

**Elzeviro / La formazione dei librai**

# BUONI CONSIGLI PER IL FUTURO DEGLI SCAFFALI

di **Romano Montroni**

**L**a scarsa preparazione dei librai incide sulla scarsa familiarità degli italiani con la lettura: gli unici in grado di dar vita a librerie «con l'anima» sono i librai. Lo ha confermato James Daunt, mente della catena Waterstone's, al seminario di fine anno della Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri: i librai competenti e motivati fanno la fortuna dei clienti, e anche delle librerie. Perché le librerie «senz'anima», che si accontentano dei commessi, sono quelle che prima o poi vanno in crisi. Vale sia per le librerie indipendenti sia per quelle di catena.

Il problema è come sempre la qualità, un valore assoluto che in libreria si esprime attraverso l'assortimento e, appunto, il servizio. E dato che sono i librai a comporre l'assortimento, la loro qualità è il presupposto della qualità *tout court!*

Per questo, la formazione è indispensabile, e dev'essere «rinfrescata» — perché cambia il mercato, cambiano i gusti dei lettori... È importante che i librai siano aggiornati, ed è importante rigenerare in loro motivazione e consapevolezza del mestiere.

La qualità del servizio è un valore da coltivare attraverso attenzioni grandi e piccole, a volte persino apparentemente piccolissime, come raddrizzare una pila di libri. Ma è anche fragile, e va custodita. Lo stesso vale per la qualità dell'assortimento, e dunque per la selezione delle proposte. In questo senso la qualità è, oltre che un valore, un metodo: non è mai standardizzata. Per esempio, un libraio deve conoscere e valorizzare la piccola e media editoria — dalla quale spesso arrivano proposte originali e raffinatissime — e il settore dei tascabili. Lavorare sui tascabili è anche un'operazione profondamente democratica, perché offre ai lettori la possibilità di tenere insieme qualità e convenienza.

E a proposito di democrazia, le librerie possono svolgere una funzione sociale decisiva: i libri, se trovano terreno fertile, aprono nuovi orizzonti, suscitano dubbi e ispirano entusiasmi. Possono creare cittadini migliori. Ecco perché, senza limitarsi ad assecondare il gusto del pubblico, si dovrebbe cercare di incuriosirlo con proposte non banali. Per trovare un equilibrio tra queste due necessità non sempre convergenti ci vogliono intelligenza, sensibilità, esperienza. Ma soprattutto: un bravo libraio comprende l'importanza di un rapporto di fiducia con il cliente. Per questo non è mai presuntuoso né troppo umile: dialoga con il cliente mettendosi al suo fianco — mai al di sopra, mai al di sotto — e lo ascolta, rispondendo alle domande che pone e anche a quelle che non pone: in libreria non si offrono soltanto libri, si offrono — o si dovrebbero offrire — anche gentilezza, competenza ed entusiasmo.

Anche questa è una forma di democrazia. In fondo, le librerie sarebbero tutte uguali se il loro compito si esaurisse nella semplice esposizione di libri, suddivisi per settore e ordinati per autore; i libri, visti da fuori, possono essere più o meno belli, più o meno ben fatti, ma sono gli stessi dovunque. La differenza tra una libreria e l'altra la fanno i librai: il vero libraio non è mai un commesso generico, è un operatore culturale. Quando un cliente entra in libreria, è proprio da lui che si aspetta qualcosa in più: un saluto all'ingresso; una libreria ben organizzata; proposte di lettura; disponibilità; efficienza; gentilezza. Oltre la soglia di ogni libreria c'è un mondo da scoprire. Perché il cliente lo percepisce, deve trovare ad attenderlo librai capaci di riconoscere il senso di quello che vendono e di dargliene uno ulteriore: qualcosa che nemmeno la migliore delle librerie online potrà mai offrire.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

*Presidente del Centro  
per il libro e la lettura  
docente della Scuola per Librai  
Umberto e Elisabetta Mauri*

