

Il progetto di un “Bibliocentro” della Camera di Commercio di Roma

Introduzione

In vista della possibilità di far nascere a Roma una biblioteca dal nome di “Bibliocentro” presso la Camera di Commercio, nel 2008 venni incaricata di svolgere una indagine sulle biblioteche e i centri di documentazione camerale.¹

La Camera di Commercio di Roma, avrebbe rappresentato nello scenario delle Camere di Commercio italiane un caso a dir poco speciale. La singolare, e per certi aspetti stupefacente, collocazione fisica della sua sede – il Tempio di Adriano² – non avrebbe potuto non determinare che le offerte di carattere informativo e documentario sarebbero risultate di natura palesemente diversa da quelle realizzate nelle altre Camere. Nel caso di quella romana, istituire e sviluppare un Centro di documentazione presso il Tempio di Adriano avrebbe voluto dire creare un sistema per documentare la propria storia e il proprio *Dasein*, portare tali informazioni fuori dal loro contesto, farle circolare perché quel luogo potesse divenire un centro di attrattiva, di interesse e di ricerca, e quindi di arricchimento e progresso culturale, nonché un baluardo della creatività economico-culturale della Camera di Commercio romana. Nonostante questo progetto culturale di grande dignità e aspirazione non sia giunto a compimento, merita comunque darne conto per promuovere la conoscenza di una realtà così complessa anche nella speranza che in futuro il progetto possa essere ripreso.

1. Ciò avveniva per azione dell’allora Direttore Generale della Azienda Speciale “Promoroma” Roberto Novelli che già da anni, avendo specifica formazione biblioteconomica, lavorava a questo progetto. Cfr. Fiammetta Sabba. *Panorama dei centri di documentazione e delle biblioteche delle Camere di Commercio italiane*. «JLIS.it», Vol. 6 (2015) n. 3, p. 153-174.

2. Per una ricognizione storico-documentaria sul Tempio di Adriano si veda: *Hadria-neum*. A cura di Roberto Novelli. Roma, Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura, 2005; ed ancora: Camera di Commercio di Roma. *La Camera di Commercio di Roma nel Tempio di Adriano: breve storia del tempio e delle sue trasformazioni*. Testi a cura di Simonetta Ciranna, Roma, Camera di Commercio, 2002.

Breve storia della Camera di Commercio di Roma, sua struttura e funzioni

Per conoscere meglio l'istituzione e il contesto di riferimento è doveroso un breve excursus riguardo alla storia della Camera di Commercio di Roma, che nasce come Camera di Commercio di Lazio e Umbria, Stati romani annessi nel periodo napoleonico all'Impero francese.³ Essa viene creata solo nel 1809 in occasione di una Consulta straordinaria degli Stati romani uniti, che istituì anche i Tribunali di Commercio a Roma e a Civitavecchia con funzioni giurisdizionali in materia commerciale, dunque come organi complementari, e non alternativi, alle Camere. Venne poi ricostituita, dopo la caduta del regime napoleonico, nel 1831, sotto il pontificato di Gregorio XVI, con l'editto del cardinale pro-segretario di Stato Tommaso Bernetti. La regolava uno statuto interno, era attiva una Commissione di 15 commercianti con un Presidente, e il sostegno finanziario giungeva direttamente dai commercianti.

Già in origine il suo territorio d'azione era idealmente lo stesso di oggi; con un editto nel 1835 era stata, inoltre, gerarchicamente collocata al livello primario e ad essa era stata collegata (vi rimase fino al 1860) quella sussidiaria di Foligno.

Tra le funzioni che vennero attribuite alla Camera di Commercio romana vi fu naturalmente la promozione del Commercio stesso, e poi la supervisione di lavori come quelli di bonifica e costruzione stradale, ma vi furono anche il controllo del cambio e quello delle contrattazioni che avvenivano all'interno della Borsa della Camera, attiva dal 1821 e sulla quale la Camera prima esercitò semplici funzioni di vigilanza – obbligandola fra le altre cose anche a tenere dei registri contabili – poi di vera e propria direzione. Alcune delle attività dell'istituzione camerale, che definirei più che peculiari addirittura costitutive, data la loro conservazione nel tempo, furono la registrazione di commercianti e negozianti, la loro formazione professionale, l'allestimento di statistiche industriali e commerciali, l'informazione e l'assistenza fornite a quanti operanti nel settore economico vi si rivolgessero.

3. Per i fondi archivistici delle Camere di Commercio italiane si veda: Unione italiana delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura. *Guida agli archivi storici delle Camere di commercio italiane*. A cura di Elisabetta Bidischini e Leonardo Musci. Roma, Ministero per i Beni Culturali e Ambientali – Ufficio Centrale per i Beni Archivistici, 1996, consultabile *on line* all'indirizzo <http://www.archivi.beniculturali.it/pdf.php?file=Strumenti/Strumenti_CXXVII.pdf> (ult. cons.: 24 marzo 2015). Mentre specifiche notizie archivistiche e storiche sulla Camera di Commercio romana si trovano in: Elio Lodolini. *Camere e tribunali di commercio nello Stato Romano, sec. XIX*, in *Studi in onore di Amintore Fanfani*. Milano, Giuffrè, 1962, v. 6, p. 278-327; ed in: Manuela Martinelli. *Le origini della Camera di Commercio di Roma*. Roma, Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Roma, 2007.

