

Cultura

Ma come fanno I LIBRAI

Bar, ristoranti, sale da tè, servizio a domicilio, presentazioni itineranti. Tutte le invenzioni dei piccoli per rispondere alla crisi e resistere all'assalto delle grandi catene

DI ANTONELLA FIORI

Dallo shopping on line, contro lo strapotere di Amazon, al potenziamento del sito. Dall'accoglienza al cliente con tè e pasticcini - modello albergo di lusso - sino al far diventare la propria libreria un salotto, una casa, un punto di incontro irrinunciabile. Con il cliente da sedurre attraverso il cibo, i corsi, gli incontri, ma anche facendo brillare in vetrina i ricami di stoffe preziose o gioielli d'importazione... Essendo però attenti e aperti al territorio. Con le iniziative più strane che ruotano attorno a presentazioni e vendite in pub, case private, in teatro.

Dura la vita del libraio oggi. Eppure le strategie per sopravvivere alla crisi esistono. E proprio in questi tempi straordinari - con tantissimi che hanno chiuso i battenti nell'ultimo anno - alcune piccole librerie indipendenti hanno messo a punto scelte vincenti (e tutte da copiare). Ecco, in un'indagine che ha toccato otto punti vendita da Bassano del Grappa a Palermo, da Reggio Emilia a Roma, le strategie più originali e innovative raccontate dalla voce dei protagonisti.

LAVINIA MANFROTTO
Libreria Palazzo Roberti,
Bassano del Grappa

Il papà produceva attrezzature fotografiche, era leader del mercato e aveva comprato un palazzo in pieno centro storico a Bassano del Grappa per abitarci. Loro, le figlie, le sorelle Manfrotto, ne hanno fatto una libreria di successo. 900 metri espositivi, un bellissimo giardino, Palazzo Roberti è un luogo dell'anima per la cittadina di 45.000 abitanti. «Una vera e propria casa» piace dire alle Manfrotto, dove, mentre si parla di libri, si tengono anche corsi di cucina e di pasticceria. «L'idea del tè coi libri mi è venuta una volta a Parigi» dice Lavinia Manfrotto che crede molto alla «libreria salotto», arricchita dalla competenza della sorella Lorenza, modello con il quale quest'anno hanno ricevuto il premio Luciano e Silvana Mauri della Scuola Librai. Tra le altre iniziative, il laboratorio dei biscotti per i bambini cui segue la lettura dei libri e l'attività del disegno. «Quando una nostra cliente che ha appena fatto un corso di pasticceria ci dice: era un pezzo

che non passavo un'ora così serena, noi abbiamo raggiunto il nostro scopo».

MARCO VOLA
Volare, Pinerolo

A mezzogiorno una cucina di prodotti esclusivamente bio, «fatti in casa» a 8 euro. E la sera un aperitivo a 1,50 euro. La libreria Volare di Pinerolo fa concorrenza diretta, in quanto a prezzi, non solo ai librai ma ai bar e ristoranti della zona. «Conosciamo il territorio e cerchiamo di intercettare i gusti» dice il titolare Marco Vola che riversa il suo, di gusto, nello scegliere romanzi e saggi che fa arrivare alla velocità della luce se non sono immediatamente disponibili in negozio. «Il nostro competitor è Amazon e bisogna essere in grado di batterlo sennò perdi la vendita». Risultato? Grande fidelizzazione. «Abbiamo 30 mila tessere di clienti che credono nelle nostre proposte», dice Vola che riassume gli ingredienti del successo in tre fattori: ambiente, servizio e competenza. «In provincia c'è meno concorrenza ma non bisogna abbassare la guardia». Così ogni settimana dedica spazio su un tavolo di legno a un solo libro, come fosse «il



Foto: A. Manno



LA LIBRERIA "MODUS VIVENDI" DI PALERMO ORGANIZZA ANCHE PRESENTAZIONI A DOMICILIO

piatto del giorno". Troppo selettivo? Macché... «In questo modo autori come Stephenson di Iperborea con libri come "Paradiso e inferno" da noi sono diventati dei piccoli best seller».

