



Università  
Ca'Foscari  
Venezia

Corso di Laurea  
in Economia e Gestione delle Arti e  
delle Attività Culturali

Tesi di Laurea

**L'Indipendenza delle  
Librerie Indipendenti:**  
Un Confronto tra Shanghai e Venezia

**Relatore**

Ch. Prof. Fabrizio Panozzo

**Correlatore**

Ch. Prof. Michele Tamma

**Laureanda**

Jiacheng Zhang

Matricola 860996

**Anno Accademico**

2017/2018



# Indice

Ringraziamenti-----	- 1 -
Introduzione-----	- 3 -
Capitolo 1 Le librerie scelte a Shanghai-----	11 -
1.1 Il contesto locale-----	11 -
1.2 Baixin Bookstore-----	13 -
1.3 Old China Hand Reading Room-----	23 -
1.4 Lu Ming Bookstore-----	29 -
1.5 Upper Bookstore-----	37 -
1.6 Confronto locale-----	45 -
Capitolo 2 Le librerie scelte a Venezia-----	49 -
2.1 Il contesto locale-----	49 -
2.2 Libreria Toletta-----	52 -
2.3 Libreria Mare di Carta-----	62 -
2.4 Libreria Acqua Alta-----	70 -
2.5 Libreria MarcoPolo-----	77 -
2.6 Confronto locale-----	88 -
Capitolo 3 Analisi generale-----	93 -
3.1 Il contesto internazionale-----	93 -
3.2 Confronto internazionale-----	97 -
Conclusione-----	103 -
Appendice-----	105 -
Bibliografia e sitografia-----	185 -



## Ringraziamenti

Per la realizzazione di questa tesi, devo ringraziare molte persone.

Innanzitutto, i titolari e il personale delle librerie, ringrazio la loro gentilezza e pazienza. Mi hanno fornito molti materiali preziosi e mi hanno dato molti pareri personali. Loro sono: Giovanni della Libreria Toletta, Cristina e Lara della Libreria Mare di Carta, Luigi e Lino della Libreria Acqua Alta, Flavio, Claudio e Sabina della Libreria MarcoPolo, Chen del Lu Ming Bookstore, Ling del Baixin Bookstore, Nikki del Upper Bookstore, e la responsabile del Old China Hand Reading Room.

Poi devo ringraziare il mio relatore, il Professore Fabrizio Panozzo. All'inizio avevo chiesto ad alcuni professori del mio corso, ma non ero riuscita a trovarne uno adatto, quindi ho cercato sul sito dell'università. La mia tesi riguarda il mercato cinese, perciò cercavo un docente che avesse uno sfondo correlato a questo tema e ho trovato il Prof. Panozzo, siamo andati d'accordo subito. Poi per coincidenza è diventato un insegnante del mio corso essenziale "Governo delle Organizzazioni Culturali" e insegna insieme al Prof. Tamma che è anche il mio correlatore. Anche se avevo già superato tutti gli esami e non ho potuto frequentare le sue lezioni, nel percorso della stesura della tesi, ho conosciuto il fascino della sua personalità: è umoristico, disponibile, riesce a integrarsi facilmente con i suoi studenti, ha una mentalità giovane, non bada alle piccolezze e i consigli che

mi ha dato non erano riguardo piccoli errori grammaticali, ma erano riguardo i punti chiave dell'argomento generale, grazie a lui ho tratto molti benefici.

Infine, ringrazio anche al mio correlatore, il Professore Michele Tamma e i miei amici: Chen Fengting, Cao Xue e Nicolò Basso. Mi hanno dato tanti consigli aurei e aiutato a correggere la tesi, grazie mille al loro entusiasmo e sforzo. Non sarei riuscita a terminare con successo questo difficile compito senza di loro.

Ringrazio sinceramente queste persone adorabili!

## **Introduzione**

In questa tesi, sto per discutere l'indipendenza delle librerie indipendenti, quindi l'essere della ricerca sarà: la ragione per cui le librerie mantengono l'indipendenza.

### **Cosa significa Libreria Indipendente?**

Per capire cos'è una libreria indipendente, dobbiamo precisare gli altri quattro tipi di libreria: la libreria fisica, la libreria tradizionale, la libreria di catena, e la libreria online.

Le librerie fisiche, come suggerisce il nome, sono quelle che esistono negli spazi fisici. Le librerie tradizionali indicano le librerie fisiche relativamente piccole che vendono i libri in un modo tradizionale e individuale. Le librerie di catena, fiorite dopo il 1990, sono caratterizzate da una gestione integrata dei canali d'acquisto, del magazzinaggio, del trasporto, e degli investimenti. Dispongono inoltre di una moltitudine di negozi sparsi sul territorio e di una clientela vasta. Una volta erano in testa delle vendite totali dei libri al dettaglio nei paesi sviluppati. Poi seguono le librerie online che grazie allo sviluppo di internet, offrono ai consumatori un'esperienza di consumo di libri più facile, economica, completa e flessibile rispetto a quella delle catene. Sono già diventate la forza principale del mercato di libri. Inoltre, ci sono anche le librerie aperte dagli istituti, per esempio, le università, le case editrici, le grandi imprese, gli stati, ecc. Per queste librerie, creare profitto o no non ha un'influenza diretta sulla loro sopravvivenza.

E allora, le librerie indipendenti?

