

La parola al libraio

Quando sono gli editori ad ascoltare: speed date a più voci su temi cruciali per il futuro del libro.

Al Publishers Centre, mini-tavoli di confronto tra editori e librai per ribaltare il punto di vista e rinsaldare la filiera.

In un mondo editoriale sempre più complesso, servono occasioni autentiche per rimettere al centro la relazione. “La parola al libraio” è un ciclo di incontri informali in cui **uno o due librai esperti dialogano con piccoli gruppi di editori** su prenotazione (massimo 10), affrontando temi chiave del lavoro quotidiano in libreria. A prendere la parola è il libraio, a mettersi in ascolto è l’editore. Non una presentazione, ma un confronto aperto: per capire meglio bisogni, criticità, visioni, e trasformare la relazione in alleanza.

Niente pitch, niente presentazioni: qui si ascolta. Per capire, migliorare, collaborare.

Giovedì 11.30-12.00

Leggere a scuola: cosa funziona davvero?

Come si muovono oggi i librai nel dialogo con le scuole sul territorio? Quali sono le richieste degli insegnanti, le criticità più ricorrenti, le formule che funzionano meglio nella promozione della lettura tra bambini e ragazzi? Un’occasione per gli editori di ascoltare dalla viva voce dei librai cosa accade nelle aule e come costruire percorsi editoriali davvero efficaci e sostenibili che possano sostenere efficacemente il libraio nella sua attività.

Giovedì 12.00-12.30 e Venerdì 12.00-12.30

Eventi che funzionano: come e perché?

Non tutte le presentazioni portano pubblico, non tutti i festival costruiscono relazioni solide con le librerie. Ma quando funziona, cosa funziona davvero? Cosa chiedono i librai agli editori (e agli uffici stampa) per rendere un evento efficace, ben comunicato e ben frequentato? Un dialogo diretto per ripensare insieme la filiera dell’evento culturale.

Giovedì 12.00-12.30 e Venerdì 12.30-13.00

Distribuzione: la catena spezzata

Ritardi, titoli mancanti, cataloghi disallineati, resi complicati: il nodo distribuzione resta una delle spine nel fianco della filiera. Ma cosa vedono i librai dalla loro parte del banco? Quali sono le esigenze concrete, le soluzioni creative, i fornitori più affidabili? Un confronto per capire come l’editore può agire (o reagire) in modo strategico.

Giovedì 14.30-15.00 e venerdì 14.30-15.00

Novità e catalogo: una questione di equilibrio

Quanti titoli può davvero sostenere una libreria? Come si lavora sul catalogo nel tempo? Il dietro alle quinte della selezione del libraio, tra limiti di spazio e tempo e scommesse a lungo termine. Un'occasione per gli editori di riflettere su come accompagnare davvero i propri libri in libreria, anche dopo il primo mese.

Giovedì 16.30-17.00

Università e librerie: due mondi separati?

I testi universitari trovano sempre meno spazio in libreria, ma ha davvero senso rinunciare a quel mercato? Cosa chiedono i librai agli editori accademici? E cosa serve perché quei titoli trovino un pubblico più ampio, fuori dai circuiti istituzionali? Un confronto senza pregiudizi per esplorare le possibilità di rilancio dell'editoria universitaria.

Giovedì 16.00-16.30 e venerdì 12.30-13.00

Marketing editoriale: sinergia o cortocircuito?

Sconti, bundle, contenuti social, iniziative online: le strategie di marketing editoriale spesso non si integrano (o addirittura contrastano) con il lavoro dei librai. Ma esistono formule vincenti per tutti? I librai raccontano esperienze e percezioni, offrendo agli editori uno specchio critico e propositivo per ripensare le proprie scelte promozionali.

Giovedì 16.00-16.30 e sabato 12.00-12.30

Giovani lettori, nuove sfide

Manga, webcomic, young adult, fenomeni virali: i giovani lettori sono una comunità sempre più vivace ma difficile da intercettare. Cosa può fare una libreria per accoglierli? E come può l'editore supportarla? Un confronto aperto su come affrontare le nuove letture e le nuove estetiche, valorizzando la dimensione multiculturale del mercato.

Giovedì 16.30-17.00 e venerdì 12.30-13.00

Un'alleanza possibile

Il patto di fiducia tra editore e libraio è spesso evocato, ma raramente praticato. Come si costruisce una relazione che funzioni, anche oltre la singola promozione o uscita? I librai raccontano i segnali positivi che li fanno "credere" in un marchio editoriale. Un incontro per uscire dalla logica della prestazione singola e aprire a una strategia di lungo periodo.

Per l'iscrizione compila questo form <https://tinyurl.com/ztpewux8>