DAVIDE RUFFINENGO

Therese e Profumi per la mente, Torino

Una libreria itinerante, perché «essere stanziali non ti porta da nessuna parte». Con il libraio che ti racconta il libro oltre lo scaffale. Per capire che era un'idea vincente a Davide Ruffinengo, assieme a Davide Ferraristitolare della libreria Therese di Torino, è bastato vedere l'impatto sul pubblico. Al teatro Baretto di Torino qualche lunedì fa

c'era il tutto esaurito. Avevano portato un giallo, un libro di poesie uno di saggistica e uno per ragazzi. Dopo la presentazione sono andati esauriti. «Dalla libreria tradizionale ti aspetti una selezione tradizionale, la libreria itinerante invece ti può sorprendere» dice Ruffinengo che come altro progetto ha avviato un laboratorio radiofonico nelle scuole. «Ai ragazzi chiediamo cosa piace e cosa non piace leggere ma alla fine basta stimolarli e una risposta c'è sempre». Altra iniziativa Pub-lishing, incontro con gli editori e i lettori in un pub davanti a una birra. Finora hanno aderito in molti: da e/o a Lonely Planet, da Baldini & Castoldi a

Minimum Fax. «Il valore umano è importantissimo», dice Ruffinengo, che crede alla responsabilità sociale del libraio. «A metà della popolazione non importa niente del libro e le librerie tradizionali vivono in equivoco: pensano di essere speciali. Aspettano che le persone vengano a loro: noi facciamo esattamente il contrario: andiamo da loro».

ROBERTO TARTAGLIA

Centofiori, Milano

Una libreria sulla piazza del passante ferroviario ma anche nel cuore di uno dei quartieri più trendy di Milano. La domenica mattina davanti alle vetrine della ▶

Cultura

Centofiori, in Piazzale Dateo, si allestisce come un flash mob un brunch-pic nic con insalata di arancio e guacamole, vino doc e tartine alle olive. La presentazione del libro nel giorno di festa a Milano paga. C'è il pienone di clienti aficionados ma anche famiglie con bambini. «La nostra strategia di sopravvivenza? Non omologarsi», spiega Roberto Tartaglia con Andrea Spazzali e Veronica Casati tra i titolari della libreria nata nel 1975. «Come non farsi fagocitare dalle Feltrinelli? Innanzitutto con la "ricchezza del banco" da sempre attento ai piccoli editori e con una sezione ragazzi che garantisce novità di grande qualità». In effetti chi entra alla Centofiori non sa mai che libro lo aspetta. «Ormai per i nostri clienti siamo dei consulenti e infatti si è creato un ambiente dove ci si scambiano opinioni sui libri per arrivare alla dritta giusta». Fondamentale avere un occhio al quartiere, sapere dove si sta. «Rendersi conto che non siamo in una zona strapopolare. Non fare l'errore di chi si è spostato in un luogo più perife-

Arriva in aiuto il re dei bestseller

È il re indiscusso delle classifiche dei best seller, tanto da entrare nel Guinness dei primati. Con oltre 270 milioni di copie vendute e un 44° posto nella Top 100 delle celebrity di Forbes, James Patterson è probabilmente lo scrittore di maggior successo di tutti i tempi e di sicuro uno dei più ricchi, con un patrimonio che si aggira, secondo i soliti ben informati, attorno ai 90 milioni di dollari. È dunque naturale che uno che deve la propria fortuna ai libri si scelga, come scopo filantropico, qualcosa che abbia a che vedere con la promozione della lettura. Meno scontato forse che la destinazione delle donazioni, che in questo caso ammontano complessivamente a un milione di dollari, siano le librerie indipendenti e i piccoli editori, che a prima vista col successo di Patterson hanno poco da spartire. Eppure il "New York Times" ha recentemente riportato che la celebrity vuole aiutare i piccoli bookshop perché consapevole del ruolo da essi svolto per la sensibilizzazione alla lettura. Ad aver beneficiato del gesto sono finora una cinquantina di librerie, che hanno ricevuto sovvenzioni tra i 2 mila e i 15 mila dollari. Intervistato in merito al gesto, Patterson si è schermato dicendo: «Io sono ricco, non ho bisogno di vendere più libri. Ma bisogna instillare nelle persone maggiore consapevolezza su quello che sta succedendo e sul fatto che l'avvento degli ebook può essere una fortuna o un problema». Pare dunque che stavolta Jeff Bezos (il patron di Amazon, spesso sotto accusa per la scomparsa delle librerie) non c'entri, ma Patterson ammonisce: «L'editoria come l'abbiamo conosciuta è in gioco. Anche il futuro stesso della letteratura è in gioco».

