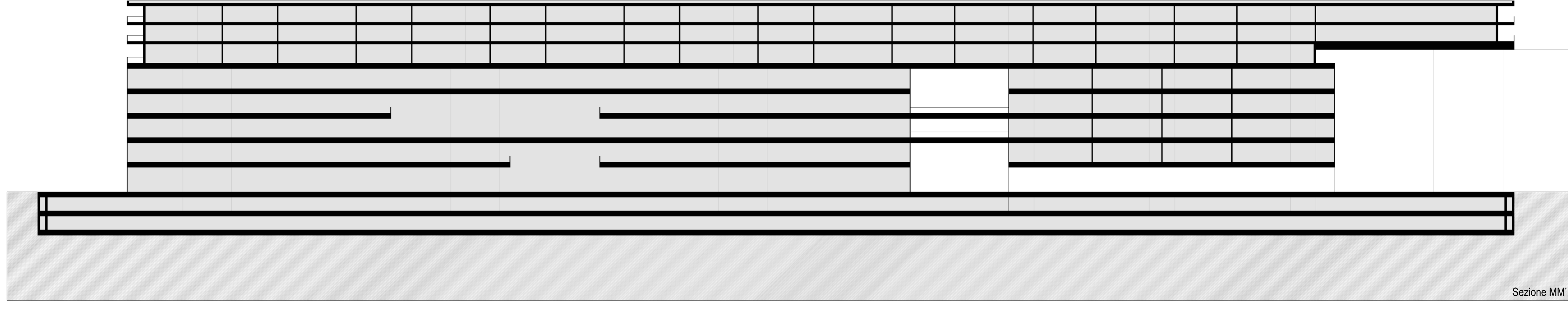


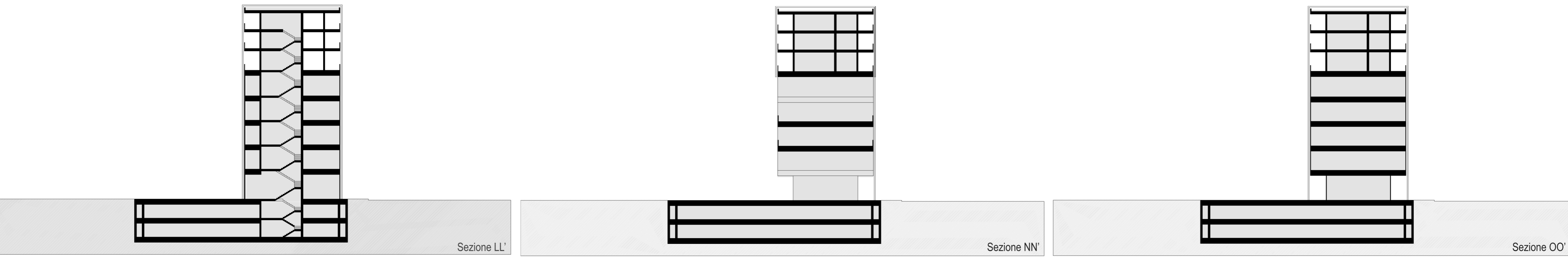
Un'interessante esperienza di costruzione di nuove biblioteche integrate nel contesto urbano è rappresentata dagli Idea Stores realizzati nell'East End londinese. Gli Idea Stores infatti sono dei servizi pubblici innovativi, che si propongono da un lato di colmare la distanza esistente tra i servizi bibliotecari e l'istruzione degli adulti, dall'altro di sostituire l'immagine tradizionale, e ormai in declino, della biblioteca con servizi più moderni ed attraenti utilizzando a questo scopo il linguaggio architettonico delle strutture commerciali. Gli Idea Stores sono un'iniziativa del Tower Hamlets Borough di Londra, seguita al declino delle biblioteche di quartiere, e nate sulla base di una indagine di mercato svolta tra gli utenti potenziali dei servizi bibliotecari o formativi dell'area di riferimento. Le strategie che il Tower Hamlets Borough ha posto a fondamento della realizzazione degli Idea Stores sono incentrate su contesti ed edifici altamente attraenti ed accessibili in cui le persone possano desiderare di trascorrere il proprio tempo, preferibilmente edifici di nuova realizzazione, visto che la medesima indagine cui si faceva prima riferimento dimostrava da parte degli utenti potenziali un sostanziale disinteresse, se non una contrarietà, in merito al mantenimento delle biblioteche negli edifici storici; preferenza per un linguaggio architettonico vicino a quello di solito adottato negli esercizi commerciali e nell'industria del divertimento, massiccia politica promozionale in merito alla localizzazione dei nuovi edifici ed anche ai loro scopi e servizi/orari di apertura più in linea con i ritmi e l'organizzazione di vita propri della società contemporanea, possibilmente coordinati con quelli dei negozi circostanti; in prospettiva, gli Idea Stores puntano a un'apertura su sette giorni alla settimana, e ad una standardizzazione degli orari in tutti i punti di servizio, servizi fortemente orientati all'utente e rispondenti ai bisogni locali; superamento dei pregiudizi e dell'immagine preconstituita in merito alle biblioteche e alle strutture per la formazione degli adulti.



Queste strategie sono state adeguatamente supportate da un attento lavoro di branding, ossia dalla progettazione di un'immagine nuova del servizio offerto, gestita secondo le più recenti teorie del marketing, in netta contrapposizione con l'immagine tradizionale delle biblioteche inglesi di età vittoriana che, con il loro carattere austero, scoraggiano la frequentazione e la partecipazione. Le considerazioni che stanno a fondamento della nascita degli Idea Stores, e che ne hanno determinato le scelte di localizzazione, hanno anche introdotto una vera e propria rivoluzione nell'organizzazione interna di queste biblioteche, che infatti mettono a disposizione un ampio range di opportunità ricreative e formative, nonché attrezzature di vario genere che non sono disponibili in altre strutture della stessa area. Sul piano più strettamente biblioteconomico gli Idea Stores, proponendo servizi bibliotecari e formazione continua in maniera integrata e attraente, sono pensati come luoghi nei quali i cittadini possono cercare informazioni su qualunque aspetto della loro vita e possono acquisire nuove abilità e competenze. Gli Idea Stores si ispirano dunque al meglio del mondo del commercio e dell'industria del divertimento, mantenendo però intatte le migliori tradizioni del mondo bibliotecario e formativo.



Sezione MM'



Sezione LL'

Sezione NN'

Sezione OO'