Dopo l'Unità d'Italia essa venne sciolta e rifondata nel 1871 con l'attribuzione della competenza, oltre che naturalmente sul suo territorio, su quelli di Viterbo, Frosinone e Velletri; fu questa l'occasione per riordinarsi e per imporre la propria presenza, sia di carattere consultivo che operativo, su questioni economiche di grande rilievo. Ma a partire dal periodo compreso negli anni 1897-1900 essa attraversò momenti di crisi, da quando fu sottoposta ad un'inchiesta del Ministero dell'Agricoltura Industria e Commercio. In seguito inoltre la Camera di Commercio romana fu costretta ad adeguarsi alla nuova regolamentazione, derivata dalla legge di riforma n.121 del 20 marzo 1910, che sanciva indirettamente la funzione pubblica delle Camere di Commercio sottoponendole al controllo dell'Amministrazione statale, e dalla successiva soppressione della loro autonomia statutaria. Intanto tra il 1924 e il 1926 una nuova serie di leggi ribadì in modo fermo lo stato pubblico delle Camere di commercio.

Anche nei periodi difficili delle Guerre mondiali e del dopoguerra la Camera romana continuò a mantenere il suo ruolo centrale di vigilanza economica, seppur con cambiamenti che non furono solo di denominazione ma anche strutturali; essa cambiò così più volte sede: inizialmente collocata in Piazza Ss. Apostoli e precisamente a Palazzo Valentini, venne poi trasferita a Palazzo Sciarra al Corso, ed ancora in un appartamento a palazzo Viscardi in via Cesarini, per giungere in un luogo privilegiato, quello attuale, ossia a Piazza di Pietra presso il tempio dedicato ad Adriano dal suo successore Antonino all'incirca nel 145 d.C., che fu edificio di culto prima, poi di assistenza sociale e religiosa, ed ancora sede della Dogana pontificia nel XVII secolo, e della Borsa valori nel XIX.

La attuale situazione di tutte le Camere si deve al riordinamento disciplinato dalla Lg. n.580 del 29 dicembre 1993, che, strutturata in 5 capi, ne definisce innanzitutto la natura di enti autonomi di diritto pubblico con funzioni di cura dello sviluppo del sistema economico e soprattutto imprenditoriale, in particolare di quello locale, ossia coincidente con il capoluogo di provincia in cui ha sede e con la circoscrizione territoriale di riferimento. Sulle Camere vigila il Ministro dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato con il cui decreto vengono eventualmente sciolti i Consigli. Definiti nel capo II i compiti dell'ufficio del registro delle imprese, retto da un conservatore, si disciplinano nel successivo, il III, gli organi delle Camere, ossia Consiglio, Giunta, Presidente, Collegio dei revisori dei conti, indicando le loro funzioni istituzionali, la loro composizione, e lo scadenario delle riunioni. Nel IV capo si elencano le possibilità di finanziamento delle Camere; le più rilevanti, ridotte nello scorso anno alla metà, erano finora quelle provenienti dallo Stato; poi dalla gestione delle proprie attività e prestazioni di servizi, nonché da proventi patrimoniali; poi vi sono le entrate derivate dalla applicazione di

leggi statali o regionali o ancora da convenzioni; ed infine i contributi volontari, i lasciti e le donazioni sia di enti pubblici che privati.

Nello specifico le funzioni di primordine della Camera sono: i servizi anagrafico-certificativi alle imprese, il loro sviluppo e la regolamentazione del mercato. Attraverso la prima funzione la Camera è in grado di monitorare costantemente le attività imprenditoriali esistenti a Roma e nella sua provincia, di garantire la trasparenza del mercato informando le imprese e controllandone la legalità, di fornire strumenti per un continuo miglioramento delle procedure attuative della mission realizzata attraverso l'impianto di una sorta di anagrafe comprensiva di tutti i dati utili ad elaborazioni di natura economica, statistica e commerciale. L'incentivo allo sviluppo delle imprese è garantito dalla Camera romana attraverso la funzione svolta dal Laboratorio Chimico-Merceologico per accertare la conformità merceologica alle norme e ai regolamenti in materia, e per mezzo delle attività di promozione, di regolazione, di sviluppo del mercato ed anche di documentazione e di assistenza alle aziende. La Camera di Commercio di Roma, infatti, oltre a favorire lo sviluppo delle aziende esistenti, con la sua politica operativa d'avanguardia si prefigge di sostenere in particolar modo l'imprenditoria più debole, in ispecie quella delle nuove aziende e quella femminile. Neppure il concetto di "internazionalizzazione" le sfugge: essa assiste ed informa le aziende sui mercati esteri sostenendo incontri fieristici, commerciali ed imprenditoriali, e promuovendo la ricerca e gli studi statistici ed economico-sociali con lo sguardo volto anche agli altri mercati.

Lunghe braccia della struttura centrale camerale romana sono le Aziende Speciali che impegnano le proprie forze nell'ampio ventaglio di ambiti di cui è composta l'economia locale. Tutte queste Aziende permettono alle funzioni istituzionali della Camera di intervenire in modo qualificato ai vari livelli di attività investendo in ciascuna risorse vieppiù specifiche. Sono poi Fondazioni, Società Consortili e Consorzi e Società di sistema a completare il quadro organico del complesso sistema camerale romano, teso a incentivare, sviluppare e promuovere le attività economiche e commerciali di Roma e provincia.