Enrica Murru

rico e ha pensato di proporre gli stessi testi che metteva in vetrina in centro».

PAOLA SILVI

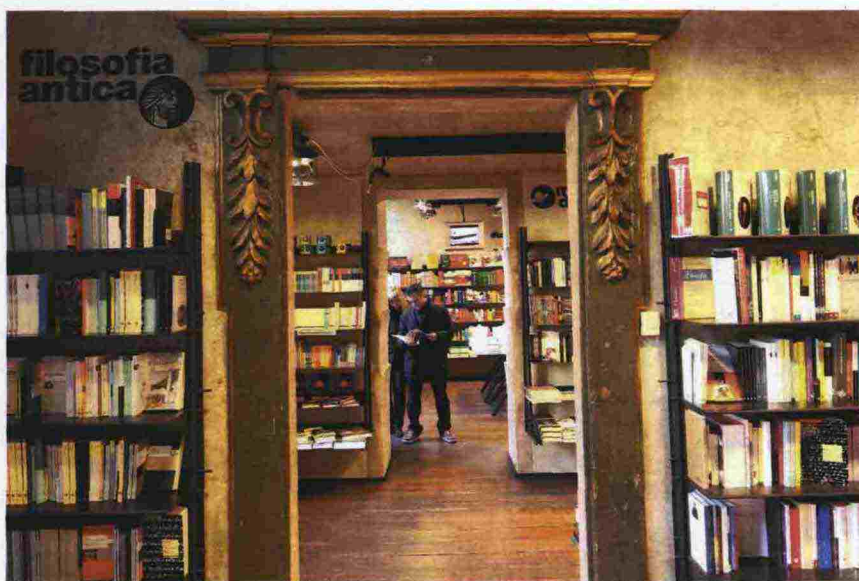
All'Arco, Reggio Emilia

«Abbiamo cercato di rafforzare le nostre caratteristiche. Innanzitutto creando un ambiente piacevole, iniziando a muoverci tantissimo con il sito, seguendolo giorno per giorno con continui aggiornamenti,

potenziando le presentazioni dei libri e arrivando a creare tre eventi a settimana». La titolare della libreria all'Arco Paola Silvi ha un'esperienza da libraia di 35 anni di attività. E non ha dubbi: quello che fa la differenza, come al ristorante, oltre al cibo, è il servizio. Nel suo caso la marcia in più è stata collegarsi al territorio, agli eventi che girano in città come il festival della



Foto: A. Penso



SOPRA: LA LIBRERIA ALL'ARCO DI REGGIO EMILIA. A SINISTRA: GIULIA RIVA DELLA LIBRERIA ROMANA GRIOT

Fotografia. «Con il concorso "Scatta un libro" l'anno scorso abbiamo avuto un grande successo. L'idea era quella di ritrarre la trama del libro attraverso una foto. Ha vinto l'immagine di due giovani donne velate che leggevano un libro che rappresentava: "Leggere Lolita a Teheran" di Azar Nafisi». Per creare un'atmosfera intima, avvolgente che è poi quella della lettura del libro, in libreria c'è poi un salottino con un pianoforte. Risultato: molti studenti vengono per esercitarsi e in sottofondo c'è sempre musica. Un modo, davvero non come un altro, per avvicinare i più giovani ai libri.

GIULIA RIVA
Griot, Roma

Specializzazione all'ennesima potenza. È questo il punto di forza della libreria Griot di Roma. Griot come i cantastorie dell'Africa occidentale. Perché sono i sapori e i suoni dell'Africa che si ritrovano in questa libreria di Trastevere diventata un punto di riferimento nazionale per la letteratura, la saggistica, l'arte, i fumetti, la letteratura per ragazzi del continente africano. «Tutto nasce otto anni fa da un gruppo di persone che per molto tempo si sono occupate di cooperazione» spiega Giulia Riva, libraia e presidente di questa associazione che si è fatta conoscere per i corsi e laboratori di lingue. «Si parte dall'Abc, fino ai corsi avanzati dove si arriva a una competenza che permette di leggere i giornali e ascoltare radio e tv». Oltre ai corsi di arabo che durano quattro anni con frequenza bisettimanale, si imparano lo swaili, il persiano, il somalo, fino all'amarico e il wolof, le lingue parlate in Etiopia e in Senegal. Con la novi-

tà del creolo haitiano per i clienti-lettori più esigenti. «Oltre ai più tradizionali corsi di scrittura di recente ha spopolato un seminario tenuto da Stefano Faravelli per insegnare a fare acquarelli mentre si viaggia creando così un proprio carnet di disegni».

