



LE LIBRERIE VINCONO CON L'ECCELLENZA

Lezioni per il futuro. James Daunt, forse il più noto libraio del mondo, spiega come le librerie fisiche stanno acquisendo spazi di mercato tornando all'antico: competenza del team, proposta, servizi, passione. Non è solo questione di prezzi

di **James Daunt**

L'editore e libraio Alberto Ottieri sottolinea, a commento delle statistiche del mercato librario italiano, che le librerie stanno incrementando le vendite e conquistando quote di mercato. Lo stesso fenomeno si riscontra anche nella maggior parte degli altri mercati europei. I librai iniziano il 2025 talmente in buona salute da far credere addirittura che stanno "vincendo la partita". Poiché gli avversari di questa partita sono il gigante Amazon e tutto ciò che offre il mondo moderno per distrarre le persone dalla lettura, l'affermazione è a dir poco audace.

In realtà, come si è visto nel Regno Unito e negli Stati Uniti, sta già accadendo da molti anni. In generale la gente preferisce acquistare libri in una buona libreria, se è facile da raggiungere. Con "buona" si intende una libreria che ha una buona cura dell'assortimento, una buona presentazione, buon supporto da parte delle categorie non-book, un buon coinvolgimento della comunità, in particolare attraverso l'organizzazione di eventi; e soprattutto un buon servizio da parte di buoni librai. Insomma, si tratta di vendere libri come si faceva una volta.

Quando le librerie sono tornate a concentrarsi su questi servizi "alla vecchia maniera", il loro andamento si è prima stabilizzato e poi è migliorato, resistendo a tutte le contromosse di Amazon. E nel Regno Unito, le contromosse di Amazon sono state tante, da tempistiche di consegna in-

credibilmente rapide a prezzi bassissimi: nel mondo anglosassone non esiste alcuna legge che li limiti. Un libro su Amazon costa dal 25% al 50% rispetto alla libreria. Un e-book costa ancora meno. Spesso un libro si trova in vendita su Kindle a un prezzo pari a un decimo rispetto alla libreria. Ciononostante, le librerie – quelle vere, quelle in cui si entra – dal 2016 hanno continuato a guadagnare quote di mercato, aumentando in numero e in redditività.

Negli Stati Uniti è evidente la stessa tendenza. Le librerie indipendenti si sono risvegliate prima della pandemia e hanno iniziato a espandersi. Dal 2021 il fenomeno riguarda anche le librerie di catena. Nel 2024 Barnes & Noble ha aperto oltre 60 nuove librerie, più di quante ne avesse aperte in tutti i 15 anni precedenti messi insieme. Questa esplosione di vigore è supportata da una base di clienti che ha riscoperto la lettura durante la pandemia e, cosa ancora più importante, ha abbracciato l'idea che i libri si possono scoprire meglio in una vera libreria. Inoltre, mentre la generazione più anziana teme che gli iPhone, i social media e tutte le altre distrazioni moderne possano distruggere la lettura, sono proprio i giovani, soprattutto gli adolescenti, ad affollare le librerie.

Lo scorso fine settimana, dopo aver vinto la sua partita agli Australian Open di tennis, la ventenne Coco Gauff ha scritto sull'obiettivo di una telecamera televisiva "RIP TikTok USA" e ha disegnato un cuore spezzato, tutto molto tipico della Gen Z. Poi ha detto alla telecamera: "Leggerò più libri". La più grande piattaforma social media rivolta alla sua ge-

nerazione è sinonimo di libri e lettura, e la messa al bando di TikTok negli Stati Uniti non fermerà il loro entusiasmo nel pensare e nel parlare di libri. Centinaia di persone questo martedì a mezzanotte faranno la fila fuori dalle librerie per la pubblicazione di *Onyx Storm* di Rebecca Yarros. Sono tornati i tempi di Harry Potter.

Questo vuol dire per le librerie "vincere la partita". Se tuttavia non sapranno mantenere un livello di eccellenza vera, i loro clienti risponderanno al richiamo di Amazon. Sia nel Regno Unito che negli Stati Uniti, recentemente sono fallite alcune librerie storiche. Nel Regno Unito Foyles e Blackwell's hanno rinunciato alla loro indipendenza, così come recentemente anche la grande Tattered Cover di Denver negli Stati Uniti.

Una buona libreria racchiude una fragile magia. Questa magia può essere definita. Dipende dalle competenze, dalla passione e dall'impegno professionale dei librai. Il valore di una libreria, in definitiva, dipende dal suo team di librai, dalle interazioni dei clienti con librai intelligenti e devoti che rendono il libro acquistato in una libreria un prodotto molto migliore rispetto allo stesso libro acquistato su Amazon. Per questo è essenziale investire nella formazione e nello sviluppo dei librai. Si dà il caso che in nessun posto al mondo ciò accada meglio che in Italia. I librai vengono, come me ogni anno, alla Scuola per Librai Umberto e **Elisabetta Mauri**, per l'ispirazione e l'apprendimento che offre. Se le librerie vogliono continuare a vincere la partita, possono farlo solo padroneggiando l'arte di vendere i libri.

(traduzione di Sonia Folin)

MIA Photo Fair BNP Paribas. Lori Nix, «Library», 2007, Milano, Superstudio Più, dal 20 al 23 marzo



COURTESY PACI CONTEMPORARY GALLERY (BRESCIA-PORTO CERVO, IT)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



003004