna prenotare un carro gru (confessiamolo, a questo punto, che purtroppo molti di questi errori li abbiamo fatti anche noi).

## GLI IDEA STORES NEL CONTESTO NAZIONALE E INTERNAZIONALE

In Italia sembra che ci sia molto interesse per gli Idea Stores, anche se per lo più questo viene manifestato da parte di colleghi già impegnati da anni in un discorso di rinnovamento, creatività e innovazione. Infatti in Italia notiamo apatia, se non addirittura ostilità, da parte di operatori conservatori, che non solo si accontentano di raggiungere un misero 10% della popolazione, ma sembra che se ne vantino. In Gran Bretagna la situazione non è molto diversa: esistono esempi innovativi come il nostro che, però, sono molto spesso ignorati.

Siamo snobbati da alcune conferenze nazionali e, se partecipiamo, scopriamo che si perde tempo a discutere di cose insignificanti, invece di affrontare la situazione di crisi profonda che investe il nostro settore. Mentre è difficile essere profeti in patria, riscuotiamo molto interesse nel resto dell'Europa, America, Australia e Giappone e siamo continuamente coinvolti in prestigiose conferenze internazionali. Per noi è un grande onore che proprio dalla Scandinavia, terra di grandi biblioteche e tra le migliori del mondo, ci arrivino l'adulazione e il plauso maggiori. Dispiace poi notare, ultimamente, un livello di dibattito sul futuro delle biblioteche piuttosto basso. Il problema è che spesso c'è molta disinformazione nel settore, perché alcuni giudicano a priori, senza analizzare in profondità i motivi del disamore da parte



del pubblico. Chi, come noi, cerca strade diverse, spesso è attaccato da chi, compresi giornalisti e accademici, ci guarda da lontano, senza avere mai messo piede in un Idea Store. È ironico che il vecchio adagio «non giudicare un libro dalla copertina» non venga colto proprio da queste persone, altamente esperte e specializzate. Allora ecco i piagnistei di chi ricorda con profonda nostalgia l'odore del legno antico, annusato da bambini nella propria minuscola biblioteca di paese.

Alcuni si stupiscono di fronte a un'alternativa come la nostra, che ha un impatto maggiore su un vasto ed esigente pubblico. La diffidenza probabilmente nasce dall'ignoranza e dalla disinformazione: quando abbiamo l'opportunità di spiegare il nostro pensiero, spesso si manifestano rispetto e ammirazione. Una certa ansia di fronte al cambiamento è naturale, ma questo diventa un problema se ci si barriera dietro la paura, andando a ostacolare lo sviluppo e l'evoluzione. Per le biblioteche il pericolo maggiore non è l'apatia della gente: è la cecità di amministratori, assessori e direttori, che sprecano risorse in progetti grandiosi, ma di scarso impatto, oppure si aggrappano a modelli obsoleti, difendendo a tutti i costi biblioteche che, francamente, hanno raggiunto la data di scadenza.

Con gli Idea Stores noi abbiamo dimostrato che, nonostante le mille tentazioni sociali e culturali di una metropoli come Londra, si può ancora attirare un pubblico molto variegato e di tutti i livelli, se l'offerta è quella giusta. Dal 1998 a oggi, infatti, gli Idea Stores hanno aumentato le utenze annuali da 550.000 a 2.100.000 (e dal 18% al 56% il numero dei residenti che ci frequentano abitualmente, 8% al di sopra dell'attuale media nazionale). Idea Store Whitechapel, con una media di più di 2.000 utenze al giorno, sette giorni alla settimana, è la biblioteca più frequentata nel centro di Londra (eravamo all'ultimo posto nel 1998). Anche i prestiti di libri hanno avuto un'impennata: in passato dopo ogni apertura di un nuovo Idea Store c'era un rialzo dei prestiti durante il primo anno, seguito da un naturale assestamento negli anni seguenti. Negli ultimi tre anni abbiamo avuto un ulteriore aumento del 10% annuo, cioè un totale di un terzo di incremento dei prestiti. Fatto straordinario, soprattutto in un contesto britannico che negli ultimi dodici anni ha visto i prestiti crollare e con una perdita del 25%. Il 90% degli utenti ora considerano il nostro servizio buono oppure ottimo.

## IL FUTURO

È recentissima la notizia che stiamo per varare il progetto di due nuovi Idea Stores (uno già in programma entro la seconda metà del

2010), portando a sei i centri nella nostra municipalità. La nuova generazione di Idea Stores consisterà in punti di servizio più piccoli che agiranno da satellite, attorno a quelli già esistenti attraverso un rapporto di complementarità. Una volta varato e completato il settimo Idea Store, potremo dirci soddisfatti di avere realizzato un sogno, nato alla fine dell'ultimo millennio, e avere creato una rete di biblioteche che lasceranno il segno.

Da questo punto in poi, non ci resterà che concentrarci sull'ampliamento della rete, e varcare i confini non solo locali o nazionali, ma d'oltremare. Tuttavia gli esempi, fortemente ispirati al modello di Idea Store, non mancano e sono già presenti in Danimarca, Svezia, Olanda e negli Stati Uniti. Ecco quindi dimostrato che sarà solo una questione di tempo...

