

L'ANALISI

Il futuro delle piccole librerie è uno sforzo corale nei servizi

GILIJ IANO VIGINI

Fedele all'appuntamento annuale che coinvolge tutto il mondo del libro, la Scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri non ha voluto mancare, almeno online, al suo Seminario di perfezionamento per librai ed editori. Sappiamo che il 2020 è stato un anno molto difficile per tutti e, ovviamente, anche per i consumi librari, ma è chiaro che la resilienza dimostrata dall'intera filiera del libro. È importante che in Italia i gruppi maggiori abbiano tenuto in sostanziale equilibrio i bilanci; che, nonostante tutto, anche nel 2020 siano nate 552 nuove sigle editoriali; che da gennaio a dicembre – secondo i preziosi dati di Arianna – le librerie abbiano contenuto le perdite al 12,5% e che la necessaria riprogrammazione editoriale non abbia registrato un decremento significativo di offerta libraria (oltre 76.000 titoli, come risulta dai dati di Alice, la base dati del catalogo dei libri in commercio). Ma, detto questo, nel vortice dei nuovi assetti editoriali, distributivi (logistica inclusa, anzi, tra i punti cardine dell'evoluzione dei prossimi anni) e pubblicitari; nell'intensificarsi inarrestabile della concorrenza online; nelle rinnovate modalità di comunicazione e vendita, in un'ottica strategica di integrazione e interattività, di offerta su più canali, di utilizzo di strumenti moderni di relazione con il pubblico, tutto sta nuo-

La resilienza dimostrata durante la pandemia e la crescita delle sigle editoriali sono dati positivi ma le criticità del sistema restano e contro i vantaggi dell'online occorre pensare in modo nuovo al cliente

vamente cambiando. L'immagine da me più volte evocata dell'editore "centometrista e nomade" (ossia sempre più pronto a cogliere le accelerazioni del mercato, nei suoi passaggi e nelle sue svolte da un ambito all'altro, al momento di nuove sfide) rende bene l'idea di questo complesso e delicato momento. In questo contesto, soprattutto le librerie e i piccoli editori indipendenti si trovano non solo ad affrontare le problematiche relative a una concorrenza sempre più agguerrita (le librerie online e le librerie di catena), ma il loro stesso ruolo di servizio, in questa editoria dei tempi nuovi.

Quando si dice che in questi anni, sotto l'incalzare di tante novità, la vita media di un libro si è notevolmente accorciata (da 6 mesi a 6 settimane) e in pratica è come se su tanti libri fosse scritto in copertina: "Vengo, ma vado via subito"; che i libri di catalogo che si cercano normalmente non si trovano più nelle librerie; che i clienti di città non vogliono fare il giro delle sette chiese per trovarli e neanche perdere mezza giornata per tornare dal libraio al quale li hanno eventualmente ordinati, si mette l'accento su una realtà incontestabile. Allora è chiaro che qui occorre uno sforzo corale perché le librerie in genere, e quelle piccole in particolare, possano attivare servizi o comunque individuare soluzioni in grado di soddisfare rapidamente la clientela. Anche questa è una delle sfide del futuro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

