

L'intervista

Stefano Mauri
“Il libro diventa
sempre di più
rifugio anti-crisi”

di **Paola Coppola**

Un libro a prova di virus. Per l'editoria è stato un 2022 d'oro, con vendite in crescita del 22% rispetto all'anno precedente. «Sotto il bombardamento del Covid, il libro è stato come un

rifugio antiaereo, conforto per tanti, strumento di informazione per altri», racconta **Stefano Mauri**, presidente e amministratore delegato dell'editore GeMS e vicepresidente di Messaggerie. **● a pagina 6**

Intervista / Dove eravamo rimasti

Stefano Mauri

“Il libro come un rifugio È la sua stagione d'oro”

— “ —

Anche i ragazzi, con il bonus cultura e poche opportunità di socializzare, si sono ritrovati tra gli scaffali

di **Paola Coppola**

Se il 2020 era l'anno della resistenza del libro, il 2021 è stato l'anno del rinascimento. Dodici mesi in cui le vendite hanno brillato: +22% rispetto a un anno prima e +15% rispetto al 2019 (dati Aie). Tutto questo mentre il Covid morde ancora, la cultura – dal teatro al cinema – soffre e vacilla, con tanti addetti ai lavori che restano a casa. «Sotto il bombardamento del Covid, il libro è stato come un rifugio antiaereo,



▲ L'editore **Stefano Mauri**

conforto per tanti, strumento di informazione per altri perché soddisfa due fondamentali bisogni umani, l'evasione e la comprensione» ragiona **Stefano Mauri**, presidente e amministratore delegato dell'editore GeMS e vicepresidente di Messaggerie.

Mauri, eravamo rimasti ai lettori di ritorno a causa delle chiusure, ci ritroviamo con una crescita dell'editoria a due cifre. Ci aveva detto: «Facciamo tesoro

Qui a Milano i lettori non sono aumentati, ma quelli “forti” ora leggono di più. Le librerie? Vincono con rapporti personali

— ” —

delle lezioni del lockdown per guardare avanti». Oggi di cosa si nutre e si nutrirà questa crescita?



Superficie 75 %

«L'alfabetizzazione digitale, alla quale il Covid ha costretto gran parte delle persone, le porta a spendere per uno dei beni più cercati anche in rete. Su Google Trend la parola libro supera in questo periodo "farmaco" o "caffè". E se accade è perché il libro vive dello scambio tra i lettori. Questo il suo segreto. Oggi, con l'effetto moltiplicatore dei social, è più che mai vera la frase di Joseph Conrad, che "un libro lo scrive per metà il lettore": il lettore cerca informazioni, parla dei libri con gli amici e compra di più. E infatti assistiamo non solo a una forte spinta dell'e-commerce ma anche al ritorno in libreria di un pubblico nuovo, quello dei giovani: il fenomeno più eclatante dell'ultimo anno».

Una sorpresa. Come è stata possibile?

«Nel 2021 c'è stata l'esplosione della vendita dei manga, con una crescita del 100% in libreria in parte a discapito di edicole e negozi di fumetti. I ragazzi si sono ritrovati con il bonus cultura e una ridotta socializzazione e hanno approfittato del momento per ampliare le loro collezioni prima in rete e poi in libreria. Il ritorno dei giovani tra gli scaffali andrà coltivato anche in futuro».

Perché?

«Se c'è traffico in libreria, si creano opportunità: se un ragazzo entra per un manga, è possibile che si avvicini alla letteratura illustrata e poi a quella fatta di parole. Anche perché – e qui torniamo all'anno d'oro del libro – oggi vanno molto il Metaverso e il virtuale ma un buon romanzo è ancora l'esperienza più virtuale che esista, che usa come utensili le immagini che hai in testa. Questo trovano e continueranno a

trovare nelle pagine i lettori che stanno premiando i libri comprandoli di nuovo: la possibilità di sentirsi altrove, e dimenticare gli aspetti tristi di questo periodo».

Complessivamente ci sono più lettori a Milano o chi legge lo fa di più?

«I lettori non sono aumentati, c'è chi è tornato e chi ha dovuto smettere soprattutto nelle famiglie più numerose a causa della Dad combinata allo smart working, come tra il personale sanitario in prima linea nelle cure. Chi legge, legge di più. D'altra parte probabilmente, il tempo recuperato con il lavoro da casa da alcune categorie, in futuro potrà ancora in parte essere dedicato alla lettura».

Il libro dato per morto si è rivelato uno strumento di estrema attualità. Cosa ne pensa?

«È una tecnologia antica ma moderna nei contenuti, sempre più richiesta dalle piattaforme di streaming che vogliono produrre film, ad esempio. Nel Pnrr si parla tanto di digitale ma non dimentichiamo che il principale mezzo di insegnamento a distanza resta il libro. Nonostante l'anno d'oro, l'Italia è ancora in Europa uno dei Paesi con meno laureati e con uno dei più bassi indici di lettura. Se si vuole fare un salto bisogna farlo attraverso la scuola. Qui a Milano abbiamo tanti lettori forti ma parte del Paese è esclusa dalla lettura».

E nelle librerie cambierà la geografia degli scaffali per andare incontro al nuovo pubblico?

«Le librerie sono già cambiate. Negli Stati Uniti, in Gran Bretagna e da noi hanno abbinato anche la vendita di giochi da tavolo e

generi che rispondono a un pubblico con una età media più bassa».

C'è stata la crescita delle grandi catene, ma le librerie di quartiere che premiano Milano come città a 15 minuti vivono un buon momento. Sono questo il modello a cui guardare?

«Di fronte a un e-commerce che offre due milioni di titoli vince chi offre la boutique, che sceglie quelli che valgono. Ci sono librerie eccellenti che in 500 metri quadri hanno quasi tutti i libri che contano. Tenderemo al modello americano delle librerie come centro culturale di una comunità, indipendenti, dove la differenza la fa il rapporto personale con il libraio».

La capacità di fare rete come chiave per gli eventi culturali funziona anche per i libri?

«Internet spinge i libri e non solo per l'e-commerce o lo scouting. In un mercato con 80 mila novità all'anno, consente a qualsiasi nicchia di conoscersi, identificarsi e socializzare. E torniamo al libro come strumento di scambio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



▲ **In libreria** Nel 2021 la pandemia ha aumentato del 22% le vendite di libri rispetto al 2020