Anche le Camere di Commercio in questo nuovo quadro economico italiano hanno subito rimodulazioni interne dovute ad un forte taglio di budget; si è così dovuto rinunciare particolarmente ad alcune Aziende Speciali, che svolgevano attività di completamento, come quelle culturali (documentarie, editoriali ecc.), e quindi non vitali per l'Ente. Per quanto riguarda la Camera di Commercio romana l'Azienda che curava questo settore era "Promoro-

ma”, che è stata messa in liquidazione a novembre 2014⁴, di conseguenza tutte le attività che facevano capo ad essa sono state bloccate, tra queste la struttura del “Bibliocentro” legata ad un progetto decennale che era appena partito e che avrebbe dovuto in un paio di anni decollare nella sua forma integrale e compiuta. Lo vediamo di seguito.

Il Bibliocentro: storia di un progetto

Il progetto di creazione di un Bibliocentro di documentazione socio-economica presso la Camera di Commercio di Roma aveva avuto inizio nel 2002 e si era articolato in più momenti. La prima fase si era concretizzata con uno studio di fattibilità dove era stato individuato un modello teorico da realizzare per mettere al riparo la realtà imprenditoriale romana dalla situazione di frammentarietà informativa in cui sembrava stagnare. Si sentiva come indifferibile il bisogno di creare una struttura che, attraverso tutte quelle attività peculiari di una biblioteca e di un centro di documentazione che prestano servizi ad un alto livello di specializzazione, rispondesse adeguatamente alle esigenze informative degli operatori economici del territorio romano e di quella della “struttura madre” cui esso si sarebbe impennato. Già in questa fase del tutto embrionale si individuavano le qualità delle quali il Bibliocentro si sarebbe dovuto dotare: “Tematicità” stratificata della collezione documentaria, “Utilità” per l’innovazione e lo sviluppo imprenditoriale”, “Fruibilità” per una ricerca agevole anche da parte dei non esperti, “Visibilità” esterna del Bibliocentro stesso, “Attività” ossia stimolo di bisogni informativi e di crescita, “Interattività” con l’utenza per un accrescimento reciproco, “Storicità” cioè documentazione di sé stessi e quindi dell’istituzione di appartenenza.

L’estate del 2003 vedeva poi quel progetto concretizzarsi con la fase esecutiva. La politica messa in atto dalla Camera di Commercio romana nell’ultimo decennio dava tendenzialmente ragione all’urgenza dell’istituzione di un Centro documentario avanzato. Esso si presentava come una delle naturali conseguenze, infatti, dell’attenzione rivolta dall’istituzione camerale non più soltanto alla burocrazia economica, ma ad uno sviluppo sociale integrato, in cui il Mercato e le Istituzioni coinvoltevi, e quindi in senso più ampio l’Economia territoriale, si facessero interpreti, e insieme realtà, delle esigenze di crescita e sviluppo culturale e sociale dei cittadini.

4. Promoroma, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Roma è stata posta in liquidazione con deliberazione n°318 del 3/11/2014 della Giunta della Camera di Commercio di Roma.

Così definito il progetto del Bibliocentro prese avvio, ma a piccoli passi, alcuni anni dopo, con l'intenzione di concretizzarlo finalmente. Ciò spinse l'Azienda Speciale che doveva occuparsene e che mi aveva coinvolto nella progettazione a riflettere sia su alcune questioni di natura teorica di base che su nuove possibilità e su accorgimenti di carattere tecnico di cui non si poteva non tenere conto. Erano passati infatti alcuni anni da quando il Bibliocentro era stato ideato, e nel frattempo la realtà informativa stava cambiando rapidamente.⁵

Il "disegno" del Bibliocentro riprendeva così nel 2008⁶ e poi ancora in una seconda tranche nel 2012 innestandosi sulla sua originaria ideazione e sul progetto esecutivo che lo aveva riguardato e che lo sviluppava dettagliatamente. Era necessario a quel punto occuparsi di definirne la struttura bibliografica fornendo concretamente strumenti ed oggetti documentari che ne avrebbero costituito l'ossatura ma anche il nucleo fondante.

Il progetto bibliografico, documentario e biblioteconomico del Bibliocentro

Il profilo del Bibliocentro sarebbe derivato naturalmente dalla dotazione di una bibliografia selezionata di monografie, periodici, banche dati, materiale multimediale, tenendo conto di filoni tematici di interesse della struttura che andavano individuati con una analisi specifica. In tal modo sarebbero state documentate le situazioni informative strettamente collegate all'istituzione. La ricerca per definire la struttura bibliografica del Bibliocentro ha dato risultati concreti svolgendosi in varie attività tra loro collegate.

Innanzitutto si è proceduto alla redazione di una bibliografia camerale, ossia al censimento delle opere di cui la Camera di Commercio di Roma è stata autore, editore, promotore e oggetto, a partire dalla sua fondazione, con uno sguardo volto anche ai suoi diretti precedenti funzionali, giungendo fino ad oggi. Le fonti utilizzate sono state la BNI e gli OPAC e MetaOPAC: SBN, WorldCat, LCC, KVK, e della Biblioteca di Unioncamere, e del Cen-

5. La trasformazione in ambito informazionale dei veicoli e degli strumenti ha in effetti comportato un mutamento generale del quadro documentativo, dal momento che la ricerca ed il reperimento avvengono per mezzo di nuovi strumenti tecnologici, che scavalcano le distanze fisiche e temporali, e non più attraverso quelli canonici dei testi su carta o, spingendoci già un po' più avanti, dei CD-Rom. Gli effetti di tali pratiche informatico-informative sono state evidenti anche riguardo alla ricerca di testi e di informazioni effettuabile sia con, che senza, una mediazione, il supporto e l'assistenza di sovrastrutture istituzionali specifiche.

6. Una chiara sintesi dell'importanza che nel 2008 veniva data addirittura dai vertici istituzionali della Camera di Commercio di Roma alla Cultura come fonte di progresso anche economico e sociale si trova nel volume pubblicato dall'allora suo Presidente: Andrea Mondello. *Experience Roma, come trasformare una città d'arte in un laboratorio di innovazione culturale*. Prefazione di Francesco Rutelli. Roma, Camera di Commercio di Roma, 2008.

tro di documentazione della Camera di Commercio di Torino. La Bibliografia è stata redatta divisa in monografie e saggi editi o riguardanti la Camera di Commercio di Roma, in periodici da essa prodotti, e in video e fotografie che la riguardassero. Quest’ultima parte doveva andare ad accrescere la sezione della raccolta multimediale camerale, di cui già esisteva un nucleo importante costituito dalla documentazione audio/video dell’eventistica tenutasi nel Tempio di Adriano e curata da Promoroma.

Un’altra parte sviluppata ha riguardato il progetto di digitalizzazione delle opere rare o non possedute comprese nella Bibliografia camerale. Esiste infatti una raccolta libraria “storica” appartenente alla ex-biblioteca camerale romana, nella quale però non è presente che in minima parte il pubblicato, edito o sponsorizzato dell’istituzione. Oltre quei pochi volumi rimasti, si riteneva necessario che il Bibliocentro, in quanto organo documentario della Camera, fosse entrato in possesso – anche se in parte virtualmente – di tutto quanto nel tempo essa aveva prodotto. Pertanto, tenendo conto della Bibliografia camerale redatta, sarebbe stato un passo successivo procurarsi le opere elencate proprio per costituire il fondo specifico, a fini storico-istituzionali e di rappresentanza, e documentari. Di questi volumi, tolti quelli posseduti, alcuni comparivano ancora in commercio, ma molti, essendo esauriti e non ripubblicati, sarebbero stati da cercare nel mercato antiquario, o, cosa maggiormente conveniente e funzionale, da riprodurre in formato digitale, previo accordo con le istituzioni conservatrici per acquisirne la copia libera da vincoli giuridici essendo la Camera il soggetto detentore dei diritti di copyright. La digitalizzazione di quella raccolta avrebbe anche semplificato la fruizione da parte dell’utenza remota, seppur sempre ovviamente con certe restrizioni per la protezione dei diritti camerali, valorizzandola grazie ai canali informatici. Ai fini sia della conservazione che della valorizzazione, si riteneva così utile pensare addirittura alla digitalizzazione integrale del Fondo “Bibliografia camerale”.

Un altro filone bibliografico si doveva impennare sulle tematiche di interesse di ciascuna delle aree di cui la Camera di Commercio di Roma si compone. Pertanto veniva preparato un “questionario bibliografico” da somministrare agli uffici delle varie aree, appositamente predisposto per scoprire gli ambiti informativi conosciuti, l’eventuale produzione di “letteratura grigia” e le modalità di conservazione e ordinamento. Il questionario era stato perciò suddiviso in più parti: una indagine iniziale sulla propria produzione documentaria e sugli utilizzi di canali informativi; una seconda sezione contenente la lista di settori tematici e semantici selezionati sulla base della messa in relazione della classificazione Dewey con le aree di attività della Camera; e una terza elencante alfabeticamente riviste cartacee, e banche dati sia off che on line appartenenti agli ambiti sopradetti per saggiarne la conoscen-

za, il possesso o l'esigenza di usufruirne da parte degli uffici. Il fine dell'indagine era ottenere un profilo bibliografico della Camera di Commercio sulla base del quale orientare gli acquisti di monografie, periodici, banche-dati, ma anche eventuali servizi di disseminazione informativa come newsletter, e-mail alerting. Al tempo stesso il lavoro fatto di messa in relazione della classificazione Dewey con le aree di interesse camerale e con la struttura dell'istituzione stessa, ci forniva lo scheletro classificatorio per organizzare fisicamente la raccolta e per dare una rappresentatività esauriente dei temi e degli interessi istituzionali e informativi camerale.

Un settore che ha richiesto specifica attenzione è stato quello del Turismo, corrispondente a una delle missioni specifiche di Promoroma, committente dello studio e effettivo sostenitore e futuro gestore del progetto del Bibliocentro. Per quanto la definizione di una classificazione sul Turismo potesse apparire ovvia e semplice data la diffusione sociale dell'argomento, si è invece trattato di una attività impegnativa, poiché ci si è trovati da un lato a dover proprio definire un'idea di Turismo, e dall'altro ad individuare dal punto di vista documentario come esso risulti soggetto e classificato. Nella Classificazione Dewey il Turismo si trova nella classe delle Scienze Sociali sotto i Servizi (il cosiddetto Terziario), in realtà il concetto di Turismo non solo si è evoluto ma si è arricchito di numerose accezioni (artistica, storica, culturale, spirituale, spettacolare, ambientale, di business, commerciale, enogastronomica, paesaggistica) dando rilevanza a particolari aspetti oltre al più antico e comune odegético, culminante nella pubblicazione delle guide e delle raccolte illustrative e fotografiche. Si sono per esempio accentuati gli aspetti legati alla produzione, valorizzazione, estetizzazione e commercializzazione di alcune tipologie di merci e di prodotti alimentari e artigianali. Nel Turismo c'è una delle manifestazioni evidenti di come globalizzazione e localismo possano coesistere in un continuo e rigenerato scambio costruttivo: ne nasce da un lato l'esaltazione, approfondimento e pubblicizzazione degli elementi tipici e locali, tanto merceologici che artistici che paesaggistici (quindi beni materiali ed immateriali), dall'altro l'esportazione del loro marchio, e quindi la semplificazione dello scambio di merci e persone, nella convinzione che il consolidamento di entrambi significhi un know-how e un well-ness in simbiosi: un "luogo" è esportabile se è vivibile innanzitutto dai propri cittadini.

Solo tenendo conto di una ricca varietà di realtà documentarie anche internazionali sul Turismo si è riusciti infine a formulare, analizzando i modelli semantici di ciascuna, un ampio ventaglio di soggetti (foci) appartenenti a questo ambito. Poi riconducendo questi alle relative aree semantiche della Classificazione Dewey si è dato luogo ad una classificazione ad hoc ma che non esulasse dallo schema Dewey individuato per il resto della collezione bibliografica.

Questo lo schema dei *loci* individuati:

- 306 CULTURA E ISTITUZIONI, QUALITÀ DELLA VITA, SOCIOLOGIA DELLO SVAGO, SPORT, RICREAZIONE
- 338 INDUSTRIE SECONDARIE E SERVIZI (TURISMO E OSPITALITÀ)
- 381 COMMERCIO INTERNO (MARKETING)
- 385 TRASPORTI FERROVIARI
- 386 TRASPORTI IN ACQUE INTERNE E SU TRAGHETTI
- 387 TRASPORTI PER VIA D’ACQUA, AEREI, SPAZIALI
- 388 TRASPORTI TERRESTRI E LOCALI
- 577 ECOLOGIA
- 642 RISTORAZIONE
- 646 MODA
- 647 RICEZIONE ALBERGHIERA
- 659 PUBBLICITÀ
- 684 ARREDAMENTO
- 686 STAMPA E ATTIVITÀ CONNESSE
- 687 ABBIGLIAMENTO
- 707 BELLE ARTI E ARTI DECORATIVE. COLLEZIONI ED ESPOSIZIONI TEMPORANEE E ITINERANTI
- 708 BELLE ARTI E ARTI DECORATIVE. GALLERIE, MUSEI, COLLEZIONI PRIVATE
- 710 URBANISTICA E ARTE DEL PAESAGGIO
- 720 ARCHITETTURA
- 730 SCULTURA
- 738 ARTI DELLA CERAMICA
- 739 ARTI DEI METALLI
- 740 DISEGNO, ARTI DECORATIVE E MINORI
- 745 ARTI DECORATIVE E MINORI
- 745 ANTIQUARIATO
- 746 MODA
- 759 PITTURA
- 769 STAMPE E TECNICHE DI IMPRESSIONE
- 770 FOTOGRAFIA, CINEMATOGRAFIA
- 780 FESTIVAL, CONCORSI, PREMI MUSICALI
- 780 MUSICA
- 783 MUSICA SACRA
- 790 ATTIVITÀ RICREATIVE E SVAGO
- 790 ARTI DELLO SPETTACOLO
- 791 SPETTACOLI PUBBLICI
- 791 CIRCHI
- 791 CINEMA
- 791 RADIO
- 791 TELEVISIONE
- 791 TEATRO IN MINIATURA, TEATRO DI GIOCATTOLI, TEATRO D’OMBRE
- 792 TEATRO (RAPPRESENTAZIONI SCENICHE)
- 793 GIOCHI E DIVERTIMENTI AL COPERTO
- 793 RICEVIMENTI E INTRATTENIMENTI
- 793 DANZA
- 796 SPORT E GIOCHI ATLETICI E ALL’APERTO
- 796 VITA ALL’APERTO
- 910 GEOGRAFIA GENERALE VIAGGI

Scorrendo la lista è possibile notare dalle cifre della Classificazione Dewey come i soggetti turistici individuati appartengano ad aree semantiche e cognitive diverse – dalle Scienze sociali, all’Economia, alle Scienze naturali e del paesaggio, alla Geografia, all’Arte [...] – e questo chiarisce la complessità del tema come si è su accennato.

