

ebook La timidezza del libraio



LA FABBRICA DEI LIBRI

MARIA SERENA PALIERI

● «IL FATTORE UMANO» ERA IL TITOLO DI UN ROMANZO DEL 1978 DI GRAHAM GREENE. LÌ, LA COMPONENTE CONDIZIONAVA L'AGENTE SEGRETO PROTAGONISTA DELLA SPY STORY. PERCHÉ IL «FATTORE UMANO» AFFIORA SEMPRE. ANCHE QUANDO SI HA A CHE FARE CON FACCENDE TECNOLOGICHE COME L'E-BOOK. Il «fattore» è emerso, due settimane fa, al Seminario della Scuola librai Uem, a Venezia. Dove, nel corso di una mattinata trascorsa ad ascoltare esperienze di distribuzione e di libreria in Italia, Olanda, Gran Bretagna, Stati Uniti e non solo, si è scoperto che un libraio d'oggi, nello scenario della Crisi, se vuol farcela deve superare una particolare timidezza: quella che nutre sul versante libro elettronico, appunto. L'e-book, in sé, non fa fare grandi affari, visti i prezzi ridotti. Ma può diventare un elemento di fidelizzazione del cliente. Pare che questo avvenga in un negozio di Singapore, che offre a chi potrebbe naturalmente fare da solo ordinando col cellulare il titolo su una libreria online, la possibilità di essere seguito nel farlo e di scegliere in uno spazio apposito, dove gli e-book sono ben esposti e ben pubblicizzati. Pare che a Singapore così abbiano aumentato la clientela... Ma c'è un ma: risulta che i librai tradizionali tendano invece, almeno in Italia, a nascondere l'area e-book tra bagno e magazzino, perché sentono di non padroneggiare l'oggetto come padroneggiano il cartaceo. Il «fattore umano», appunto. Bisognerà aspettare che crescano i nativi digitali? Anche loro sono umani: sappiamo di una classe di

un liceo romano dove, come da sperimentazione, si insegna filosofia in francese. Non esistendo i testi, la prof proietta i brani su lavagna magnetica e poi li manda per e-mail. Ebbene, anche i sedicenni hanno quel «fattore»: disorientati, hanno preteso di avere i brani su carta!

spalieri@tin.it

www.ecostampa.it

