

FONDAZIONE MAURI

# Le librerie del futuro Prospettive e numeri dalla scuola di Venezia

Alla Cini si è concluso l'annuale seminario di aggiornamento Ottieri: «Fondamentale la formazione degli operatori»



La giornata conclusiva del seminario di perfezionamento della Fondazione Umberto e Elisabetta Mauri

Si è concluso ieri, alla Fondazione Giorgio Cini nell'Isola di San Giorgio Maggiore, il XLIII Seminario di Perfezionamento della Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri, consueto e atteso appuntamento organizzato dalla Fondazione Umberto e Elisabetta Mauri con il contributo di Messaggerie Libri e Messaggerie Italiane e in collaborazione con l'Associazione Italiana Editori, l'Associazione Librai Italiani, e il Centro per il Libro e la Lettura. Il Seminario si è svolto in presenza dal 27 al 30 gennaio e ha coinvolto trenta librai e librai da tutta Italia, di librerie indipendenti e di catena, che come di consueto hanno incontrato alla Fondazione Cini professionisti dell'editoria, editori e librai italiani e internazionali; la Giornata conclusiva, curata da Stefano Mauri e coordinata da Giovanna Zucconi e dal tema "L'intelligenza dei libri", è stata trasmessa come ormai da anni anche online.

Ad aprire i lavori della giornata Stefano Mauri (Vicepreside

dente della Fondazione Umberto e Elisabetta Mauri) e Alberto Ottieri (Presidente della Fondazione Umberto e Elisabetta Mauri) con gli Scenari economici di mercato, cui sono seguiti gli interventi «Proiezioni per il 2026: dove va la spesa delle famiglie italiane?» di Angelo Tantazzi (Presidente di Prometeia) e «Il mercato del libro in Italia» di Innocenzo Cipolletta (Presidente dell'AIE - Associazione Italiana Editori) con la presentazione dei dati AIE del mercato del libro 2025.

«Al centro della discussione» dichiara Alberto Ottieri, Presidente della Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri. «L'identità dei librai e la sensibilità a orientare i lettori: la gestione economica della libreria, il marketing, la motivazione, la responsabilità nell'acquisto e nella vendita dei libri, i social per allargare i confini fisici della libreria, il servizio orientato alle diverse tipologie di lettori». —