Dopo aver definito la classificazione si è proceduto a stendere una bibliografia delle più recenti monografie sul Turismo, suddivisa in argomenti principali, quali: “Legislazione” (la maggior parte dei testi fa riferimento al recente *Codice del turismo. Il testo del decreto legislativo 79/2011*), “Storia e Antropologia” (con testi che ripercorrono l’iter di sviluppo del turismo in Italia e lo connettono al commercio sottolineando entrambi come fattori di sviluppo e modernità), “Marketing e Statistica” (testi sia sulle tecnologie di comunicazione, che sulle strategie di promozione e di Project Management, che ancora sui programmi di valutazione della qualità dei servizi per un turismo sostenibile), ed infine una sezione “Miscellanea” con evidenza ad aspetti particolari quali Sociologia-Sostenibilità, Enogastronomia-Nutrizione, Cultura-Moda-Spettacolo-Arte.

Non poteva poi mancare una specifica bibliografia dei periodici, composta da quelli attivi sul Turismo in Italia e da periodici internazionali, quest’ultimi quasi tutti raggiungibili dalle relative piattaforme di distribuzione e reperibili in abbonamento *on line*. La maggior parte di queste riviste sono gli strumenti e gli organi di comunicazione ufficiale di importanti istituzioni che si occupano di Turismo (da ENIT e Mercury al Touring Club, al Centro italiano per il Turismo sociale e alla Società italiana per il diritto del Turismo). A corredo poi di questa bibliografia veniva data una selezione di banche dati *on line* o aggregatori di risorse con uno sguardo particolare sul Turismo ma comprendente anche Economia, Diritto e Commercio.

La segnalazione bibliografica sul Turismo terminava poi con una bibliografia riguardante Roma e strutturata in due parti. La prima parte era rappresentata da una bibliografia recente sui temi focali del Turismo a Roma, per dare una visione degli approfondimenti e della promozione fatta, e degli indirizzi e delle tendenze affermatesi nella Capitale negli ultimi tre-quattro decenni. I temi selezionati erano: Radio, Cinema, Teatri, Giochi-Feste, Musica sacra, Festival di Musica e Fotografia, Moda, Antiquariato-Commercio di opere d’arte, Arredamento, Arti decorative, Pittura, Scultura, Architettura, Urbanistica, Trasporti, Porti, Ferrovie, Artigianato, Sociologia (qualità della vita e servizi), Cultura, Istituzioni culturali (archivi e biblioteche). L’altra sezione bibliografica sul Turismo romano era costituita da una ricca e aggiornata bibliografia di guide di Roma dagli anni ’70 del secolo scorso fino al 2012, comprendendovi le più autorevoli, accreditate e consultate, quelle generali e quelle tematiche, ed anche alcune speciali e bizzarre. Ad

integrazione di questa bibliografia “moderna” erano state comprese anche due ricche bibliografie di antiche guide di Roma, che vanno dall’avvento della stampa al XX secolo, e sono: la bibliografia della collezione di guide su Roma posseduta dalla Biblioteca Besso di piazza Argentina specializzata tra gli altri temi storico-locali anche su questo delle guide⁷, e una selezione tratta dalla bibliografia del Fondo di Luigi Vittorio Fossati Bellani, attento studioso e collezionista di libri di viaggio e guide.⁸

Per quanto concerne ancora la strutturazione bibliografica del Bibliocentro non poteva essere trascurata la parte riguardante i documenti multimediali. Le manifestazioni e i dibattiti che hanno avuto luogo negli anni nella monumentale sede della Camera di commercio di Roma, precisamente negli ambienti del Tempio di Adriano, hanno spesso trattato contenuti di elevato interesse per le varie realtà socioeconomiche che vi si presentano. La documentazione di questa eventistica, che Promoroma curava, gestiva e conservava, non veniva pubblicata commercialmente e pertanto si configurava come un *unicum* documentario, testimone del legame della Camera con il mondo economico-politico-culturale. Il Bibliocentro, quale organo documentario camerale, si sarebbe potuto quindi incaricare, secondo il nostro progetto, di conservare e indicizzare adeguatamente il materiale prodotto, e soprattutto di valorizzarne il contenuto e promuoverne la diffusione. Se infatti l’utilizzo fosse passato da locale a multifunzionale, tale raccolta avrebbe assunto una valenza multipla: di documentazione storica d’archivio; di comunicazione dell’immagine della Camera di Commercio all’esterno; ed inoltre sarebbe potuta anche divenire redditizia per il Bibliocentro, organizzando un servizio di affitto/acquisto per diversi usi. Si era immaginata infatti una ricca e variegata utenza potenzialmente interessata: da quella interna riferibile all’organigramma camerale, ma estendibile potenzialmente al più ampio sistema camerale, a quella esterna composta sia da un pubblico direttamente legato alle attività commerciali e produttive della Camera, sia da un’utenza più periferica, come quella proveniente da settori specifici e rappresentata ad esempio da giornalisti e professionisti della comunicazione interessati ai singoli eventi, o ancora da utenti generici attratti da alcuni dei dettagli, quali ad esempio l’argomento trattato, i partecipanti, o anche gli sponsor coinvolti.

Trattandosi di materiale speciale, sia per il contenuto non standardizzabile sia per il supporto e la metodologia di catalogazione, archiviazione e

7. Fondazione Marco Besso. *Guide e descrizioni di Roma dal XVI al XX secolo nella Biblioteca della Fondazione*. Catalogo a cura di Gaetana Scano. Roma, Fondazione Marco Besso, 1992.

