

Il re dei librai: «Sogno i fotoromanzi sui cellulari»

Achille Mauri della Scuola di Venezia che parte il 27 gennaio: «Più volumi e meno lettori, il futuro è nelle nuove tecnologie»

di Giovanna Pastega

► VENEZIA

Meno lettori ma più libri stampati: a dirlo l'Istat che nel 2014 ha registrato in Italia ancora un calo dei lettori ma un aumento della produzione editoriale, una crescita del mercato digitale e una forte ripresa dell'editoria scolastica e per ragazzi. Ad interpretare questi dati è Achille Mauri, Presidente di Messaggerie Italiane e della Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri, che anche quest'anno a Venezia dal 27 al 30 gennaio aprirà il tradizionale Seminario di perfezionamento. «In Italia - spiega Mauri - il problema non sono i lettori, ma i non-lettori che ci fanno sprofondare nelle classifiche mondiali. Il mercato librario in realtà non ha mai avuto una vera recessione, ha sempre mantenuto una piccola crescita. La flessione del numero dei lettori

su carta è compensata dalla crescita dei lettori digitali, un mercato che non ha certo spazzato via la tradizionale editoria ma pian piano la sta affiancando».

I lettori quindi ci sono...

«In realtà in Italia abbiamo pochi lettori con una domanda sofisticatissima, cioè un'editoria ricchissima con un mercato povero. Le librerie italiane non hanno niente da invidiare a quelle inglesi, hanno lo stesso numero di titoli, variazioni, temi, il problema è aumentare i lettori. Paradossalmente se l'Italia fosse disposta in orizzontale e non in verticale verso sud, leggeremmo molto di più perché sulla voglia di leggere determinate è il sole che da sempre ruba spazio alla lettura. Al Sud si legge la metà che al Nord. E poi c'è il fattore tempo: i nuovi mezzi di comunicazione a partire dal cellulare "vampirizzano" la lettura. Più ti dedichi a chattare, navigare, mes-

saggiare, meno tempo hai per tutto, non solo per i libri ma anche per portare a passeggio il cane e giocare con i figli».

Soluzioni?

«Convivere con la modernità, anzi usarla. Penso che la scuola dovrà ben presto avvantaggiarsi di questi nuovi strumenti tecnologici e questo offrirà maggiori possibilità di approfondimento, più servizi di natura editoriale, infinite opportunità didattiche. L'editoria può mettere in campo molti strumenti per cavalcare il cambiamento, ma quello che manca è una didattica che usi questi strumenti, li applichi all'insegnamento coinvolgendo le nuove generazioni con le novità tecnologiche nello studio e nella lettura. E poi non è escluso che a breve nasca anche un'editoria per smartphone, magari fotoromanzi per cellulari!».

Un nuovo mercato?

«Questi strumenti non han-

no indotti commerciali ancora pienamente misurabili: se i lettori cominciassero a scaricare libri come si fa con la musica a 30 pezzi alla volta si avrebbero enormi riflessi anche sul marketing editoriale. Editori ed autori riuscirebbero a monitorare il livello di lettura volume per volume e se 300 lettori abbandonassero tutti un libro a pagina 30 significherebbe che quel libro ha un problema a quella pagina e questo permetterebbe loro di fare marketing su se stessi migliorando il prodotto».

Ma così l'opera d'arte non verrebbe condizionata?

«In letteratura i capolavori si difendono da soli, non rischiano niente, il problema esiste per quella fascia intermedia di opere, che corrisponde al 70-80% della produzione editoriale, che è fatta di bellissimi libri senza essere capolavori».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Achille Mauri, presidente di Messaggerie Italiane e della Scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.