

INTERVISTA A JAVIER ARREVOLA, OSPITE DEL SEMINARIO DELLA SCUOLA PER LIBRAI UMBERTO E ELISABETTA MAURI

«In Spagna c'è l'esplosione dei romanzi per giovani adulti, è l'effetto tribù dei social»

MARIA TERESA CARBONE

■ Tra gli ospiti del 43esimo seminario della Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri, in corso fino al 30 gennaio presso la Fondazione Giorgio Cini di Venezia, c'è Javier Arrevola, amministratore delegato di Casa del Libro, la maggiore catena di librerie in Spagna, che parteciperà domani alla tavola rotonda *Le librerie internazionali: elementi distintivi nel rapporto con il proprio cliente*. Alla vigilia dell'incontro gli abbiamo rivolto alcune domande.

I dati indicano un declino della pratica della lettura quasi ovunque, ma non in Spagna. A cosa si deve il miracolo?

Più che di miracolo, parlerei di una combinazione di diversi fattori. In primo luogo, va ricordato che fino a poco tempo fa l'indice di lettura in Spagna era inferiore rispetto a quello di altri paesi europei. In questo quadro si è inserita l'esplosione del romanzo per giovani adulti presso un pubblico che utilizza molto i social network e che ha dato vita a un effetto «tribù». E di certo ha giocato un ruolo l'apertura di numerose librerie (molte delle quali appartenenti alla catena Casa del Libro), che hanno creato un contatto con i lettori nei centri commerciali e in località dove prima non c'erano punti vendita di libri.

Negli ultimi decenni il mondo dell'editoria è cambiato enormemente. Qual è la sua valutazione, considerando la progressiva concentrazione dei grandi marchi e l'impatto di Amazon?

In effetti, i due grandi gruppi presenti in Spagna, Planeta e Penguin Random House, hanno già una quota superiore al 50%, e questo può danneggiare i piccoli librai che hanno minore capacità di negoziazione. D'altra parte, l'irruzione di Amazon una dozzina di anni fa ha comportato un cambio di paradigma nel

mercato e il canale online è cresciuto in modo esponenziale, ma a partire dall'anno del Covid, quando l'online ha raggiunto il record, il canale delle libri-

rie ha riguadagnato quota. Si è diffuso un certo «malessere» nel comprare su Amazon per motivi di valore e di cultura, e i lettori tornano a preferire l'esperienza in libreria.

Casa del Libro appartiene al gruppo editoriale Planeta. Qual è il vostro livello di autonomia? E quanto conta nella promozione dei titoli in libreria il premio letterario del gruppo?

Sì, Casa del Libro appartiene al gruppo Planeta, ma le nostre decisioni riguardo agli acquisti dei titoli sono completamente indipendenti, altrimenti non avremmo il successo di traffico e di marchio che abbiamo registrato negli ultimi anni. Quanto al premio Planeta, è chiaro che occupa una posizione di privilegio nelle nostre librerie e sul web durante la fase del lancio e nel periodo natalizio.

Diversificate la vostra offerta a seconda delle librerie?

Una parte del catalogo è uguale per tutte le librerie, ma un'altra viene adattata alla situazione locale. Le faccio un esempio: nella nostra libreria di Marbella il 30% dell'assortimento è in inglese.

Tra i compiti dei vecchi librai c'erano i consigli ai clienti. È un vostro obiettivo? Qual è la formazione del vostro personale?

I protagonisti della nostra catena sono i librai: sono loro a darci un vantaggio competitivo, perché sono specialisti nelle loro aree; abbiamo esperti in filosofia, storia, romanzi, narrativa *young adult*, manga, e via dicendo, e questo consente loro di trasmettere entusiasmo e fiducia ai lettori. Quanto alla formazione, alla base c'è la loro passione per la lettura, la vocazione che li ha spinti a scegliere questo lavoro, ma noi diamo loro tutti gli strumenti affinché conoscano le novità e imparino la tecnica del mestiere.

Come vede il rapporto tra le librerie indipendenti e le grandi catene come la vostra? C'è spazio per la convivenza?

Sono convinto che possano convivere perfettamente. Ci sono città dove non siamo presenti perché già ci sono diverse librerie indipendenti, mentre in altre sia-

mo nel centro commerciale e non nel centro della città. E anche dove si verifica una coesistenza, c'è pubblico per entrambe.

Finora i libri fisici, di carta, hanno resistito alla concorrenza con il digitale, ma c'è chi prevede che scompariranno, e con loro le librerie. Cosa ne dice?

Credo che il libro fisico continuerà a esistere e che l'esperienza di una libreria sia unica. E poi, quando fai un regalo, come sostituisce un libro fisico con un ebook?

Infine, se dovesse dare due o tre consigli a un giovane che vuole diventare libraio, cosa gli direbbe?

Gli direi che se è la sua passione, questo è uno dei lavori più belli del mondo. Ma gli direi anche che bisogna avere una mentalità «da business». Quando apri una libreria, devi imparare a come gestirla: ubicazione, assortimento, layout, tutto deve essere studiato al dettaglio.



Javier Arrevola



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003004-1T0KE2



L'ECO DELLA STAMPA[®]

LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE