

12 Marzo 2013

## «I libri? Promuoviamoli dal parrucchiere»

Corsi per allestire negozi e vetrine ed eventi sono i primi punti del programma del Gruppo, che ha come obiettivo «riqualificare le attività e riavvicinare i consumatori alle librerie e cartolerie tradizionali». Botti: «Una delle idee è coinvolgere trasversalmente altre categorie»



È una “famiglia allargata” quella che presiede Cristian Botti. Dallo scorso aprile, infatti, il Gruppo Ascom che riunisce le librerie e le cartolerie bergamasche ha ampliato il suo raggio di azione alle forniture per ufficio, integrando la rappresentanza, le competenze e le visioni.

Classe 1972, una laurea in Economia e Amministrazione delle imprese all’Università di Bergamo da studente lavoratore, Botti ha avviato nove anni fa insieme ad un amico Mondo Ufficio ad Almenno San Bartolomeo, negozio in franchising di cartoleria, arredamento e forniture per ufficio. È anche funzionario in una società di servizi, mentre a livello associativo è stato vicepresidente del Gruppo Giovani Ascom per due mandati ed ha assunto dallo scorso anno la guida dei librai, succedendo a Paolo Rossi, della storica libreria di via Paglia in città, che ha chiuso i battenti. Sintetizza gli obiettivi del quadriennio nella «riqualificazione delle attività, nella ricerca cioè di strumenti e iniziative che portino novità, accendano l’interesse e riavvicinino ai consumatori le librerie e le cartolerie tradizionali».

Per farlo ha già stilato una scaletta. «Linea guida di fondo - dice - è sviluppare il raccordo con le associazioni di categoria nazionali di riferimento, ossia l’Ali per i librai, Federcartolai e Fenaca, la Federazione dei distributori all’ingrosso di articoli di cancelleria, attraverso le quali anche piccole realtà non troppo strutturate possono partecipare a progetti coordinati o accedere a convenzioni, avere insomma a disposizione delle opportunità che da sole non riuscirebbero ad ottenere».

L’attenzione è puntata, in particolare, su librerie e cartolerie. «In questo momento di crisi - spiega - sono loro a soffrire di

più del calo del fatturato, rispetto al settore delle forniture per ufficio dove operano generalmente aziende di maggiori dimensioni, che hanno perciò più possibilità di ampliare la gamma dei servizi per compensare la flessione del mercato». Tra i progetti che potranno essere lanciati per primi ci sono corsi di formazione. «Pensiamo ad esempio a lezioni specifiche per il settore su come allestire il negozio e le vetrine in modo da renderli più invitanti e in linea con le esigenze di oggi - anticipa -, un'occasione per orientarsi al marketing e introdurre delle novità nell'impostazione supportate da regole precise». Un altro punto su cui si può intervenire in tempi brevi sono gli eventi. Se è vero, infatti, che la lettura non è tra le attività preferite dagli italiani (come dimostrano statistiche e classifiche) è anche vero che i libri offrono infinite possibilità di costruire - anche in maniera semplice - incontri, iniziative, manifestazioni, che possano contribuire a rafforzare la schiera degli appassionati e portare l'attenzione sulle librerie. «Può essere la serata per presentare una nuova uscita - spiega Botti -, una rassegna di lettura a tema e perché non pensare a coinvolgere trasversalmente altre categorie, dai pubblici esercizi al parrucchiere?». Un primo riscontro su questo versante il Gruppo l'ha avuto partecipando "Nati per leggere", manifestazione dedicata ai lettori di domani, ossia ai bambini fino a 6 anni. «È stata una proposta molto apprezzata - commenta Botti - non solo perché ha portato gente nuova in libreria ma perché è stato un primo passo verso il coordinamento e la promozione comune di iniziative. Un'esperienza che ripeteremo».

Un discorso analogo di ammodernamento si può fare per le cartolerie, «che possono diventare punti di riferimento per servizi nuovi, diversificando l'offerta, ad esempio proponendo stampe di grandi formati o la rilegatura delle tesi». Ma in programma ci sono anche interventi più strutturati. «C'è la possibilità, attraverso un finanziamento della Camera di Commercio che promuove l'innovazione - spiega Botti - di affidarsi ad un temporary manager che può analizzare, magari su un punto vendita preso come campione, gli elementi di forza e quelli da rivedere e valorizzare, estendendo poi i risultati agli associati. Con la cooperativa di garanzia Fogalco vogliamo anche promuovere un'azione di sostegno per il ripristino della liquidità, un problema soprattutto per chi deve fare i conti con i ritardi nei pagamenti da parte della pubblica amministrazione».

È dunque un'azione di rilancio su più versanti quella pianificata dal Gruppo, senza dimenticare il contesto competitivo. «Non dobbiamo nascondere - rileva Botti - che le librerie indipendenti continuano ad essere in una posizione svantaggiata rispetto alle catene, che ora stanno aprendo anche nei borghi. La nuova legge sul prezzo dei libri non ha infatti riportato in equilibrio le forze e i grandi gruppi, con promozioni o carte vantaggi, trovano comunque il modo per agire sulla leva degli sconti. Prendiamolo come un dato di fatto e una ragione in più per puntare con decisione su ciò che caratterizza le librerie indipendenti, ovvero il servizio, la professionalità di chi vende, che sa dare consigli, selezionare titoli, aggiornare lo scaffale e mettere in campo, come dicevamo, soprattutto idee».