AUGUSTA EPIFANI
Liberrima, Lecce

Fare in modo che il libro diventi un'esperienza. «La prima cosa che cerco di capire da un lettore è cosa vuole - dice la responsabile di Liberrima Augusta Epifani - e ho scoperto che è fondamentale innanzitutto l'accoglienza dei desideri». Tre librerie diverse e un ristorante per un vero e proprio polo culturale nel meraviglioso centro storico barocco di Lecce che riunisce la classica libreria di varia, una libreria del gusto - Liberrimagusto - e una per ragazzi - Liberrimakids. All'interno fili conduttori diversi: da una parte il cibo e dall'altra i giocattoli ed esperienze ludiche da vivere con i bambini e come trait d'union un ristorante caffè che dialoga con i tre spazi. «La cultura è un concetto che ha bisogno di ripetersi con sempre nuovi satelliti», dice Epifani che ha creato un'impresa con 30 dipendenti aperta anche la sera. Valore aggiunto? Creare un luogo che abbia un'anima, dove si sente che pulsa qualcosa. «Oggi si avverte questo calo del desiderio e bisogna suscitare in chi entra in libreria. Gli eventi sono le occasioni per creare nuovi stimoli. Ma è il dialogo con i clienti che ci costringe a essere perfetti».

FABRIZIO PIAZZA

Modus Vivendi, Palermo

L'ora X in libreria scatta alle 9,30 con cornetti e caffè gentilmente offerti ai clienti. La libreria Modus Vivendi di Palermo,

Francia e Spagna sono d'esempio

Come stanno le librerie italiane? Male, se non malissimo. In due anni il fatturato generale è diminuito del 14 per cento. Dall'ultima rilevazione dei dati Nielsen nei primi 8 mesi del 2013 si registra un peggioramento del 5,4 per cento nei canali trade ovvero quelli rivolti al pubblico: librerie, online, grande distribuzione organizzata rispetto allo stesso periodo del 2012. Ma quello che è veramente impressionante è la curva negli ultimi due anni: -13,6 per cento rispetto al 2011. Dove si compra il libro nel 2012? Sempre meno in libreria, sempre più online. La perdita di quota della libreria fisica negli ultimi cinque anni è passata dal 79 per cento del 2008 all'attuale 73. Cresce invece la quota dei canali on line per la vendita di libri fisici: dal 3 per cento nel 2008, arrivano oggi all'11 che salirebbe fino al 13 per cento se considerassimo anche l'eBook. Stabile invece la grande distribuzione, che si conferma al 16 per cento. A soffrire di questa crisi soprattutto le piccole librerie indipendenti. Chi sopravvive ha messo in campo strategie che comportano il fatto che il libro sia affiancato anche da altre attività. E proprio dall'estero arrivano due esempi di successo seguendo questo intreccio tra libreria, cibo, attività culturali. Il primo è quello francese delle librerie Mollat che con un solo negozio molto grande (2700 mq) ha 140 mila clienti nella mailing list e un fatturato di 20.747.480 euro. Ottima anche la performance della piccola catena indipendente de La Central in Spagna. Con sette librerie, ha un fatturato-libri per negozio di 1.460.569 euro.

sin dal nome, suggerisce un modo speciale di vivere il libro. Dalla colazione con l'autore ai reading, fino a iniziative uniche in Italia: come "Citofonare interno Modus", ovvero l'organizzazione della presentazione dei libri a domicilio. «Il pacchetto comprende l'acquisto del libro, più la cena dalla padrona di casa in magnifiche dimore palermitane e la musica di artisti locali» spiega il libraio Fabrizio Piazza. Altro punto di forza la sezione di alto artigianato dedicata ai prodotti originali provenienti dall'India. Così nella vetrina i libri stanno in mezzo a stoffe e scarpe pregiate perché come dice Piazza citando Steiner «i libri hanno bisogno di noi». Infine, laboratori di bambini con classi delle scuole medie che vengono in libreria ma anche il contrario. «Siamo noi che andiamo a parlare di libri a scuola. Lo scopo è non essere solo dentro ma anche fuori, aperti sul territorio, nella strada, tra la gente». ■