

Attualità



L'isola di San Giorgio

A Venezia l'innovazione nel servizio

«L'innovazione del servizio in libreria.» Sarà questo il tema del ventinovesimo seminario di perfezionamento della Scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri, organizzato da Messaggerie libri e Messaggerie italiane, in collaborazione con Aie ed Ali e che dal 22 al 27 gennaio, si svolgerà nella consueta cornice della Fondazione Cini all'Isola di San Giorgio Maggiore.

Quattro giornate di analisi, approfondimento, messa a confronto di esperienze nazionali e internazionali per trovare nuove chiavi di lettura, apprendere nozioni e acquisire strumenti concreti per cogliere le sfide dei tempi e avviare nuove forme di relazione con i clienti. Quali sono le strade e i percorsi (nella fisicità degli spazi alla virtualità della rete) per creare connessioni e spazi di relazione tra librerie, persone e territorio? Per creare nuovi servizi? Dalla formazione del personale, passando per le proposte culturali al Web.

Se i libri sono uguali rispetto al punto vendita, che li si compri in una o altra libreria, su un banco libri della Gdo, o in una libreria on-line, è per il lettore indifferente. Cosa compra prima di acquistare un libro? Proprio la libreria, con la sua capacità di produrre emozioni, e generare servizi a valore aggiunto, proporli in un mix coerente con arredo e assortimento. Questo appunto il tema sviluppato attraverso lezioni e simulazioni e testimonianze italiane e straniere

La quinta e conclusiva giornata, venerdì 27 gennaio 2012, è come di consueto a uno sguardo più complessivo al settore grazie alla partecipazione di grandi editori internazionali, si sonderanno gli scenari possibili per il futuro del libro nell'era del digitale. Dopo le previsioni economiche per il nuovo anno, tenute da Angelo Tantazzi che dialogherà con Florence Noiville di «Le Monde», Jeorg Pfuhl di Random House Deutschland interverrà sull'e-book nell'Europa continentale. A seguire la tavola rotonda coordinata da Giovanna Zucconi e da Stefano Mauri che si concentrerà proprio sul tema di cosa significa promuovere il libro oggi. Interventi di Jamie Byng della casa editrice scozzese Canongate (la cui filosofia editoriale viene da lui stesso sintetizzata in «pubblico solo i libri che mi piacciono»), Richard Charkin di Bloomsbury Publishing (quella di Harry Potter in UK), Judith Curr di Atria Books e James Daunt di Waterstones.

Nel pomeriggio, dopo la consegna del Premio per librai Luciano e Silvana Mauri, giunto alla sua sesta edizione, il corso seminariale 2011 si concluderà con l'intervento di Vito Mancuso. Tema: Libri e libertà. (S. Pacioli)

laFeltrinelli, nuove aperture

Nuove aperture per le librerie laFeltrinelli che tra ottobre e dicembre aprono tre nuovi punti vendita. Il 6 ottobre ha aperto laFeltrinelli Point di Savona in luogo della libreria Moneta che si trasferisce in via Astengo 11 e prosegue la lunga esperienza della famiglia Schiavi nel settore librario. laFeltrinelli Point è la nuova insegna di Librerie Feltrinelli che raccoglie le librerie in franchising, con l'intenzione di unire la specifica competenza e il radicamento territoriale di librai di lunga esperienza con i vantaggi in termini di cura dell'assortimento, know-how gestionale, eccellenza nel servizio, dalla principale catena libraria italiana.



Un'altra laFeltrinelli Point è stata inaugurata sempre in ottobre, il 20, a Sassari presso il centro commerciale Tanit confermando la grande crescita del franchising in Sardegna. Fino al 2011 infatti, la presenza di Feltrinelli in Sardegna è stata limitata al presidio di due punti vendita agli estremi opposti dell'isola: dal 2001 laFeltrinelli Village in un centro commerciale di Quartucciu, alle porte di Cagliari e, dal 2003, la libreria interna all'aeroporto di Olbia. Con il 2011 però, grazie anche all'avvio del nuovo formato laFeltrinelli Point, l'accelerazione è stata notevole e tra dicembre 2010 e luglio 2011 ben tre laFeltrinelli Point hanno aperto nel centro di Cagliari.

Altre due laFeltrinelli Point hanno infine aperto i battenti in novembre, la prima ad Arezzo e la seconda ad Aprilia.

Lanci in libreria, trasformarli in vendite certe

Arriva da Random House Canada un nuovo modello di marketing per la promozione del libro. Se le presentazioni con l'autore in libreria restano lo strumento più utilizzato dalla maggior parte delle case editrici per far conoscere un nuovo titolo ai lettori, purtroppo il ritorno economico dell'operazione non sempre è commisurato allo sforzo.

Una nuova idea per aumentare le vendite durante i lanci in libreria arriva da Random House che quest'autunno ha iniziato a sperimentare un nuovo tipo di presentazione che in pratica «costringe» ogni partecipante alla presentazione ad acquistare una copia. E il modello pare che stia riscuotendo un certo successo.

Il meccanismo è semplice. Grazie all'accordo con alcuni importanti partner commerciali come la catena dei Fairmont Hotels e Air Miles, la casa editrice ha ideato una serie di eventi a pagamento che, nel prezzo del biglietto includono anche una copia del libro.

Certo, ci sono libri più facili da promuovere in questo modo di altri come dimostra il successo del tour enogastronomico per la promozione del nuovo libro dedicato ai vini di Natalie MacLean. Entro la fine di novembre, la MacLean avrà bevuto vino e cenato con i suoi lettori 17 volte in località sparse per tutto il Canada, ma il risultato è valso la fatica visto che la casa editrice sta programmando nuovi incontri per il 2012. A questi eventi partecipano infatti tra le 50 e le 100 persone che pagano un biglietto il cui prezzo è compreso tra i 45 e i 100 dollari a seconda dell'«esperienza» che vuole essere realizzata con l'autore.

(G. Pepi)

In difficoltà non solo le librerie indipendenti

Anche le catene iniziano a sentire la crisi. Se è vero che i ricavi complessivi realizzati nei negozi riconducibili all'area retail di Mondadori risultano in linea con l'analogo periodo dell'anno precedente, ciò è dovuto alle nuove affiliazioni nella catena dei punti vendita in franchising, che hanno compensato la contrazione dei ricavi dei negozi di proprietà, dovuta essenzialmente alla chiusura delle importanti location nel centro di Roma e di Torino.

Un network di punti vendita – librerie edicole con le loro diverse insegne – che è salito a 608 punti vendita (rispetto ai 570 a fine settembre 2010). Con ricavi realizzati dalla catena di librerie in franchising nei primi nove mesi del 2011 in crescita del 12,8% rispetto allo stesso periodo del 2010, ma ancora una volta grazie alle nuove affiliazioni che hanno portato a 499 i punti vendita rispetto ai 463 del settembre 2010.

Invece in termini omogenei i ricavi sono in sostanza allineati a quelli dell'esercizio precedente tali cioè da non recuperare il calo fatto registrare dalle librerie gestite direttamente che hanno fatto registrare – per le ragioni indicate – un calo del fatturato dell'11,5% anche se a perimetro omogeneo la riduzione delle vendite sarebbe stata pari al 3,3%. (S. Pacioli)