8. *I libri di viaggio e le guide della raccolta di Luigi Vittorio Fossati Bellani: catalogo descrittivo*. A cura di Antonio Pescarzoli, prefazione di Giuseppe De Luca. Roma, Edizioni di storia e letteratura, 1957, 3 voll.

conservazione, esso ha meritato nel progetto una trattazione e valutazione a parte rispetto al più comune materiale bibliografico. Infatti com'è noto in un progetto di biblioteca digitale è fondamentale poter disporre di metadati ben strutturati, completi ed autoesplicativi, sul contenuto, la struttura, le caratteristiche tecniche, le condizioni di uso e le modalità di conservazione. L'interoperabilità e l'interazione necessarie fra le biblioteche digitali dipende proprio da una efficace condivisione degli elementi informativi che descrivono e consentono di gestire il materiale in trattamento. A questo proposito sono state analizzate e prese in considerazione varie realtà documentarie multimediali, dalla biblioteca del Centro sperimentale di cinematografia romano all'Archivio CineCittà Luce, al portale delle Camere di Commercio d'Italia a Rai Teche, fino a "Come" portale della Comunicazione audio-visiva Cultura in rete cui aderiscono numerose biblioteche con materiale di questo genere. Sulla base di queste esperienze, tutte singolari, si era impostato un progetto di elaborazione del materiale multimediale gestito da Promoroma, elencando i campi che si riteneva utile fossero presenti nella scheda di catalogazione (presumibilmente quella avanzata del catalogo SBN con alcuni accorgimenti), e immaginando il tipo di servizi di messa a fruizione, considerando tanto le possibilità pratiche che quelle legislative esistenti.

Si è considerato a lungo per il Bibliocentro l'opportunità o meno di aderire fin dall'inizio al Servizio Bibliotecario Nazionale, e quindi di aprirsi al mondo bibliotecario e ad una larga utenza. Nella nostra indagine erano stati scelti e contattati tre poli romani: Biblioteche del Comune di Roma; Biblioteche di Roma; e Biblioteche degli Istituti Culturali di Roma. Il più idoneo era risultato quest'ultimo, da un lato per la convenienza di accedervi poiché l'ingresso risultava sostenuto economicamente dal MIBAC e quindi gratuito per la biblioteca; dall'altra vi facevano parte degli istituti culturali di tipologie molto diverse fra loro, e questo preludeva positivamente una apertura ad esigenze variegata, complesse e peculiari, intese come motivo di accrescimento di progettualità all'interno del Polo. Tenuto conto della specificità della raccolta camerale, il Polo IEI degli Istituti culturali era effettivamente quello in grado di sostenere e accompagnare il progetto del Bibliocentro. Superata la questione della scelta di catalogazione nell'OPAC SBN per dare visibilità alla collezione documentaria, si era poi immaginato di accrescerne il valore e la diffusione creando un *link* tra la singola scheda e un *repository* inserito nella pagina di Promoroma nella quale sarebbero stati presenti dei *videoabstract* corredati di parole chiave, *links* ad articoli o notizie collegate a ciascun documento multimediale. Ciò avrebbe fatto sì che anche chi fosse entrato direttamente dal sito della Camera di Commercio avrebbe potuto avere informazione dell'esistenza di questo archivio ed accedervi. La visione *on line* di brevi *videoabstract* sarebbe stata libera e raggiungibile sia dal ca-

nale prettamente documentario che dall’altro istituzionale, mentre la visione e la fruizione integrale dei documenti sarebbero state possibili solo previa richiesta al Bibliocentro, con diverse modalità, ossia sia in consultazione *in loco*, che da postazione remota ma sempre sotto controllo del Bibliocentro, con autorizzazione codificata, a tempo, gratis o a pagamento a seconda del tipo di utilizzo.

Il sistema di archiviazione dei documenti sia a fini conservativi che di disponibilità alla fruizione sarebbe stato organizzato realizzando due copie di *backup* dei file multimediali fisicamente conservate in due luoghi separati; periodicamente queste sarebbero state trasferite dai vecchi a nuovi supporti (*Refreshing*), ed i *files*, contrassegnati per *copyright* con le apposite tecnologie, sarebbero stati passati dai vecchi a nuovi formati (*Migration*). Con queste scelte la sezione del materiale multimediale si sarebbe configurata come quella più qualificante il Bibliocentro come centro di documentazione.

Ma poiché il Bibliocentro era una creatura dell’Azienda speciale Promoroma della Camera di Commercio di Roma, si pensava di affidargli anche compiti speciali definibili documentari in senso lato. Non va, infatti, dimenticato che la Camera di Commercio di Roma rappresenta, nello scenario delle Camere di Commercio italiane, un caso a dir poco speciale. La singolare collocazione fisica della sua sede, il Tempio di Adriano, non poteva non determinare che le offerte di carattere informativo e documentario risultassero anche di una natura palesemente diversa da quella di cui si è dato finora evidenza. Una delle chiavi interpretative sia dell’essenza che delle funzioni e dei destini del Bibliocentro risiedeva pertanto nel modo in cui avrebbero avuto luogo l’accoppiamento e le sinergie fra il *genius loci* del Tempio ed i motivi animatori del Bibliocentro in quanto visione culturale.

Così, una volta strutturata la collezione e i servizi principali, l’offerta al pubblico sarebbe stata arricchita da mostre bibliografico-documentarie temporanee in riferimento a Roma, individuando, a partire dal turismo culturale e commerciale, dei percorsi da valorizzare e degli aspetti da promuovere: ad esempio viaggi, vie di comunicazione, trasporti, caffè, vino, merci dall’estero, vie del grano, sale di teatro, fotografia ecc.⁹

Un’altra attività per la promozione turistico-commerciale di Roma sarebbe consistita nell’ospitare delle presentazioni di libri su Roma, meglio se pubblicati da Case editrici romane o laziali, per restare aderenti alla *mission* camerale. Nell’occasione si era pensato di coinvolgere come *sponsor* degli

9. L’attenzione di Promoroma alla globalità delle componenti storiche, culturali, artistiche, merceologiche ecc. riguardanti la città di Roma e il suo territorio può essere desunta anche dalle pubblicazioni promosse ed editate come Casa editrice negli anni 2005-2013. Elenco visibile all’indirizzo: <http://www.promoroma.com/pagina22_elenco-pubblicazioni.html> (ult. cons.: 23 marzo 2015).

operatori economici con riferimento al tema presentato. I benefici sarebbero stati molteplici: valorizzazione dei settori economici a Roma e loro promozione turistico culturale e commerciale; pubblicità e ritorno di immagine per la Camera, il Tempio, Promoroma e il Bibliocentro, la cui connessione si sarebbe riproposta ad ogni iniziativa con continuità e chiarezza; incremento della collezione bibliografica e documentaria del Bibliocentro. La raccolta sarebbe infatti stata accresciuta “naturalmente”, per temi ed in maniera organica, attraverso gli studi che sarebbero stati fatti per l’organizzazione dei vari eventi e grazie anche agli omaggi degli editori e degli operatori via via coinvolti. Inoltre un ritorno economico sarebbe anche derivato dalla concessione degli spazi come *location* di iniziative culturali organizzate da terzi. Senza dubbio tutte queste occasioni, ponendosi su vari piani e su più livelli, quelli economico, turistico, culturale e bibliografico, si sarebbero rivelate delle opportunità di produttiva dialettica per settori invalidamente distanti tra loro.

Ed invece il progetto del Bibliocentro resta almeno in questa fase storica un fantasma nella storia della Camera di Commercio che doveva ospitarlo, e nella storia culturale in generale, costellata purtroppo da tante iniziative e tanti progetti per i quali si impiegano risorse senza poi sentire l’obbligo di concretizzarne i risultati.

ABSTRACT

Il progetto di un “Bibliocentro” della Camera di Commercio di Roma

La Camera di Commercio di Roma, creata nel 1809, è da sempre intimamente connessa con la realtà commerciale, industriale, economica e turistica della città. In virtù di tali funzioni e della presenza assidua e capillare, la Camera avrebbe avuto necessità di una propria biblioteca e di un proprio centro di documentazione che le permettessero di avere un’ulteriore interfaccia con l’utenza e di munirsi di uno strumento efficace per svolgere la sua missione. Nonostante le difficoltà economiche non ne abbiano permesso la realizzazione, un progetto dettagliato di tale struttura, il cui nome avrebbe dovuto essere “Bibliocentro”, è stato tracciato. Esso prevede le seguenti qualità: Tematicità, Utilità, Fruibilità, Visibilità, Attività, Interattività e Storicità.

Chiavi di ricerca: Camera di Commercio; Bibliocentro; Documentazione; Roma.

A “Bibliocentro” project for the Camera di Commercio of Rome

The Camera di Commercio of Rome, created in 1809, has always been closely connected with the commercial, industrial, economic and touristic reality of the city. According to these features, the Camera would need for its library and its documentation center to have an additional interface with its users and to have an effective tool to play his mission. Despite the economic difficulties have not allowed the realization, a detailed project of the structure, whose name should have been “Bibliocentro”, was done. It provides the following qualities: Thematic nature, Utilities, Usability, Visibility, Activities, Interactivity and Historicity.

Keywords: Camera di Commercio; Bibliocentro; Rome; Library project.

Das Projekt für ein “Bibliocentro” der Handelskammer Rom

Die im Jahre 1809 gegründete römische Handelskammer (Camera di Commercio) war schon immer eng mit dem Handel, der Industrie, und dem Tourismuswesen der Stadt Rom verbunden. Hieraus ergab sich das Bestreben, in einer eigenen Bibliothek nebst Dokumentationszentrum einerseits die eigene Geschichte zu dokumentieren und damit zugleich einen Ort des Austausches mit den Bewohnern und Besuchern der Stadt zu schaffen. Finanzielle Engpässe haben zwar die Verwirklichung eines solchen “Bibliocentro” unmöglich gemacht, nicht jedoch die Ausarbeitung weitreichender Pläne, aus denen die Zielsetzungen des Projekts bis in die Einzelheiten hervorgehen. Im Mittelpunkt der Konzeption standen thematische Ausrichtung, Zielsetzung, Nutzerfreundlichkeit, Sichtbarkeit, Interaktionsmöglichkeiten und historische Verankerung des Vorhabens.

Schlüsselbegriffe/Schlagworte: Camera di Commercio; Handelskammer; Bibliocentro; Dokumentationszentrum; Rom.