

Non abbandoniamo le librerie!

Una crisi devastante che dura da troppi anni.
Il dibattito su come salvare il libro nei luoghi di vendita

Dal 2010 continuano a calare i fatturati (-8,5 per cento), diminuisce il numero di libri venduti, si riduce la produzione di nuovi titoli, calano i lettori, chiudono le librerie, si arrendono gli editori. Ci sono, è vero, le eccezioni: resiste il mercato dei libri per ragazzi e cresce la quota, piccola, degli *ebook*. Ma in generale il quadro è preoccupante. Ne parliamo con alcuni librai, sia di librerie indipendenti che di catena.

Crisi



Roberto Alessandrini (caporedattore Edizioni Dehoniane Bologna)

inquadra la gravità del problema spiegando che «la crisi non è congiunturale né solo economica, ma sistematica e strutturale. Il Paese invecchia, i luoghi dell'istruzione e della formazione sono in affanno, politica e cultura hanno divaricato le loro stra-

de. In passato il libro era considerato uno strumento per migliorare sé stessi e la propria condizione. Oggi il suo valore simbolico si è indebolito. Fa riflettere che in Germania 8 persone su 10 leggono libri e in Italia solo 4 su 10. Preoccupa perché la solidità delle democrazie è legata anche alla coscienza critica dei cittadini e alla loro autonoma capacità di interpretare i cambiamenti».

Rincara la dose Alberto Galla, presidente Ali (Associazione librai italiani):



«Non è vero che si legge di meno, piuttosto è cambiato il modo di leggere: in Internet e sui *social network* c'è tanta informazione superficiale, con le nuove generazioni convinte che la cultura debba essere gratis. Il risultato è che le librerie chiudono! Resistere è il nostro motto attuale: cerchiamo di riorganizzare l'aspetto gestionale, con meno posti di lavoro e riduzione dei costi. Ma cosa vogliamo che diventi la libreria? Le abbiamo sentite tutte in questi anni: punto di incontro, luogo di scambio, shopping



(2) Domenico Salmaso

esperienziale, emotività. Cose belle, però bisogna far quadrare i conti! Non basta che la libreria sia funzionale, se poi arriva il cliente che chiede un libro appena visto in Rete e la libreria non ce l'ha subito disponibile, se ne va ad ordinarlo su Internet».



Conferma Alessandro Cioppi (libreria Coop Bologna): «Oggi il nostro vero concorrente è Amazon, cioè la vendita online, economica, veloce, semplice, che ti raggiunge ovunque. Le librerie del futuro, per resistere alla crisi, non possono essere generaliste, diventare anonime o fare battaglie sugli sconti».

E Giancarlo Coletti (libreria omonima in via della Conciliazione a Roma) precisa: «In Italia ci



sono 600 mila libri in commercio, di cui 50 mila religiosi.

Le librerie medie ne hanno in negozio 15 mila. Nonostante ciò i clienti pretendono di trovare subito i libri che cercano. La bravura del libraio dipende dall'assortimento, ma anche dal saper utilizzare l'informatica per costruire un proprio sito Internet, per sapere se un libro c'è nei magazzini dei distributori e in quanto tempo si può avere».

Lettori

Ma chi sono questi lettori? Le persone che entrano in libreria sono sempre le stesse o sono diminuite? Per Coletti «il numero di persone è mediamente simile, ma tutti spendono di meno, sia gli italiani che gli stranieri. Si reagi-

sce con la specializzazione, l'attenzione al cliente, la velocità nella risposta».

Galla sottolinea che abbiamo perso i lettori forti, quelli che leggevano più di 12 libri l'anno e ora ne leggono di meno. «Il problema vero è che in Italia il libro non viene apprezzato. Comprarsi uno o due buoni libri oggi costa meno di una pizza. Invece i genitori preferiscono mettere in mano ai ragazzini un cellulare da 500 euro, mentre il libro sembra sempre che costi troppo!».

Va controcorrente Cioppi, orgoglioso dei risultati positivi della sua libreria di catena: «La gente compra se trova il libro che cerca e l'emozione giusta, perché il libro è ancora un bene fondamentale per la crescita personale, la cultura, la formazione. I dati positivi di vendita del libro per ragazzi dimostrano che per le famiglie il

Le librerie sul territorio sono presidi culturali, che organizzano attività con le scuole, eventi, incontri, dialogo con la gente.

libro è ancora un valore, indispensabile da avere subito in casa fin da piccoli».

Digitale

Negli ultimi anni si registra una crescita del libro digitale, che qualcuno teme faccia concorrenza al cartaceo. «Un po' alla volta arriveremo ad un bilanciamento, come negli Usa – ribatte padre

Gulliano Piva (libreria Ancora in via della Conciliazione a Roma) –. Certi libri vanno presi in mano, il cartaceo rimarrà sempre. Ci sono libri eterni, come nella sagistica, o pensiamo alla povera gente, quelli che vogliono qualcosa di Chiesa, una preghiera da tenere in mano, un testo a colori per i bambini. Il libro c'è ancora e ci sarà».

È d'accordo Luciano Sammaritano (libreria Dehoniana Bologna): «Le nuove tecnologie non sono una minaccia, possono convivere col libro cartaceo. Anche i giovani, quando studiano, chiedo-



no il testo cartaceo su cui prendere appunti. Bisogna stare al passo con le tecnologie, ma più importante è presentare bene i testi alle persone. È il libraio che deve migliorare nel rapporto col cliente».

Emozione

Cioppi prova a delineare un profilo della libreria ideale oggi: «Negli ultimi anni il mercato ha inseguito la cosiddetta vendita



Domenico Salvasso

Hanno ancora senso le librerie religiose?

Nel dibattito sulla crisi dell'editoria, un interesse particolare merita la questione della sopravvivenza delle librerie cattoliche specializzate. Riportiamo alcune voci complementari.

«È vero che tante librerie religiose hanno chiuso - afferma padre Piva (libreria Ancora di Roma) -, ma se vado in una libreria laica, per il settore religioso trovo solo pochi testi, magari astrologia e new age. Invece bisogna essere competenti, se ti fanno domande teologiche bisogna saper rispondere, e il computer non può farlo. Se le librerie religiose muoiono, non ci sarà più questo canale. Da noi si sente a casa sia il cliente saltuario, sia i turisti (l'oggettistica ci aiuta a stare a galla), sia il clero e i vescovi che vengono anche dall'estero magari una volta l'anno e ci conoscono, vogliono sapere, trovare argomenti, si aspettano un suggerimento e una risposta su tutto. Anche pastoralmente, anche sulla teologia. Vengono gli incaricati delle case religiose e gli studenti delle varie università (come Cattolica e Urbaniana), sicuri di trovare i loro testi. Qui entra il mondo intero».

Secondo Alessandrini (Edizioni Dehoniane Bologna) «questa crisi cambierà il quadro. Si può reagire facendo quello che si è sempre fatto, oppure si può tentare di fare cose nuove. L'editoria cattolica, non solo in Italia, ha in genere due destinatari: coloro che cercano conferme e libri rassicuranti e coloro che desiderano farsi interrogare da idee e proposte originali, che talvolta vengono accolte anche nelle librerie laiche. In molti Paesi europei sia i libri religiosi che i libri laici condividono lo stesso spazio fisico, mentre in Italia paghiamo il prezzo di una storia che ha lasciato, anche sul piano accademico, la teologia ai preti e tutto il resto ai laici. Il risultato, spesso, è una diffidenza che non ha arricchito nessuno. Servirebbe superare i reciproci pregiudizi e valutare i libri sulla base di qualità, serietà, capacità di coinvolgere, far discutere, far ragionare».

Ribatte Coletti (omonima libreria di Roma): «Specializzazione significa conoscere il proprio settore. Si vede di quanto faticano le case editrici cattoliche (Ancora, Studium, Morcelliana, La Scuola) che sono passate ai distributori laici i quali non capiscono granché cosa ordinare. Bisogna conoscere il settore per scegliere i libri e dare consigli ai clienti».

