

cultura CARTA CONTA

COME TI RILANCIO LE LIBRERIE NELL'ERA DEL DIGITALE

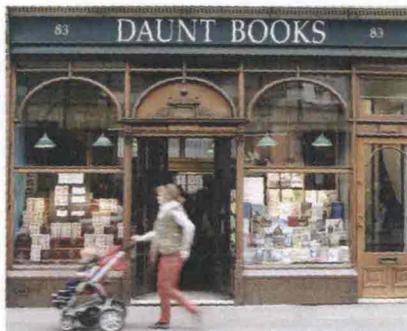
MENTRE TUTTI CHIUDEVANO, LUI HA APERTO SETTE BOOKSHOPS DI SUCCESSO A LONDRA. E ORA È STATO CHIAMATO A RISANARE LA PIÙ GRANDE CATENA INGLESE. JAMES DAUNT SVELA IL SUO SEGRETO: LUOGHI FASCINOSI E COMMESSI COMPETENTI

di ANTONELLA BARINA

LONDRA. L'atmosfera *rétro* della libreria è fascinosa, magnetica. Scaffalature e tavoli sono rigorosamente in legno, come scale e ballatoi, ed espongono i libri di faccia, anziché di dorso:

qui non importa sprecare spazio, importa guardare, assaporare, scegliere. La luce filtra naturale dai soffitti in vetro e da finestroni ad arco e, all'imbrunire, lumi *déco* diffondono un bagliore caldo. Intanto i librai - che qui appartengono a quella sottospecie in estinzione che conosce i libri - consigliano i clienti incerti e accudiscono gli inesperti. Una giovane donna è in caccia di un romanzo: «Non ricordo il titolo... neanche l'autore... ha una copertina gialla. Parla di due sorelle. È ambientato in Oriente...» Quel negromante del libraio azzarda un titolo esotico. E ci azzecca. La signora si illumina di riconoscenza. «È nella sezione India, in fondo a sinistra», si intromette un cliente a pochi passi: è Paul McCartney, un *habitué* del posto. La signora non sviene solo perché il *self-control* inglese glielo vieta. Ma tornerà spesso a comprare qui i suoi libri.

Infatti la Daunt Books di Marylebone High Street, a Londra, aperta 22 anni fa, non solo ha superato la recessione degli anni Novanta, quando tutte le botteghe di questa strada dello shopping chiusero (tranne tre), ed è sopravvissuta alla strage delle librerie indipendenti provocata dalle grandi catene; ma ha perfino

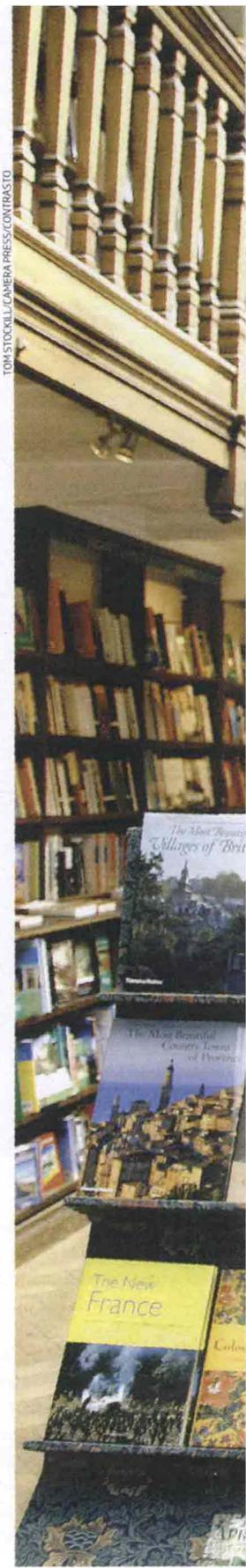


NELLA FOTO GRANDE, JAMES DAUNT NELLA SUA SPLENDIDA LIBRERIA, TUTTA IN LEGNO, DI MARYLEBONE HIGH STREET, APERTA 22 ANNI FA A LONDRA. IN ALTO, L'ENTRATA DEL NEGOZIO, CHE HA AVUTO UN TALE SUCCESSO DA DIVENTARE IL PRIMO DI ALTRI SEI

aperto altri sei negozi a Londra, avvicinandosi a un giro d'affari di dieci milioni di sterline. Tanto che il suo fondatore, James Daunt - mago delle librerie d'oltremarina - l'estate scorsa è stato ingaggiato per risanare Waterstone's, colosso della vendita di libri al dettaglio: 297 megastore sparsi in tutto il Regno Unito, 4500 dipendenti, un business di oltre

