



HOME II GDL NEWS MATERIALI NUMERI REPORTS ON PUBLISHING ABBONAMENTI ISCRIZIONI CERCA

Accedi

L'importanza dell'assortimento al centro del prossimo corso della Scuola UEM. Intervista a Romano Montroni

MOSTRE E CONVEGNI

07/04/2016 A. Lollì

REGISTRATI ALLA
NEWSLETTER GDL

FUORI CATALOGO



Lunedì 11 e martedì 12 aprile si terrà al **Laboratorio Formentini** il quinto corso monografico della **Scuola per librai Umberto ed Elisabetta Mauri**. L'appuntamento dal titolo *Libri che si vendono molto, libri che si vendono meno e libri che servono a vendere altri libri: il valore dell'assortimento* vuole mettere in luce l'importanza della **scelta dell'assortimento** all'interno della gestione di una libreria, come strumento per la **costruzione di una propria identità** e per il **mantenimento di un'adeguata redditività**.

Abbiamo chiesto a **Romano Montroni** – presidente del Centro per il libro e la lettura e tra i protagonisti delle due giornate di corso – di fare il quadro sugli obiettivi del workshop e sugli aspetti legati all'assortimento che un libraio non può sottovalutare nella conduzione del proprio esercizio.

Quali sono gli atteggiamenti più efficaci che un libraio deve avere nella scelta delle proprie proposte?

Al giorno d'oggi le librerie possono avere risultati positivi solo se riescono a **dare valore al proprio assortimento**. Questo non significa genericamente avere un certo numero di libri ma sottolinea l'importanza di avere la capacità di **sviluppare la curiosità in chi entra in libreria**. A causa anche della sterminata produzione editoriale del nostro Paese, infatti, è fondamentale avere un mix variegato di proposte, senza focalizzarsi soltanto sui grandi gruppi editoriali o sulla piccola editoria. In questo aspetto il **ruolo chiave è giocato dal libraio**: è lui infatti che fa la differenza.

Vorrei sottolineare inoltre che una copia di un libro non «fa memoria», non suscita cioè attrazione. Da questo punto di vista dobbiamo cogliere l'insegnamento che ci viene dato dalla grande distribuzione: **è la quantità l'elemento che genera curiosità**.

L'assortimento di una libreria poi deve essere in grado di creare un interesse sia nei lettori forti sia in quelli più deboli e non solo sfruttando il successo dei best seller. Non bisogna infatti tenere in considerazione soltanto i titoli ma è fondamentale l'attenzione alle esigenze del cliente. **Le persone oltre i libri**, insomma.

Questi aspetti mettono in luce l'importanza della scelta corretta dell'assortimento nel riuscire a garantirsi una sufficiente redditività. Sono aspetti che verranno affrontati durante il corso?

Certamente. La libreria infatti non è un luogo di cultura ma è un'**impresa culturale** e come tale deve operare, con tutti i **canoni gestionali di un esercizio commerciale**. La finalità dei due giorni di corso è anche quella di dare alcune pillole sui concetti base legati a questi aspetti: parole come rotazione, margine, redditività o vendibilità devono avere un significato ben chiaro in chi gestisce una libreria. Per questo motivo abbiamo suddiviso i contenuti del corso tra le due giornate. La prima infatti vuole fornire le indicazioni principali sui **comportamenti** da adottare nella scelta dell'assortimento, l'altra invece si focalizza sulla **comprensione dei numeri** che stanno alla base del funzionamento dell'attività.

Lo scopo finale è quello di **suscitare una curiosità nei partecipanti**, che possa poi spronarli in un ulteriore approfondimento dei temi affrontati durante il corso.

[<<< Torna](#)

Tweet

Copyright 2016 Ediser srl - P.Iva 03763520966