la Rassegna.it
Fondata nel 1906

3 Marzo 2017

# I librai confermano Botti. «Contro la crisi della lettura facciamo appassionare i più giovani»

Secondo mandato al vertice del Gruppo Ascom, che ad aprile in Città alta organizza la prima edizione di una rassegna per bambini e ragazzi. «Un'altra sfida cruciale per il settore è l'e-commerce»

Da sinistra, il segretario dei Librai Ascom, Giorgio Lazzari, il presidente Cristian Botti e la vicepresidente Laura Togni

Sarà ancora **Cristian Botti** a guidare il Gruppo Librai Ascom. Botti, classe ’72, titolare di Mondo Ufficio di Almenno San Salvatore, è stato confermato, per il secondo mandato, alla presidenza del sodalizio che raccoglie librai, cartolai e fornitori di materiali per ufficio.

L’elezione per acclamazione – ieri sera nella sede di via Borgo Palazzo – è nel segno della continuità anche per quanto riguarda il Consiglio direttivo, con **Laura Togni** della Libreria Fantasia di Bergamo che è stata eletta alla vicepresidenza, **Roberto Cecchinelli** della Libreria Mondadori Le due Torri di Stezzano, **Andrea Castelli** della Alceste Castelli Srl, **Pierino Bacis** della cartolibreria Pierrot e **Claudio Calzana** della Buona Stampa, tutte attività con sede a Bergamo.

Botti, una laurea in Economia e Amministrazione delle imprese all’Università di Bergamo, è anche funzionario in una società di servizi.

Il Gruppo si presenta con un progetto inedito: la prima edizione di una rassegna dedicata ai bambini e ai ragazzi. «In città non c’era una proposta libraria di qualità per la fascia dai 6 ai 13 anni, così abbiamo deciso di raccogliere questa sfida e di creare un’iniziativa da far crescere negli anni il piacere per la lettura – spiega Botti -. L’appuntamento sarà sabato 8 e domenica 9 aprile in Città Alta e verrà presentato a Lilliput nei prossimi giorni. Per ora saranno coinvolte solo le librerie ma l’obiettivo per il 2018 è di coinvolgere anche le cartolerie».

In un momento in cui i lettori scarseggiano (secondo i dati Istat oggi solo 4 italiani su 10 leggono, l’Italia è all’ultimo posto in Europa come numero di lettori), l’obiettivo del gruppo è far crescere lettori attenti, curiosi e interessati e di mostrare loro che oltre Geronimo Stilton, Harry Potter e Peppa Pig (i più venduti), ci sono altri libri bellissimi da leggere. «Le proposte saranno tutte di spessore e saranno fatte in ambienti e con modalità suggestive perché la lettura per loro sia un’esperienza da ricordare quando saranno adulti» anticipa Botti.

Un’altra novità del progetto sono le collaborazioni: alla rassegna parteciperanno anche il Museo di Scienze naturali di Bergamo, che apre per la prima volta i suoi spazi a un’iniziativa esterna, e il sistema bibliotecario. «Da diversi anni collaboriamo con Nati per Leggere – ricorda il presidente -. Facciamo rete, coinvolgendo le biblioteche. Non le abbiamo mai viste in contraddizione con il nostro lavoro, ma come partner. Le biblioteche come le librerie sono luoghi di diffusione della cultura».

Per i librai sono anni non facili: oltre ai bassi indici di lettura, ci sono gli e-book e i canali di vendita alternativi alla libreria, primo tra tutti Amazon. Nella Bergamasca nell’ultimo anno il numero delle librerie e cartolerie è sceso da 282 a 272 con una diminuzione del 3,5%; in città da 60 sono scese a 59, secondo un trend negativo che in tre anni ha fatto chiudere 27 attività (-9%) di cui ben 5 in città.

«In questa fase ancora di più dobbiamo rispondere con professionalità e competenza – asserisce Botti -. Il compito del libraio è dare un valore aggiunto ai libri, un valore che va ben al di là del prezzo di copertina o delle spese di spedizione. Oggi i librai che non sono in una location di forte passaggio, se vogliono lavorare devono cucirsi addosso una propria dimensione specializzata, instaurare un rapporto diretto con il cliente e abbracciare tutte le forme artistiche, da mostre a letture di poesia». «Una sfida cruciale per la categoria – sottolinea – è rappresentata dall’e-commerce. Si fanno sempre più ordini da smartphone e tablet, anche per piccoli articoli di cancelleria. I punti vendita tradizionali si stanno attrezzando per sbarcare sul web: le realtà più grandi hanno un sito di e-commerce, i negozi più piccoli raccolgono ordini via internet e si sono attrezzati con pacchi e spedizioni».