

Libro digitale, apocalittici e integrati

IL SEMINARIO DELLA SCUOLA PER LIBRAI: NEL 2012 MERCATO IN CALO DELLO 0,4 PER CENTO

di **Antonio Armano**

James Daunt, libraio indipendente inglese cui il magnate russo Aleksander Mamut ha affidato la guida della catena Waterstone's, propone d'usare un nuovo indicatore, il Cpi (*Cigarette performance indicator*): "Librai contate le cicche di sigarette davanti alle vetrine per capire se la gente si ferma a guardarle". Nella giornata conclusiva del 29esimo seminario della scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri, si sono alternate visioni rasserrenanti ad altre più cuppe, tra le mura dell'ex convento benedettino dell'isola veneziana di San Giorgio. Nella laguna non si naviga a vista ma non ci sono certezze. Il timone del confronto internazionale è stato tenuto sulla rotta generale dell'editoria e non solo su quella particolare dei librai. Per quest'ultimi sarebbe più difficile trovare conforto sul lungo periodo anche se Daunt dice: le librerie possono vendere pure ebook.

VENDERE ebook in libreria? "Bè - dice **Stefano Mauri**,

del gruppo **Mauri Spagnol** - non è un discorso campato in aria. Il conto corrente su Internet ha costi di gestione più bassi ma io preferisco quello tradizionale, preferisco avere una persona in carne e ossa di fronte a me. Le librerie possono aprirsi un sito e vendere ebook. Se ci sono problemi per scaricarli mi rivolgo al libraio. Questo vale a maggior ragione per gli enhanced books (*libri che sono vere e proprie applicazioni con contenuti multimediali*, ndr). Un libraio ti può spiegare come utilizzarli al meglio". Una lezione di strategia evolutiva che viene da un paese, la Gran Bretagna, dove prima le catene hanno cannibalizzato le librerie indipendenti (ora al 3 per cento del mercato), poi i supermercati hanno cannibalizzato le catene e i siti - Amazon su tutti - stanno assumendo infine una posizione dominante. Venendo all'Italia, Angelo Tantazzi ha presentato le previsioni per il 2012, con una perdita dello 0,4 per cento. Per la prima volta il libro viene toccato dalla crisi. "Per me è stato fin troppo ottimista - dice Mauri - Durante la crisi del 2009 i libri non hanno sofferto, come se la gente, invece di viaggiare o uscire a cena, si fosse dedicata alla lettura, ma ormai il fondo del barile è stato raschiato". "Il sistema ci vuole tristi, ma bisogna essere allegri per resistergli": Dominique Burgois, delle Editions Burgois, ha concluso citando Deleuze. Frase che è piaciuta anche a chi non ha condiviso i suoi toni un po' luddisti: "Il digitale rischia di mettere in pericolo la dinamica democratica di accesso alla cultura, sta a noi accompagnare al meglio le nostre scelte editoriali, proteggere i diritti d'autore". Punti di vista diversi, contrasti non smussati da una retorica fiducia nel libro in sé Joerg Pfuhl, già amministratore delegato della Random House Deutschland, vede nel digitale una opportunità di percorso, non un'alternativa a somma zero tra apocalittici e neomani: anche per promuovere i libri prima ancora che "le vendite digitali diventino importanti", perché "la rivoluzione digitale trasformerà l'intera industria editoriale dalle fondamenta... ma sarà per tappe".

LA PROMOZIONE, anche

attraverso social network, è stata il fattore che ha fatto premiare Barbara e Francesca Pieralice, sorelle che riescono ad attirare un piccola folla nella libreria del centro commerciale I granai (Roma). Perché, mitizzare il passato? Mauri racconta di quando faceva la gavetta e lo mandarono a Voghera, in una cartolibreria per proporre il catalogo scolastico, e la commessa lo fece attendere dicendo: "Chiedo alla titolare se può riceverla". E poi: "La titolare ha detto che non c'è". Grettezza surreale da provincia lombarda. Ha fatto discutere la proposta dello scozzese Jamie Byng, l'editore di Julian Assange, maestro nell'arte di inventarsi forme di promozione come la World Book Night in cui vengono regalate montagne di libri al pubblico che si impegna a farsene promotore. "Diseducativo regalare libri" dice qualcuno. Ma pare che i titoli abbiano incrementato le vendite. Un'istigazione al famoso passaparola che smuove le classifiche e quest'anno si estenderà a Germania e Stati Uniti, e l'anno prossimo all'Italia, magari coinvolgendo le scuole. Per creare lettori militanti.

