



Lo stato dell'arte del mercato

Amazon taglia i librai e aumenta i fattorini

Più di un titolo su 5 è venduto via web, i distributori classici e le piccole botteghe entrano in crisi. Il colosso dello shopping on line cambia il volto dell'editoria. Ma concede chance a tutti gli autori...

*** PAOLO BIANCHI

Amazon si sta mangiando il mercato. Andando avanti così, sarà il mercato.

Sono usciti alcuni dati sconcertanti sull'Italia e le abitudini dei consumatori di libri. Le fonti sono l'Istat e l'Associazione italiana editori (che organizza *Tempo di Libri* che apre oggi a Milano). Esattamente un anno fa gli addetti ai lavori in un incontro alla **Scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri**, a Venezia, si chiedevano: «Amazon riuscirà a distruggere le librerie?». Allora la risposta fu nel complesso negativa, ma forse la domanda è un'altra: posto che non le distruggerà tutte, quali sopravviveranno? Quelle di catena, in franchising, con l'insegna bella grande in pieno centro pedonale o commerciale, o quelle piccoline e discoste, frequentate da élite di lettori esigenti e voraci? I libri venduti online in Italia nel 2017 sono stati il 21,3 %, dunque più di uno su cinque. Dati in crescita del cinque per cento rispetto all'anno prima. Ora, ammettiamo pure che il numero complessivo dei lettori abbia tenuto botta, dato che le vendite sono aumentate di oltre l'uno per cento (dopo sette anni di vacche magre, va però aggiunto). Ma a entrare fisicamente in libreria e uscire con il prodotto in mano sono ormai meno dei tre quarti degli interessati. Sarebbero ancor

meno se non fosse il flessione la vendita nei supermercati, scesa sotto il 10%. E, trattandosi quasi sempre di titoli mordi e fuggi tanto vale tenerli nelle grandi librerie a costo di trasformarle in supermercati.

«NO BOOK»

Se gli ottimisti vedono il bicchiere pieno per tre quarti, gli altri notano quello che manca. E non possono fare a meno di constatare che il livello si sta ancora abbassando. E, già che ci siamo, vendere anche altro. È quello che nel gergo tecnico sempre carico di inglesismi si chiama il settore «no book». «Agende, cancelleria, gadget vari...» spiega **Costanza Bonomo**, direttrice della libreria **Mondadori** di Saronno (Varese). Negli anni, ha visto cambiare il mercato. «Anche la politica degli sconti è sempre più complicata. Ci sono le campagne al 25 %, gli sconti sulle novità del 15, che poi sono gli stessi di Amazon. E formule varie per favorire i clienti, come ulteriori agevolazioni se torna con uno scontrino che dimostri che ha già comprato da noi, o se prenota qui i libri anziché su Amazon».

Che cosa possono fare invece i librai piccoli? Lavorare tanto e fidelizzare la clientela. Esempio virtuoso è la libreria milanese **Il mio libro**, di **Cristina Di Canio**, uno spazio ristretto dove da anni si susseguono eventi, incontri, presentazioni di ogni tipo. «Ho abbandonato la politica degli sconti» spie-

ga la Di Canio. «In pratica non mi ci sarei più neanche tirata fuori le spese. Meglio far pagare il libro a prezzo pieno, ma seguire il cliente e saperlo consigliare. Anche perché io posso tenere solo un assortimento ristretto di titoli, per evidenti ragioni di spazio. In più adesso faccio anch'io le spedizioni a domicilio. E gli ordini li posso ricevere tranquillamente on line». In una delle librerie nel cuore di Genova, **L'Amico Ritrovato**, ritengono che a pagarla saranno i concorrenti con le metrature più ampie: dovranno sopportarne i costi a fronte del calo di vendite. Una dura lotta. Non è un caso se nessuno dei grossi editori rilascia dichiarazioni in merito: stanno ancora cercando di capire. Da un paio di nostre fonti all'interno di grandi gruppi, trapela l'indicazione che sarebbero proprio le librerie più piccole a subire la mazzata.

