

Effetto libreria: emozioni e sentimenti che entrano ed emozioni e sentimenti che escono

Vittorino Andreoli

E' ampiamente dimostrato che ogni individuo risente del luogo in cui si trova. Si crea una unità tra uomo e ambiente che è alla base di ogni "sentire" che va dalla gioia alla rabbia, e di ogni comportamento che va dal gioco alla violenza. Per ambiente si deve intendere la parte geografica e architettonica, ma anche le relazioni con le persone che si attuano in funzione della loro presenza (informazione, empatia).

La analisi che verrà fatta della Libreria si pone proprio entro questo schema che tuttavia va oltre le motivazioni consapevoli con cui si entra: l'acquisto di un libro, la curiosità, una modalità di occupare il tempo...fino al fenomeno della dipendenza: shopping addiction con o senza acquisto.

Tutto si rivolgerà al fenomeno inconsapevole che la libreria produce e che è sempre più ritenuto il motore dell'agire nella Libreria che porta all'acquisto. Dunque si parte dalle emozioni e sentimenti con cui si entra, dalla metamorfosi che il singolo può ottenere in virtù del luogo particolare (la Libreria nella sua specificazione generale ma soprattutto particolare di "questa" libreria). E' evidente che si intende un luogo in cui ci sono anche i libri (soprattutto), oggetti che mostrano o devono mostrarsi come principale attrazione. E si giunge allo stato emotivo ed affettivo con cui si esce (prodotto dall'esperienza).

Verrà fatta la distinzione tra emozioni e sentimenti: librerie della emozione e librerie dei legami.

Alcuni casi semplificheranno l'analisi e diventeranno traccia per meglio capire il cliente, che oggi non è uno che ha bisogni precisi, ma sovente inconsapevoli, e che tuttavia sono quelli che portano a fare della Libreria un business environment.

Oggi non si entra in un negozio di scarpe perché quelle che si indossano sono rotte, e così in libreria non si va perché si è all'ultima pagina del romanzo piacevole o alla dodicesima di quello deludente (e che non si può cambiare), ma si entra seguendo un richiamo, una casualità, un impulso culturale (esiste?)

Entrare in una libreria attiva un esame di personalità che se il libraio non capisce, finisce per essere a bordo di una barca senza strumenti di bordo.

Nella diffusione del "fai da te" occorre che il libraio sia scannerizzato sugli spazi espositivi!

Verrà detto tutto quanto pensa uno che non è libraio, ma che ne ha ammirazione, e che ama il libro e dunque che sente la libreria come un confessionale e che vorrebbe trovare un buon curato, preparato in librologia pratica ma anche un poco teoretica. Se non c'è si giunge al massimo ad un esame di coscienza, e si esce immaginando di ritornare. Ma forse si vanno a spendere i 19.99 euro in una birreria.