

Quando la libreria si difende con un trattore

Dialogo tra un editore e un libraio, mentre molti punti vendita chiudono o riducono il personale: per affrontare il futuro si punta sull'abbinamento col cibo e l'integrazione col web

MARIO BAUDINO
MILANO

In Inghilterra si sono quasi dimezzate in dieci anni. In Italia, dove sono in numero inferiore, continuano a essere circa 1800. Oggi. Ma domani? Scommettere sul futuro delle nostre librerie pare un azzardo, il panorama è poco promettente: cali notevoli del mercato del libro (il 2012 finirà intorno a meno otto per cento), chiusure e riduzioni di personale, come nel caso della Hoepli di Milano e della catena di librerie Coop, che hanno fatto ricorso alla cassa integrazione. Ne parliamo con Stefano Mauri e Romano Montroni alla vigilia dell'apertura a Venezia della «Scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri», giunta al trentesimo anno.

Voluta dalla famiglia Mauri (che controlla Messaggerie, il più grande distributore indipendente italiano, il gruppo editoriale Gems, e una catena di librerie oltre a Ibs, on line) la Scuola ha formato generazioni di librai esperti e appassionati, fornendo loro gli strumenti tecnici di questo mestiere difficile. Montroni, che ha guidato la grande crescita delle librerie Feltrinelli e ora ha inventato quelle della Coop, fa parte con Mauri del comitato scientifico. Da una parte un libraio puro, «natural born bookseller» per dirla con Oliver Stone. Dall'altra un manager che è soprattutto editore, alla guida di Gems, terzo

gruppo italiano dopo Mondadori, vicinissimo a Rcs-libri. Guardando a questi trent'anni, ricordano come la scuola sia nata in un altro momento particolarmente critico. Era il periodo in cui le jeanserie scacciavano i librai dai centri storici. Ora la crisi dei consumi sta completando il ciclo?

MAURI: «Il libraio ha margini di guadagno molto ridotti. Già gli affitti sono un grave problema, anche se molti sono riusciti a ricontrattarli. Non tutti, come ha scritto proprio *La Stampa*. Il calo generale dei consumi si traduce in un calo di acquisti anche per i libri: siamo a una flessione dell'8 per cento, che in altri settori dove i guadagni sono molto maggiori verrebbe assorbita più facilmente».

MONTRONI: «La libreria soffre di più».

Più degli editori? Il 2012 ha colpito anche loro. Laterza sta discutendo di cassa integrazione, Giunti l'ha già avviata. Senza contare che nelle aziende editoriali i contratti di lavoro precari sono molti. E quelli in scadenza rischiano di non venir rinnovati.

MAURI: «Negli Anni 80 c'era più sicurezza, ora le cose sono molto cambiate. Ma se guardiamo bene ai numeri della crisi, scopriamo che non vale per tutti i settori. Per esempio, la narrativa continua ad andare bene, con una polarizzazione sul best seller. Non perde quasi nulla, o è in pareggio. Il disastro è la saggistica».

MONTRONI: «Il fenomeno del best seller riguarda un arco di mercato che va dall'edicolante al super-

market. E in questo contesto sono le librerie di catena a soffrire di più. Quelle indipendenti non hanno scelta: devono differenziarsi. Il cliente, il loro cliente, vuole il catalogo. E poi ci vogliono proposte originali. Conosco un libraio della Coop di Mondovì che contro il parere di tutti ha messo in vetrina un volume sui trattori. Ne ha vendute 250 copie».

Posta in questi termini, sembra una questione di maggiore o minore bravura. Una selezione naturale. Non è un po' troppo semplice?

MONTRONI: «In molti casi si chiude perché c'è tanta passione, ma anche incapacità di gestione. È chiaro che allora si soffre molto più degli altri».

MAURI: «Però fra le librerie che chiudono ce ne sono alcune con vent'anni di attività alle spalle. Volumi di affari e importanza culturale non necessariamente si equivalgono. Parlo della crisi della saggistica: ecco, temo che abbia fatto molte vittime».

MONTRONI: «D'accordo. Ma insisto sul fatto che il libraio poco attento perde più fatturato degli altri. La scuola serve anche a ricordargli questo: deve ragionare da imprenditore, e cercare tutti gli stimoli per stare sul mercato. La «Liberrima» di Lecce affianca ai libri i prodotti alimentari del territorio, e funziona benissimo. Ci sono sempre stati ristoranti nelle librerie, ma il problema è l'eccellenza».

Pensa alla «sua» Coop di Bologna con il ristorante di Eataly?

MONTRONI: «Il salto di Eataly non lo aveva mai fatto nessuno».

È questo il modello della libreria di

domani?

MONTRONI: «Non solo. Sarà una libreria con un assortimento selezionato, con bravi librai, curiosi, preparati, e prodotti integrativi, che cambiano di zona in zona».