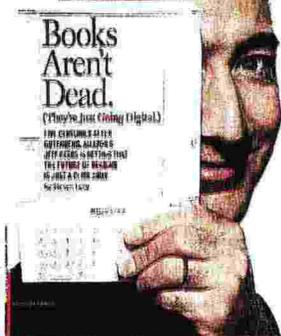
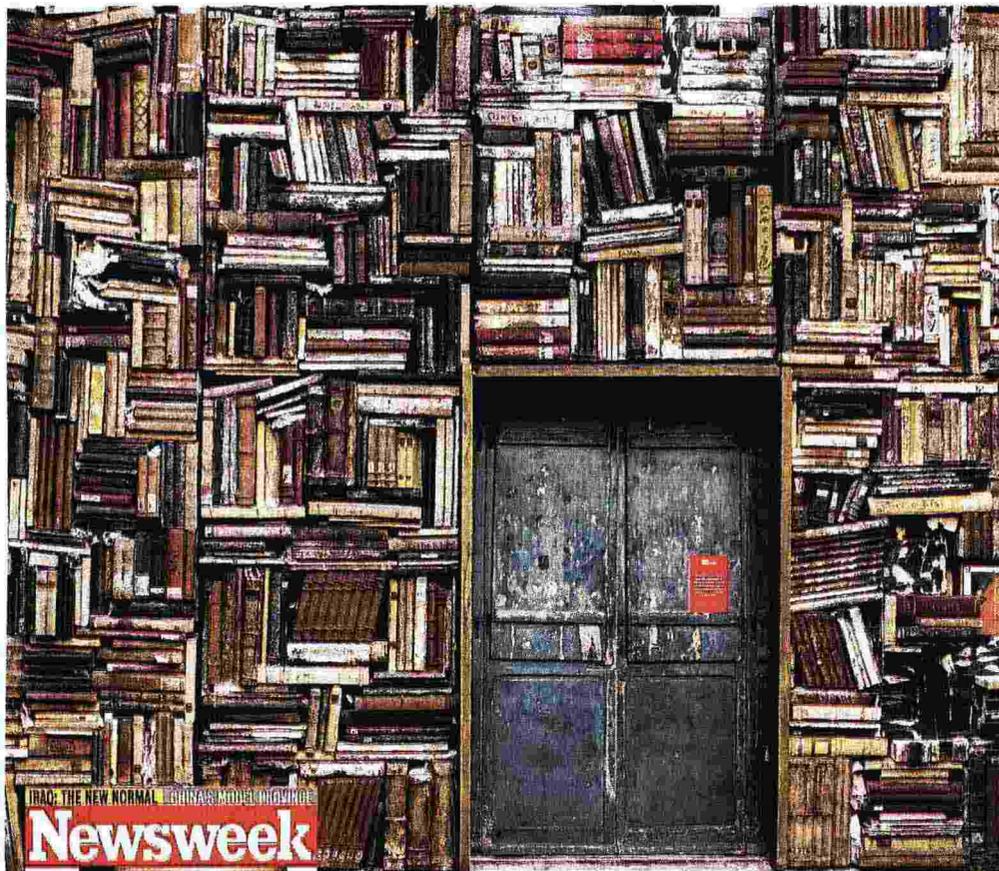
Diverso per gli editori indipendenti. Dice **Angelo Leone** di **Stampa Alternativa - Nuovi Equilibri**, storica casa editrice laziale "resistente": «Mentre il commercio degli ebook non è mai decollato, fermanosi al 3-4 per cento, la vendita on line del cartaceo corrisponde ai dati che lei mi cita. Trenta per cento o anche più. Il guadagno per noi non aumenta, perché se lo prende Amazon, ma aumenta la disponibilità sul mercato dei nostri prodotti». Conferma viene anche dall'editore **Bietti**. Tom-

maso Piccone spiega: «Nella colonnina delle vendite fornita dal nostro distributore si è passati dal 15 al 20 per cento, in linea con i dati generali».

GIOCO SPIETATO

C'è anche però chi ha per principio non si piega alle regole di un gioco spietato. **Sandro Ferri** e **Sandra Ozzola**, titolari delle **Edizioni e/o** (in catalogo **Elena Ferrante**), per protesta contro la chiusura delle librerie e l'impoverimento del territorio e per una politica commerciale «al limite del dumping», si sono ribellati. Troppo esose le richieste della multinazionale americana: «Le case editrici hanno bisogno di margini economici sufficienti per investire nella ricerca di nuovo autori e di nuove proposte. Se questi margini vengono troppo erosi, rischiano di sparire, assieme alle librerie, agli autori e a tutto il mondo del libro». Amazon è un'entità sfuggente. Chi la governa resta il più possibile nell'ombra, non dà indicazioni sulle future mosse, mentre fioriscono nelle metropolitane grandi spazi pubblicitari che promuovono romanzi di autori sconosciuti e fuori dai giri tradizionali. Saranno un giorno contemporaneamente editori, promotori, distributori, librai e monopolisti? Scenario da brividi: gli addetti ai lavori finiranno tutti magazzinieri o fattorini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IPERTECNOLOGICO

Sopra, immagine simbolica del mercato dei libri. A sinistra, Jeff Bezos fondatore di Amazon

