

Saggio

# Vittorio Graziani Il libraio, mestiere non come un altro

In «Vendere libri è una cosa seria» pagine ricche di consigli utili

di **Filippo Marazzini**

**S**e sogni di fare il libraio e l'esempio che hai in mente è Hugh Grant in «Notting Hill», il volume di Vittorio Graziani «Vendere i libri è una cosa seria» (Utet, pag. 180, euro 18) fa decisamente al caso tuo. Graziani condensa infatti in queste pagine la sua pluriennale esperienza nel settore editoriale (dopo aver lavorato per anni in Feltrinelli, nel 2018 ha rilevato la storica libreria milanese Centofiori e nel 2025 la Scuola per Librai Mauri lo ha eletto libraio dell'anno) fornendo consigli pratici ai neofiti.

Con uno stile coinvolgente e immediato e rivolgendosi ad un «tu» immaginario, Graziani esordisce con una presentazione del panorama delle librerie in Italia dove, oltre alla galassia delle indipendenti, spiccano le grandi catene: Feltrinelli (con 115 librerie fisiche), Mondadori (più di 500 punti vendita), Giunti (260 librerie), Ubik (150 librerie) fino al brand Il Libraccio, nato nel '79 come mercatino dei libri del movimento studentesco, che oggi conta più di 60 negozi.

A questo variegato sistema si affianca l'online: Amazon dal 2010 ha eroso enormi quote di mercato senza che i grandi gruppi fossero in grado di pianificare efficaci strategie di difesa; la crescita si è però fermata nel 2023, c'è voluta la pandemia perché molti tornassero alla libreria di quartiere (quattro libri su dieci sono però an-

cora acquistati su Internet). Ma come si diventa librai in Italia? Graziani è chiaro: a differenza della Germania dove è obbligatorio studiare due anni e conseguire una specializzazione, «non esiste nel nostro Paese una formazione obbligatoria per accedere alla professione o un ente che aiuti l'aspirante li-

braio nell'apertura della propria libreria».

Insomma, per iniziare bisogna molto semplicemente mandare il proprio curriculum alle librerie esistenti e armarsi di pazienza. Se dopo qualche anno di lavoro, maturate le competenze necessarie, un libraio nutre il desiderio di aprire un proprio negozio, le accortezze da tenere a mente sono tante. Prima di tutto bisogna individuare con estrema attenzione il luogo studiando il territorio, il fermento culturale, la popolazione, le altre librerie esistenti e la posizione (fondamentali anche dettagli all'apparenza superflui come la larghezza dei marciapiedi o la presenza di portici se ci troviamo in una città piovosa). Per il locale è essenziale una buona transitività interna e la possibilità di avere un magazzino capiente; sconsigliati spazi a più piani «perché comportano difficoltà di presidio: il libro è un oggetto che si presta facilmente ad essere rubato e si stima che gli amanti rappresentino il 2% delle vendite nette; magari una catena può sostenere questa perdita, un privato no». E poi il capitale iniziale: «Per una libreria ex novo vanno calcolati poco più di

mille euro al metro quadro; quindi in un range tra i 70 e i 200 metri quadri l'investimento si aggira tra centomila e i duecentomila euro. Ci vorranno poi almeno tre anni perché una libreria virtuosa si assesti e recuperi le spese iniziali».

Lavori di ristrutturazione, assunzione del personale («una libreria di 100 metri quadri ha bisogno di almeno due impiegati full time e uno part time»), conoscenza dei software gestionali, scelta e acquisto dei libri tramite i promotori editoriali e allestimento («quindici o sedici mila pezzi per iniziare»). Indispensabile il marketing: dal logo («ottimo il colore rosso, vedi Feltrinelli e Mondadori, mentre grigio e verde sono scarsamente visibili») alla comunicazione interna, o passiva (le sezioni tematiche indicate sopra i mobili e gli scaffali, ma anche i bollini sulle copertine con la dicitura «consigliato da...») fino alla cura delle pagine social che non devono soltanto mostrare i prodotti, ma soprattutto presentare ai potenziali clienti i librai, il loro stile lavorativo e l'ambiente-libreria. Dall'inaugurazione (che va pianificata almeno tre mesi prima e curata in ogni dettaglio) si passa poi alla vita quotidiana del negozio che può vivere bene grazie soprattutto ad un fattore: il passaparola.

Per innescarlo, «non è sufficiente che il cliente conosca la libreria, la frequenti e ne sia soddisfatto, deve ricevere quel quid in più che lo colpisca e lo porti a diffondere il verbo».

Attenzione allora all'am-

biente, all'aspetto sonoro («meglio musica classica o jazz che crei atmosfera e non copra i dialoghi tra gli avventori»), all'esposizione dei volumi e, soprattutto, alla preparazione del libraio che deve avere un'ossessione per i libri, «conoscere tutta la miglior produzione editoriale dal punto di vista qualitativo e commerciale», ma avere anche una marcata propensione alla relazione: «il bravo libraio pone domande, è un ascoltatore attento e, man mano che inizia a conoscere il suo interlocutore, chiamandolo sempre per nome, è in grado di proporre nuovi titoli per farlo uscire dalla sua comfort zone. Solo così, attraverso lo sconquasso che deriva dall'inedito, si può creare una relazione seduttiva a livello intellettuale, che nessun algoritmo di Amazon potrà mai interessare».

Il volume, se da un lato può scoraggiare l'aspirante libraio per via delle infinite accortezze che sono necessarie, dall'altro ha il pregio di eliminare la patina romantica da quello che più che un sogno o una missione è prima di tutto una professione e che, come tale, esige abilità specifiche e non deve basarsi su idealismi o improvvisazioni. Compreso questo, il libraio sarà davvero in grado di creare «un luogo che accompagni tutti noi nel magnifico viaggio della conoscenza, verso l'impareggiabile soddisfazione di inseguire le proprie curiosità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003004-IT0KEZ



**Vendere i libri è una cosa seria**  
di Vittorio Graziani  
ed. Utet  
pag.180  
euro 18.

**Grande esperienza**  
L'autore condensa in queste pagine la sua grande esperienza nell'editoria.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003004-IT0KE2