MAURI: «Aggiungerei che dovrà essere un punto d'incontro fisico - probabilmente dove gli affitti siano abbordabili - per quegli stessi lettori che si incontrano sui social network. Mi viene in mente la Nuova Europa nel centro commerciale

«I Granai», a Roma. La gente ci va per gli incontri con gli autori, e non per la città dello shopping».

Il web è una minaccia o uno strumento?

MONTRONI: «È un minaccia se tu, libraio, sei afono».

MAURI: «Quando penso al futuro, penso all'integrazione fra il web e la fisicità del luogo».

MONTRONI: «A Bologna Zanichelli privilegia il download in libreria dei testi scolastici; gli studenti pagano sul posto evitando di usare la carta di credito on line, pratica poco amata dagli italiani».

MAURI: «Nel caso dei nuovi negozi Ibs, il libraio ha una percentuale sia sul reader da lui venduto sia sui libri elettronici che verranno acquistati con quello strumento. Nonostante il mercato degli ebook sia ancora piccolo, mi pare una prospettiva molto interessante».

L'ebook non è un concorrente?

MONTRONI: «Penso che il vero concorrente sia la libreria on line; quella "fisica" deve integrare, aggiungere e soprattutto avere i titoli che cercano i clienti».

MAURI: «Non voglio dare lezioni ai librai, sarebbe arrogante. Però è vero, bisogna aggiungere. Prima ancora di vendere il libro, il libraio deve "vendere" la libreria».

ROMANO MONTRONI

«Spesso c'è incapacità di gestione. Servono assortimento selezionato e prodotti integrativi»

Nel senso di vendere un'esperienza, e non l'attività. Secondo voi, 1800 librerie saranno troppe?

MAURI: «So che la vita sarà molto difficile per le grandi librerie di catena. Un indipendente bravo avrà più chance».

MONTRONI: «Maggiore la personalizzazione, minori i danni. E poi la libreria è sempre un gesto di coraggio. Il futuro è cibo per la mente più cibo per il corpo».

Ma se riesco a confezionare con successo panini meravigliosi, perché mai continuare con i libri?

MAURI: «Risposta facile: perché ho scelto questo mestiere e non un altro. Vale anche per gli editori».

MONTRONI: «E sai perché ci saranno ancora le librerie, domani? Perché si è librai per tante ragioni, ma soprattutto per passione».

A Venezia

Da oggi a venerdì torna la Scuola per Librai

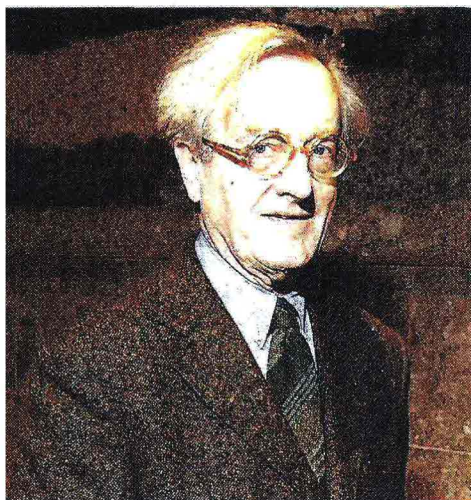
— Oggi giornata inaugurale a Venezia, presso la Fondazione Giorgio Cini nell'Isola di San Giorgio Maggiore, del seminario di perfezionamento della Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri, organizzato da Messaggerie Libri e Messaggerie Italiane, in collaborazione con l'Associazione Librai Italiani e l'Associazione Italiana Editori. Filo conduttore i valori del mestiere di libraio, in relazione al mondo del libro, delle librerie e del mercato. I lavori iniziano domani (con interventi di Gian Arturo Ferrari, presidente del Centro per il libro e la lettura, Oscar Farinetti, fondatore di Eataly) e si concluderanno venerdì, giornata aperta al pubblico, dedicata alla distribuzione fisica e digitale, coi maggiori protagonisti mondiali del settore. Le conclusioni sono affidate a Achille Mauri e Umberto Eco. La Scuola è nata 1983, e da allora ha formato nuove generazioni di librai, diventando un importante «laboratorio» e un punto di riferimento internazionale.

STEFANO MAURI

«Il negozio sarà un luogo d'incontro fisico per quegli stessi lettori che s'incontrano sui social network»



Romano Montroni, bolognese, ha guidato la grande crescita delle librerie Feltrinelli negli Anni Ottanta e Novanta. Ora ha creato la catena delle librerie Coop



Stefano Mauri, milanese, a capo di Gems, terzo gruppo editoriale italiano con sigle come Guanda, Longanesi, Garzanti, Nord. È vicepresidente di Messaggerie, il più grande distributore italiano

