

IL PERSONAGGIO

Il modello Trieste per la lettura fa gola anche a New York

Livia Senic Matuglia
store manager della Rizzoli
International nella Grande Mela
è intervenuta
alla Scuola librai di Venezia

Giovanna Pastega

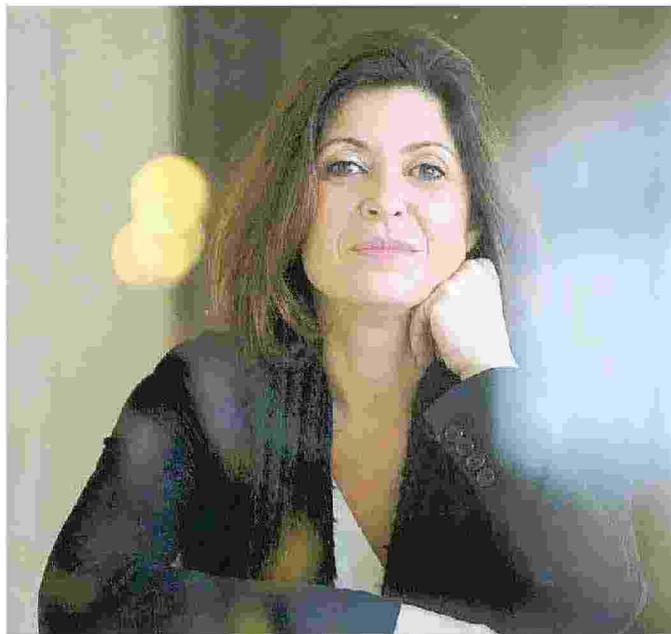
«Purtroppo il nostro resta un paese ignorante in cui si investe solo l'1% del Pil nella cultura!». A dirlo Achille Mauri, patron di Messaggerie Italiane, osservando i dati 2018 sulla percentuale di lettori in Italia diffusi a Venezia dall'Aie, Associazione Italiana Editori, nel corso del 36° Seminario di Perfezionamento della Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri che oggi giunge alla sua ultima giornata di lavori. Nel rapporto si evidenzia come la questione centrale sia ancora una volta quella della lettura che in Italia non è in cima alle priorità né è stimolata sufficientemente da politiche culturali e di investimento pubblico. E se nel 2018 comunque il libro italiano - nonostante una leggera flessione del fatturato (-0,4%) - si conferma la prima industria culturale del Paese e la quarta editoria in Europa, al centro delle preoccupazioni di editori, librai e operatori culturali che si sono dati appuntamento a Venezia, resta la formazione di nuove generazioni di lettori. Un tema da sempre particolarmente caro alla città di Trieste, che proprio per questo a fine 2018 ha varato il "Patto per la lettura" coinvolgendo le principali istituzioni della città. A pensare che quello di Trieste possa diventare un modello per tutta Italia è Livia Senic Matuglia, store manager della Rizzoli International di New York, invitata speciale al Seminario veneziano: «Lo trovo davvero un progetto modello, quel tipo di incubatore di energie rispetto alla promozione della lettura di cui si ha biso-

gno, che andrebbe replicato nel resto del paese e che a New York è estremamente diffuso grazie a una spinta verso la lettura molto forte fin dalla primissima età e a un lavoro sinergico di scuole, biblioteche e istituzioni culturali. Mi fa piacere che proprio a Trieste, che è la mia città da parte di padre, nascano tante iniziative di promozione del libro e della lettura. Non mi dispiacerebbe creare in futuro un progetto che possa legare tre città d'acqua come Trieste, Venezia, New York lungo il filo rosso della passione per i libri».

Da un anno alle prese con questo straordinario avamposto della cultura italiana negli Stati Uniti, la manager, metà triestina e metà veneziana, ha le idee chiare per conquistare la Grande Mela: «In una metropoli tutto viaggia a velocità incredibile. Ogni tendenza viene generata e portata alla massima espressione. Fare il libraio a New York significa essere flessibile al massimo e viaggiare alla velocità della città, contaminarsi con essa, capire cioè le fasce di pubblico che animano i suoi diversi quartieri ed entrare in contatto con la gente e la grande varietà dell'offerta culturale di una metropoli contemporanea». «La chiave di volta per fare bene questo lavoro a New York - continua - è concepire la libreria non come un luogo chiuso nel proprio scrigno magico di titoli bellissimi, ma collaborare con le altre realtà culturali della città, in modo da fare della libreria un luogo aperto dedicato alla cultura che ospiti e proponga attività dentro e fuori i suoi spazi nel tentativo di incontrare nuovi lettori creando una vera community culturale. Credo che in scala la stessa cosa si dovrebbe tentare anche in Ita-

lia». Ma a New York cosa si legge? «Rizzoli International Publications - spiega Senic Matu-

glia - è specializzata in libri illustrati d'arte, design, moda e architettura anche se poi propone titoli di fiction e non-fiction sia italiani che americani. Quello che si vende di più sono sicuramente i libri di attualità: oggi il nostro bestseller è "Becoming" di Michelle Obama. Va molto anche la letteratura americana con un grosso interesse per autrici afro-americane. Come titoli italiani la serie televisiva ha fatto riprendere le vendite di Elena Ferrante, ma c'è molta richiesta per i classici italiani a partire da Calvino. I lettori americani amano e richiedono infatti tantissimo tutto quello che è legato alla cultura del bel paese». —



Livia Senic Matuglia, manager di Rizzoli New York f. di Yuma Martellanz