

G

Giornale della Libreria

Dal 1888 la rivista che informa i professionisti del mondo editoriale

HOME II GDL NEWS MATERIALI NUMERI CERCA English

1. HOME
2. II GDL
3. NEWS
4. NUMERI
5. CERCA
6. English
7. La storia
8. Abbonamenti
9. Pubblicità
10. Network
11. Contatti
12. Questo numero
13. Articoli
14. Articoli consultabili
15. Quaderni
16. Approfondimenti
17. Convegni
18. Schede novità

Accedi

Formazione in libreria: Maurizio Novena racconta la best practice di Auchan

CANALI DI VENDITA, DISTRIBUZIONE, STORIE DELL'EDITORIA

04/02/2014 P. Sereni



Il tema della **formazione in libreria** è sicuramente uno dei più caldi del momento: la vendita degli e-book e dei reader in libreria, l'affermarsi di lettori sempre più iperspecializzati grazie al Web o al contrario estremamente refrattari ad entrare nei punti vendita fisici, le difficoltà economiche e la possibilità di aprirsi al mondo social, sono solo alcune delle sfide che si trova di fronte chi ha intrapreso (o medita di intraprendere) questa professione.

La conclusione della XXI edizione del **Seminario di perfezionamento della Scuola per Librai Mauri** con la **premiazione di delle sorelle Manfrotto di Bassano del Grappa**, proprietarie della storica e bellissima (vedere per credere) **Libreria Palazzo Roberti**, riporta alla ribalta la voglia e la necessità di innovare che anima e ha animato i tanti librai che negli anni sono passati nelle stanze della Fondazione Cini ma

che, in senso lato, sta attraversando tutto il settore.

La stessa grande distribuzione organizzata, un tempo «non luogo» per eccellenza per il libro, sta cercando di crescere nella propria offerta e nella stessa proposta perché «il servizio e la competenza del personale sono sempre al centro delle aspettative dei clienti». Non è un caso che a rivolgere queste parole sia **Maurizio Novena**, buyer per una delle catene di Gdo che più si stanno distinguendo per l'**attenzione riservata alla formazione dei propri addetti libri**. Stiamo parlando di **Auchan** che ci ha raccontato perché la catena ha scelto di investire nel reparto libri.

Come nasce l'interesse di Auchan per il settore libro?



Maurizio Novena (Buyer Libreria Auchan). Auchan ha da sempre proposto un reparto libri all'interno dei propri ipermercati, con risultati molto importanti fin dal 1989, anno di apertura del primo ipermercato a Torino. Per tutti gli anni Novanta il reparto è stato però gestito in maniera poco specializzata, con **gestione a fascia prezzo e delega delle attività principali a società terza** (rack jobbing). A partire dalla fine degli anni Novanta si è sentita forte la necessità di cominciare a «leggere» in maniera più dettagliata i dati di vendita e la composizione degli assortimenti, passando, **per primi in Gdo Italia ad una gestione a titolo** prima parziale e poi praticamente totale se si escludono le grandi promozioni di prezzo. Quattro anni fa è stato poi sviluppato un progetto ancora più specifico, prendendo spunto da quello analogo sviluppato con successo da Auchan France negli anni precedenti. La comunicazione, il layout,

i servizi, l'assortimento, il personale; tutto è stato rivisto nell'ottica di una **trasformazione da «reparto libri» in «Libreria Auchan»**. Difficile fare confronti con il mercato d'Oltralpe; il libro è prodotto sempre presente nella lista della spesa dei francesi, e la Gdo rappresenta un canale maturo che gestisce da tempo il reparto in maniera autonoma e strutturata. Per questo abbiamo cercato di prendere i capisaldi del

Articoli del mese



Biblioteche e cultura, un bilancio

BIBLIOTECHE, FIERE E FESTIVAL, VARIE



Bricks and clicks

CANALI DI VENDITA, TECNOLOGIE, VARIE



Cambi di canale

CANALI DI VENDITA, STORIE DELL'EDITORIA, VARIE



Cambiamenti in corso

EDITORI, STORIE DELL'EDITORIA, VARIE



Cronache dalla città assediata

EDITORI, FIERE E FESTIVAL, TECNOLOGIE, VARIE

Pagina 1 di 4

<< >>

01 02 03 04

leggi tutti gli articoli >>>

progetto, adattandolo però alla realtà italiana, senza snaturarne i contenuti.

Perché per la Gdo in generale è ancora lontana la gestione dello scaffale libro a titoli?

La nostra scelta di gestire a titolo viene da lontano e si sposa perfettamente con il progetto a lungo termine, di **essere padroni del mestiere**, processando gli ordini e gestendo i rifornimenti senza per questo rinunciare alla presenza ed il supporto degli operatori specializzati del settore (Mach2 , Opportunity) che eccellono in termini di servizio logistico e non solo. Senza lo storico dei venduti tutto questo perde di significato e risulta di difficile realizzazione. Oggi ci siamo e questo rappresenta sicuramente un **vantaggio rispetto ai competitor**, ed uno degli elementi che hanno concorso a far sviluppare risultati di vendita positivi, in netta controtendenza con il resto del mercato e del canale sia nel 2012 che nel 2013 appena concluso.

All'estero un tema pressante per la Gdo è quello della vendita, accanto ai libri/musica fisica, di contenuti digitali. Qual è la vostra posizione?

L'innovazione è uno dei temi portanti del progetto e per questo motivo abbiamo in cantiere vari sviluppi che ci permetteranno di rispondere anche alle aspettative dei clienti/lettori tecnologicamente più avanzati.

L'obiettivo primario era **prendere distanza dalla vecchia concezione di reparto libri**, trasformandolo in uno spazio moderno, fornito e confortevole per il pubblico tradizionale. Da qui in avanti ci dedicheremo agli ulteriori sviluppi, senza dimenticare che già attualmente sui punti vendita che hanno sposato in toto il progetto Libreria Auchan è presente un servizio di prenotazione libri con consegna entro la settimana per i titoli non presenti in assortimento.

<<< Torna