Conclude accorto Sammaritano (libreria Dehoniana Bologna): «Quando una libreria religiosa ha dietro una comunità, una casa editrice, un movimento che la sostiene, magari fa dei tagli, cerca ambienti più piccoli, ma rimane. Se invece chiude, come è successo in alcune piccole città qui in Emilia, è un disastro, muore un pezzo di cultura, è come un tumore che bisogna curare. La nostra società non può farne a meno».

“verticale”: pochi titoli in grandi quantità. Ma questo sistema non porta da nessuna parte. Invece noi abbiamo un assortimento ampio, quindi “orizzontale”: non ci interessa avere tutte le novità, quanto invece il catalogo delle edizioni importanti, irrinunciabili per una libreria. Senza dimenticare i best-seller, che però da soli non sostengono la crisi. E poi c'è l'ambiente: la libreria deve essere un luogo emotivo, “un vizio”. Per il lettore ci deve essere un ammiccamento con quel luogo e quel libraio. La mattina, quando apriamo, deve essere tutto a posto e apparecchiato come quando invitiamo le persone a cena a casa nostra. Solo il valore dell'accoglienza può battere la concorrenza di Amazon». A proposito di inviti a cena, dentro la libreria Coop c'è anche uno spazio per pranzare con Eataly. Spiega Cioppi: «Una libreria deve avere buoni libri e buon personale; se poi c'è anche chi fa la pizza non è un problema. Ovviamente bisogna fare attenzione: Eataly non è un bar qualsiasi, ma un partner internazionale che lavora su un livello di qualità».

Sconti

Uno dei dibattiti più accesi è sugli sconti e sull'attuale legge. «Il calo del prezzo medio dei libri è buono per il pubblico, ma non per editori

e librai. Sarebbe meglio fare prezzi bassi, ma senza sconti – chiarisce Coletti -. Speriamo almeno che regga la legge attuale, che stabilisce lo sconto massimo. Se venisse abrogata, come qualcuno vorrebbe, aumenterebbe la crisi delle librerie, perché il pesce grande, Amazon, mangerebbe tutti i piccoli: per due o tre anni potrebbe andare sotto costo, ammazzare tutti e poi riaumentare i prezzi. C'è una tale disparità di fatturato che non c'è partita; in più Amazon non paga le tasse come noi piccoli, perché ha sedi legali in luoghi dove le imposte sono meno onerose. Non è una concorrenza leale.

La legge attuale va mantenuta».

Coletti ricorda che «tante librerie stanno già chiudendo e alla fine resterà un nocciolo duro di librerie ed editori. Arrivano però segnali da Usa, Inghilterra e Francia che indicano un ritorno alla libreria di quartiere specializzata: la gente si stufa di fare acquisti anonimi via Internet, vuole il contatto con un vero libraio. Amazon o Ibs possono darti tutti i libri che vuoi, ma il contatto umano è difficile crearlo via Internet. Per cui aumentano le librerie che fanno presentazioni, creano un circolo di clienti con contatto umano e conoscenza della letteratura. Bisogna trovare nuo-

ve soluzioni, inutile piangersi addosso».

Presidi culturali

Galla, dalla sua posizione di presidente Ali, ha un'ampia visibilità sulla criticità della situazione: «Se continua così, il tessuto commerciale diffuso sparirà, ma un paesaggio urbano senza librerie è un paesaggio povero. Stiamo cercando di far riflettere il governo su questo: servono sgravi fiscali, anzi detrazioni (cominciando con la scolastica), per la gente che va in un negozio fisico. Le librerie sul territorio sono presidi culturali, si fanno attività con le scuole e con gli autori, si organiz-

zano incontri, eventi, c'è il rapporto personale di conoscenza e dialogo con la gente. Quando una persona entra in libreria, spesso fa un suo percorso, viene attratta dai libri che, come si sa, "chiamano" il lettore. Quante belle sorprese si trovano in libreria: tutto questo un algoritmo non lo fa. È assurdo che lo Stato sostenga le spese della palestra e non della lettura, è un tema di cultura, di civiltà. In Parlamento stanno mettendo insieme un progetto di legge sulla promozione della lettura, ma non basta: bisogna anche salvare le librerie! I librai cercano di resistere, ma non lasciateci soli».

Giulio Meazzini