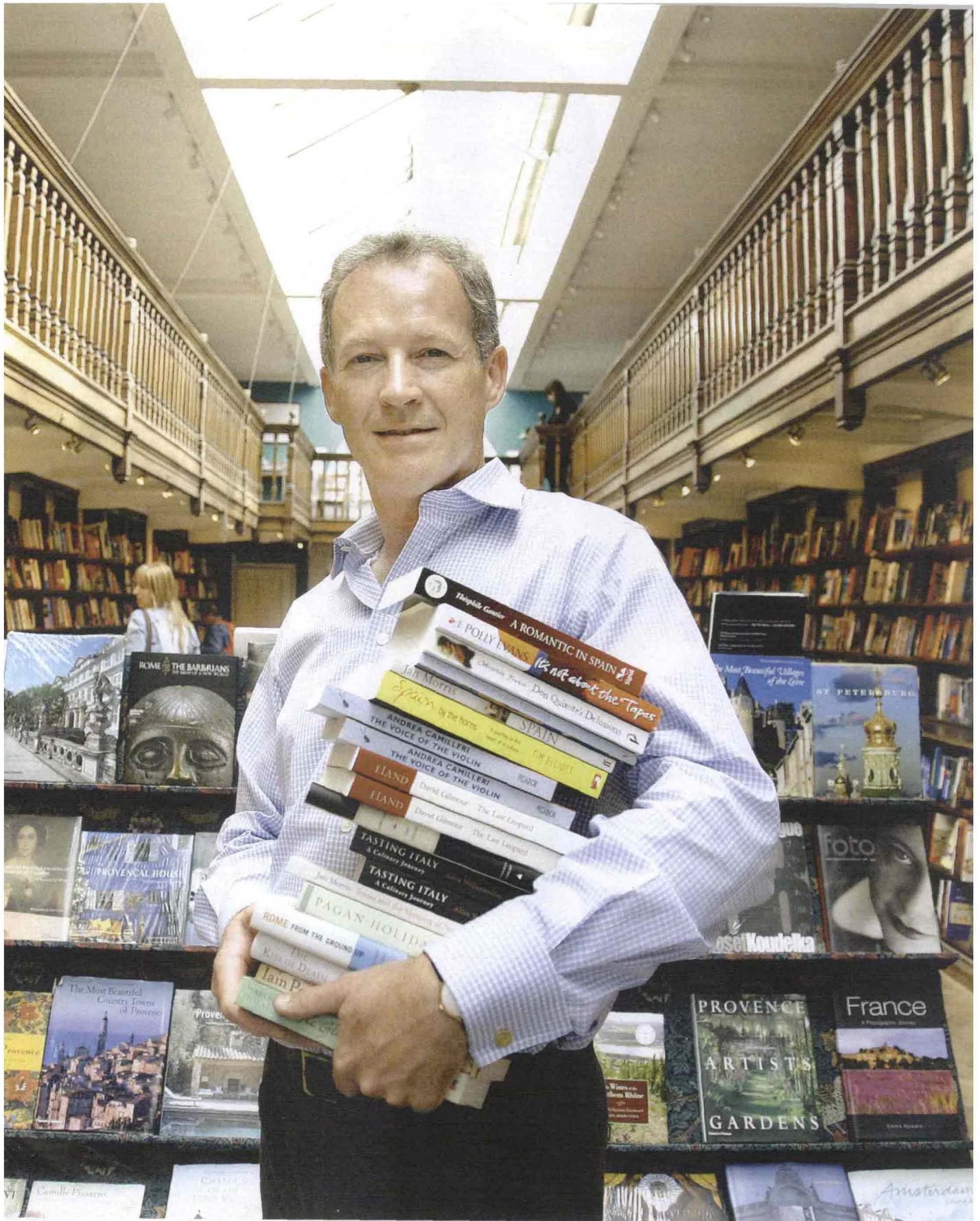
500 milioni. Ma con vendite in caduta libera. E la prossima settimana porterà il suo *know-how* al XXIX Seminario di perfezionamento della Scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri, che si terrà a Venezia, alla Fondazione Cini, dal 22 al 27 gennaio. Tema: l'innovazione del servizio in libreria. Focus: il futuro del libro nell'era del digitale.

Padre in diplomazia, laurea a Cambridge, quattro anni come funzionario in un *investment bank* di New York, finché la sua fidanzata (ora moglie) non lo reclamò a Londra, James Daunt è la quintessenza del gentleman inglese: fuori sono 4 gradi, ma arriva in maniche di camicia; è uno degli uomini più potenti del mercato librario ma - viva l'*understatement* - gira in bicicletta, si fa chiamare James, risponde personalmente alle mail... Aveva 24 anni quando lasciò la banca, 26 quando aprì la prima libreria, 48 oggi che gli si chiede di far rinascere le botteghe del libro. Nell'era delle vendite on line e degli e-book. **Fino a che punto stanno conquistando il mercato?**



TOM STOKILL/CAMERA PRESS/CONTRASTO

www.ecostampa.it



www.ecostampa.it

cultura CARTA CONTA

«Circolano tanti dati, ma non sono attendibili. Basti dire che Amazon non ha mai rivelato quanti libri vende, né quanti Kindle, i suoi lettori digitali. Ed è Amazon il nemico più temibile per i venditori tradizionali».

Più dell'e-book?

«Per ora sì. Il libro elettronico è ancora giovane e può essere scaricato anche nelle librerie, che un po' ci guadagnano. Mentre Amazon, che ha ormai radici solide, ha scatenato una guerra all'ultimo sangue. Con prezzi stracciati, imbattibili. Perché non ha spese di negozio e paga meno tasse. E perché usa gli sconti sui libri - che hanno prezzi di copertina facilmente paragonabili - come specchio, anche a costo di rimetterci. Una volta agganciati i clienti, guadagna sulla vendita di tutto il resto: vestiti, giocattoli, televisori... Da voi in Italia è un po' diverso, per ora: chi vende on line è ancora vincolato dai limiti imposti per legge agli sconti sui libri. Da noi no. Tanto che alle piccole librerie anglosassoni converrebbe addirittura acquistare libri su Amazon piuttosto che dalle case editrici. Una follia».

E se l'e-book diventasse di gran moda?

«Il problema è "quando", non "se": che lo diventi è certo. Negli Stati Uniti è già avvenuto. In Gran Bretagna sta per accadere. Nel resto d'Europa succederà presto. Anche se in molti Paesi europei il libro digitale tende a costare ancora come un tascabile. Mentre nel mondo anglosassone lo si paga meno e, comprando autori fuori diritti, da Shakespeare a Jane Austen, non si paga nulla. Poi l'e-book è leggero e facile da usare, ideale per chi viaggia. Sfonderà di certo nella lettura "usa e getta", dal thriller alla letteratura rosa. Avrà meno presa, spero, nei testi seri e per bambini, che sono oggetti di qualità da tenere in casa, che si leggono sfogliando le pagine avanti e indietro... Non a caso gli editori anglosassoni stanno avviando un restyling di alcuni libri tradizionali: copertine raffinate, illustrazioni, carta preziosa. In futuro sarà una delle vie per contrastare l'e-book».

Amazon ha scatenato una guerra all'ultimo sangue contro le librerie tradizionali



QUI SOPRA, UNA VEDUTA DI UNA DELLE LIBRERIE DAUNT BOOKS A LONDRA. IN ALTO, IL CENTRO DI DISTRIBUZIONE DI AMAZON.COM A FERNLEY, NEL NEVADA

C'è chi ha paragonato la rivoluzione digitale a quella di Gutenberg che ha soppiantato il manoscritto...

«Per ora sembra più simile alla novità del paperback, che ha cambiato l'editoria senza però sconfiggere il libro con copertina dura. Ma vedremo: lo scenario è minaccioso. In Usa l'e-book batte già il libro di carta nelle vendite su Amazon».

Ok, torniamo ad Amazon, il grande rivale: come potranno le librerie contrastarlo?

«Proponendo tutto ciò che gli acquisti on line non offrono. Negozi particolarmente accoglienti dove passare del tempo a curiosare e seguire eventi culturali, incontri con gli autori, presentazioni di libri... Ma anche - essenziale -

una scelta di titoli modellata sui gusti di quartiere: ogni mia libreria si rivolge a un pubblico differente, a seconda delle zone, mentre le grandi catene come Waterstone's finora hanno proposto gli stessi titoli nella Londra più esclusiva e alla periferia di Glasgow. Restituendo così montagne di libri invenduti. Perché a sceglierli è il management centrale, anziché il libraio locale. E la disposizione dei libri nel negozio è dettata, come in Italia, da accordi con le case editrici, che pagano per essere messe in vista. Risultato: librerie senza personalità. In crisi. Mentre uno dei segreti del successo di Daunt Books è l'accostamento originale dei testi esposti. Per area geografica: nella sezione Sudafrica trovi saggi sugli zulu vicini alle guide turistiche e ai romanzi di Nadine Gordimer... Il che consente di scovare testi insospettati. E un libro vende l'altro».

Con l'aiuto del libraio...

«Indispensabile. Nel creare cortocircuiti intellettuali. Nel conoscere il proprio pubblico e consigliarlo. Nell'intendersi di libri. Io non sarò mai "incinto", ma posso suggerire i migliori testi sulla gravidanza usciti negli ultimi vent'anni. E così chiunque lavori alla Daunt Books: gente laureata, colta, ben pagata. Perché uno staff competente è l'asso nella manica di qualsiasi libreria. Vietato chiedere lo spelling di PG Woodhouse, ma anche consigliare Don De Lillo a chi ama Wilbur Smith. Mentre da Watertone's, come in tante librerie italiane, il commesso non sa fare altro che controllare sul computer se il libro richiesto è nel negozio».

ANTONELLA BARINA