

# MERCATO DEL LIBRO OTTIMISTI CONRISERVA

Il settore delle vendite registra una crescita rispetto allo scorso anno anche se permangono alcune difficoltà

L'esperienza di Piero Piperno con *Spazio Sette*, la sua attività nel centro di Roma

di **Francesca Cutolo**

**I**l settore del libro, si sa, non sta affatto bene. Ma ultimamente si intravedono all'orizzonte degli spiragli di ripresa. Lo stato di salute lo certifica l'Istat, che fotografa l'andamento degli ultimi 10 anni delle oltre 4.000 librerie presenti in Italia. Analizzando i dati, notiamo che, dal 2012 al 2021, c'è un calo del 5% che si sta però riducendo negli ultimi due anni, considerando che le librerie stanno aumentando come numero di imprese e come unità locali. C'è vita tra gli scaffali, lo conferma anche l'Osservatorio delle librerie 2023, realizzato da ALI Confcommercio e Format Research.

La ricerca mostra la tenuta del mercato del libro con una crescita a valore per l'anno scorso dell'8%, secondo l'Associazione Italiana Editori (AIE), con il 58% delle librerie che ha visto



Paolo Ambrosini, presidente di ALI Associazione Librai Italiani aderente a Confcommercio

aumentare, nel primo semestre del 2023, la clientela e la vendita di libri rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Buone notizie, quindi? Sì e no. Per Paolo Ambrosini, presidente di ALI, Associazione Librai aderente a Confcommercio, l'ottimismo c'è perché si intravede una ripresa della rete delle librerie, anche se non vanno ignorati alcuni segnali preoccupanti: «Questi dati - spiega Ambrosini a 50&Più - dicono molto della bontà della Legge sul libro e dei provvedimenti che ne sono seguiti che, ahimè, con l'ultima finanziaria purtroppo sono stati

azzerati. Poi si aggiungono le problematiche inerenti all'aumento dei costi fissi e le difficoltà, in alcuni casi, ad ottenere finanziamenti». La speranza è che «il Governo e il Parlamento comprendano che quella del libro è la principale industria culturale del Paese, garantisce occupazione, contribuisce al benessere diffuso e per questo merita attenzione, al pari degli altri comparti e al resto del mondo della cultura». Intanto a contribuire ad infondere vivacità nel settore è il successo della Scuola Librai Italiani, che quest'anno darà il via al suo 18° corso di alta formazione in Gestione della Libreria. «Lavorare in libreria è una cosa molto affascinante e molto romantica - ci dice Aldo Addis, il direttore della Scuola - ma non bisogna dimenticare che la libreria è a tutti gli effetti un'attività commerciale e come tale va gestita. Per questo la nostra Associazione Librai ha fondato nel 2006 questa scuola che offre corsi in Gestione della Libreria, con la direzione scientifica della cattedra di Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia». Quasi tutti i giovani allievi alla fine del percorso trovano lavoro come librai, oppure riescono ad



aprire una loro attività, come nel caso di Piero Piperno, romano trentaquattrenne che assieme ad altri tre allievi della scuola, dopo 4 anni dal diploma di libraio, non solo ha coronato il suo sogno, ma è andato ben oltre, come racconta lui stesso: «Io sono sicuramente un fortunato. Ho fatto della mia passione il mio lavoro. Sono cresciuto in mezzo ai libri. Anche mia mamma per un periodo della sua vita - quando io ero piccolo - ha lavorato in una libreria. Il mio locale, *Spazio Sette*, è in pieno centro a Roma, è molto grande e sono riuscito a coinvolgere nella mia avventura altri tre compagni del mio corso». Ovviamente anche per Piero ci sono stati ostacoli lungo il suo percor-

so, soprattutto - spiega - a livello burocratico: «Mille problemi, lacci e lacciuoli, per così dire, per autorizzazioni per aprire l'attività anche perché la mia non è solo una libreria, ma ospita all'interno un bar e un paio di sale per ospitare eventi». Qual è il segreto per stare al passo e rimanere sul mercato? Piero non ha dubbi: «Mai fermarsi: la libreria è un'attività che deve sempre essere in movimento. Ogni mattina io e i miei collaboratori ci chiediamo: cosa ci inventiamo oggi? Cosa proponiamo alla nostra clientela? Sicuramente i libri che vendi devono essere di qualità e di catalogo ma non puoi pensare di fare solo attività strettamente di vendita». È proprio così. Da tempo basta passeggiare per le strade delle nostre città che ci appaiono i nuovi volti delle librerie con angoli di lettura e relax, salottini per incontri con l'autore ed eventi culturali, area bar e ristoro: tutte cose che tendono a coinvolgere e coccolare la clientela. Per la salute del libro e delle librerie molto fanno anche i social network. Pensiamo al successo di «BookTok», il fenomeno culturale nato in piena pandemia che vede una comunità virtuale di lettori che discute di nuovi autori, consigli di lettura e recensioni. È d'accordo anche Piero che però ci racconta come, nel suo caso, siano i social degli altri a portare risalto alla sua attività: «I social sono fondamentali per il nostro lavoro. Per quanto ci riguarda avviene, ad esempio, che le singole persone di un gruppo di lettura che ospitiamo fisicamente in libreria, magari autonomamente, si metta a postare video e fotografie di un nostro evento o del locale stesso. Creando curiosità e movimento sul web, spesso anche con momenti di confronto su letture e proposte varie. Sicuramente ci aiuta anche Minerva, il nostro gatto, che gira tra gli scaffali e i banconi della libreria. Molte delle foto dei clienti sono per lui e di conseguenza contribuiscono a far parlare di noi».



Sopra e in alto, libreria *Spazio Sette*