

IL SEMINARIO DI VENEZIA

# Il libraio è vivo e vende ancora

di Chiara Daina

Carta e web non devono farsi la guerra. È questa la regola d'oro che devono mettersi in testa i librai di oggi. Lo conferma la matematica. Nel 2014, secondo Nielsen, il giro di affari degli eBook è cresciuto quasi del 40% in un anno (con un fatturato di 51,7 milioni, cioè il 4,4% del totale) facendo riprendere quota al mercato dell'editoria da due anni in discesa libera. Quello delle copie di carta, che ha subito un calo del 2,5% (meno 6,5% i volumi venduti), rispetto al 2013 è in ripresa grazie all'eCommerce, (più 8). La vera differenza la fanno l'ambiente e le persone.

Il mestiere del libraio non è scomparso, non è superfluo, sta solo cambiando. Come la libreria. Quali sono gli ingredienti per il successo? A questa domanda provano a dare una ri-

sposta gli esperti riuniti fino a venerdì 30 a Venezia per il XXXII seminario di perfezionamento della Scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri: "Una libreria deve essere accogliente, non superiore a mille metri quadri, gli scaffali non troppo alti, i colori delle pareti caldi, i corridoi non a scorrimento veloce come quelli di un supermercato, il megastore è ormai superato dalle librerie online, e poi bisogna puntare di più sugli scrittori emergenti e meno sui best seller", sono i consigli di Stefano Mauri, vicepresidente di Messaggerie italiane.

La vetrina è ancora molto trascurata: "Invece ha un peso enorme - spiega Karin Zaghi, professoressa di Marketing alla Bocconi di Milano -. Ci devono introdurre nella storia di un libro prima di varcare la soglia. Non basta esporre una massa di copertine colorate, bisogna lanciare un tema,

creare una scenografia, riferita a un autore, un argomento, un evento". Allo stesso modo, il cliente deve essere orientato all'interno. "La sensazione è quasi sempre di smarrimento, davanti alle mensole l'occhio non si ferma, c'è una marmellata di colori che non mi parla. Serve un percorso". Una mano potrebbero darla anche i social, "ma il più delle volte le librerie li usano come una bacheca di annunci, senza interagire". La Libreria all'Arco di Reggio Emilia si è messa alla prova. Nel 2011 ha assunto un addetto apposta per il sito internet e la gestione di Facebook. Si chiama Giulio Saltarelli, ha 36 anni, e sforna idee di continuo per stimolare gli internauti. Come #scattaunlibro: "Ho chiesto a chi ci segue di inviarmi una foto che rappresenti il contenuto di un libro. Ne selezioniamo 20, vince quella che ottiene più "mi piace". Ogni mille fan regaliamo due libri al millesimo.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.