

## Modesta proposta

# Scuole e tascabili per un nuovo Dna di Tempo di Libri

di **Romano Montroni**

**È** risaputo che in Italia si legge poco e che, se abbiamo uno zoccolo duro di lettori forti, il segmento dei lettori occasionali è drammaticamente debole. Sulla base di questo dato ho elaborato una modesta proposta in cinque punti che — raccogliendo l'invito del presidente dell'Aie, Ricky Levi — mi permetto di avanzare per la prossima edizione di Tempo di Libri.

**1. Tascabili** La vera forza di un editore è la collana dei tascabili: dagli Oscar Mondadori all'Universale Economica Feltrinelli, dai Grandi libri Garzanti ai Tascabili Einaudi, dalla Piccola Biblioteca Adelphi alla Bur di Rizzoli — solo per citarne alcuni. Difficilmente la ricchezza di proposta dei tascabili è rappresentata in maniera sostanziosa in libreria, per una questione di spazio; è vero, online c'è tutto, ma online manca un fattore per me decisivo: la fisicità. Tempo di Libri potrebbe offrire una proposta limitata di hard cover o novità e puntare invece su un'esposizione massiccia e spettacolare di tascabili. La mia esperienza di libraio mi porta a credere che massificare le collane tascabili è sempre una scelta vincente: se vale per la libreria, credo possa valere senz'altro anche per una fiera. Inoltre, puntare su libri di qualità a prezzi accessibili a tutti, è un'iniziativa di grande valore democratico.

**2. Scrittori** Un altro modo per sfruttare la potenza di fuoco dei cataloghi degli editori sono gli incontri con gli scrittori; non solo che presentano i propri libri in uscita, ma anche che parlino di libri importanti per loro, di autori che abbiano avuto un ruolo decisivo nella loro formazione e che siano presenti in collane tascabili. Incontri di questo genere sono stimolanti (molto spesso il successo di un libro si fonda sul passaparola) soprattutto per i lettori deboli o i semplici curiosi, e dunque potrebbe essere un'operazione vantag-

giosa sia da un punto di vista squisitamente commerciale sia, più in generale, per avvicinare gli italiani alla lettura.

**3. Librai** La gestione dello stand rappresenta un costo notevole per gli editori. Affidarla ai librai indipendenti della città può essere un modo per spendere meno e ottenere risultati migliori: i librai gestirebbero lo stand come fosse la loro libreria, mettendo al servizio degli editori la loro esperienza di venditori e «suggeritori»; la pubblicità generata attraverso un gilet con il nome della libreria di appartenenza e il riconoscimento di una percentuale sul venduto potrebbero essere un compenso commisurato allo sforzo organizzativo.

**4. Promozione editoriale** Attraverso la mia esperienza di docente alla Scuola Umberto e Elisabetta Mauri mi sono reso conto che è importantissimo far conoscere ai librai i progetti editoriali delle diverse sigle. Va a beneficio non solo delle librerie ma, di riflesso, della società intera: credo infatti nella capacità delle librerie di farsi luogo di diffusione e scambio di idee. La fiera potrebbe essere un palcoscenico ideale in cui case editrici vecchie e nuove si presentano (attraverso direttori editoriali e editor) a gruppi di librai, in una maratona di incontri che potrebbero essere organizzati dalla Scuola per Librai Mauri e finanziati dalle catene promozionali italiane (Pde, Promedi, Emme, Prolibro, ad esempio).

**5. Le scuole** Coinvolgere i più giovani è indispensabile se vogliamo creare una nuova generazione di lettori. Regione e Comune potrebbero organizzare e finanziare un concorso di scrittura sulla falsariga di *Scriviamoci* (ideato dal Centro per il libro e la lettura) che coinvolga le scuole di ogni ordine e grado. In palio per i testi migliori — scelti dagli insegnanti —, buoni per acquistare libri e biglietti omaggio per entrare in fiera.

In questo modo, Tempo di Libri assumerebbe un'identità che la distinguerebbe dal Salone del Libro e tutti — editori, librai, lettori e visitatori — ne trarrebbero vantaggio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA