

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

Se 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 200 metri quadri l'investimento si aggira tra centomila e obbligatorio studiare la specializzazione, «non esiste nel nostro Paese una formazione obbligatoria per accedere alla professione o un ente che aiuti l'aspirante libraio 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 transitabilità 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 manchi rappresentino il 2% delle vendite nette; magari questa perdita, un privato no». E poi il capitale iniziale: breria di quartiere (quattro libri su dieci sono però an-

cora acquistati su Internet), mille euro al metro quadro; quindi in un range tra i 70 e i 200 metri quadri si aggira tra centomila e duecentomila euro. Ci sono poi 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 sedemila 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).

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 accompagna tutti noi nel magnifico viaggio della conoscenza, verso l'impareggiabile soddisfazione di inseguire le proprie curiosità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Attenzione allora all'am-

biente, all'aspetto sonoro («meglio musica classica o jazz che crea 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 intessere».

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 accompagna tutti noi nel magnifico viaggio della conoscenza, verso l'impareggiabile soddisfazione di inseguire le proprie curiosità».

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003004-IT0KE2



L'ECO DELLA STAMPA[®]
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

**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