Se le librerie tradizionali sono di fronte alla morte, soffrendo il potere delle librerie di catena e di quelle online, le librerie indipendenti sono quelle librerie fisiche contemporanee che si sono trasformate per reagire alla pressione di un mercato nemico. La relazione competitiva tra le librerie tradizionali e quelle di catena e online non è fonte di problema per le librerie indipendenti, al contrario, esse fondono elementi delle due in vari modi innovativi. Diversamente dalle librerie tradizionali, le indipendenti fanno più attenzione ai servizi esperienziali, e offrono ai clienti temi diversi per soddisfare preferenze diverse. Le indipendenti non vendono solo i libri: oltre ad aggiungere bevande, oggetti culturali e creativi e altri beni complementari per fare *marketing* composto, pensano che il “*content*”<sup>1</sup> sia il *core* della loro offerta, quindi tutte le attività relative ai loro temi sono i metodi per dimostrare il “*content*”.

Una libreria indipendente innanzitutto, deve essere una libreria operata da un libraio, così che sia il libraio che la libreria stessa abbiano caratteristiche non solo commerciali ma anche culturali. L’oggetto del mio studio è compreso nel corso che ho frequentato.

---

<sup>1</sup> Tamma, M. e Curtolo, (cap. 2) in Brunetti, G. e Rispoli, M. (a cura di) (2009). *Economia e Management delle Aziende di Produzione Culturale*. Bologna: Il Mulino, pp. 77 - 79. La rappresentazione proposta vede il prodotto culturale come composto di due elementi: il *content* e il supporto. Il primo dei due elementi coglie l’insieme di significati che animano la proposta culturale (*core* del prodotto). Il secondo la forma (materiale e/o immateriale) che permette di esprimerli e comunicarli. Il supporto costituisce, d’altra parte, anche il principale mezzo con cui, e/o attorno a cui, si costruisce il contesto di interazione con il pubblico.

Le librerie tradizionali, che fanno solo business di libri, riflettono la dualità commerciale-culturale sulla dimensione singola, nel senso che il business è commerciale, mentre i libri sono il mezzo naturale per trasmettere la cultura. Così facendo, la libreria diventa un luogo in cui tra scontri e idee in comune, i lettori, i consumatori, i venditori e gli autori realizzano uno scambio culturale molto frequentemente. Invece, le librerie indipendenti contemporanee, oltre ad una minore prudenza nel cambiare, stanno formando gradualmente una dualità commerciale-culturale su multi-dimensione per contrastare gli ostacoli che provengono dall'estero, per esempio, attraverso il *crossover* dei prodotti, le attività culturali per promuovere lo scambio e la collaborazione culturale, ecc. “Dieci anni fa, con la diffusione delle grandi catene, le piccole librerie entrarono in crisi tanto che molti le consideravano una realtà destinata a scomparire. Oggi la situazione è decisamente cambiata: mentre le grandi catene soffrono la concorrenza di Amazon e del commercio online, le librerie indipendenti sono in ripresa, anche grazie alle nuove strategie messe a punto dai librai, che stanno cercando di reinventare il loro lavoro.”<sup>2</sup> “Migliaia di librai che organizzano presentazioni magnifiche, club di lettura, eventi di ogni tipo. Librerie che contro ogni pronostico sembrano funzionare e non solo, stanno dettando un nuovo modo di vendere libri e fare cultura.”<sup>3</sup> Dipendendo dalla prospettiva delle industrie culturali, la forma migliore per operare una libreria è infatti fare cultura. Lo spazio di

---

<sup>2</sup> <http://t.cn/RTzOUBp> *Le Librerie Indipendenti Puntano su Internet* (2016)

<sup>3</sup> <http://t.cn/RTzIzlh> *Le Librerie Indipendenti Sono le Piccole La La Land di Noi Lettori?* (2017)

immaginazione e sviluppo che la cultura porta alla libreria è grandissimo, ma il problema è come conoscere e trasmettere la cultura.

In seguito, l'indipendenza esterna indica il sistema indipendente di cui fanno parte e l'indipendenza interna è il gusto personale che la caratterizza. Per quanto riguarda il sistema, le librerie indipendenti non appartengono a nessuna organizzazione, né allo stato, né alle grandi imprese. Di solito sono negozi singoli, ma possono organizzarsi anche in catene le quali ognuna ha la propria specialità in merito all'organizzazione degli spazi interni e il tipo di clientela. Invece per quanto riguarda il gusto, i titolari delle librerie indipendenti scelgono i libri secondo le loro preferenze e fanno diventare le librerie dei "prodotti" particolari per riunire gruppi di persone che hanno lo stesso gusto.

Come menzionato prima, le piccole (e a volte non tanto piccole) librerie indipendenti sono entità con spazi veri, luoghi in cui la nostalgia si affaccia nel presente e si proietta verso il futuro. In ciascuna i librai hanno di fatto ricreato un mondo, proprio come fra le pagine dei volumi che li circondano. Si reinventano ogni giorno per traghettare il passato nel futuro, all'insegna della nostalgia e della voglia di sperimentare, dell'omaggio ai classici e della fantasia.<sup>4</sup>

Le librerie riflettono il patrimonio culturale e le tendenze della città. Il sentimento del pubblico per le librerie è: le

---

<sup>4</sup> <http://t.cn/R7zIzIh> *Le Librerie Indipendenti Sono le Piccole La La Land di Noi Lettori?* (2017)

librerie non sono solo un luogo per vendere e comprare i libri, ma anche uno spazio pubblico della città pieno di atmosfera umanistica. Perciò lo spazio pubblico culturale che si crea, oltre a creare parte del paesaggio umano della città, fa anche molto bene agli autori, ai librai, ai lettori, e a tutti gli altri che fanno parte della catena dell'industria culturale.

## **Perché ho scelto Shanghai e Venezia per fare il confronto?**

Shanghai è la mia città natale in cui ho vissuto per venti anni, è il principale centro finanziario della Cina e anche la più grande città dell'Asia, una metropoli internazionale. Invece Venezia è la città in cui, dopo Shanghai, ho vissuto per più tempo; è stata inoltre un importantissimo snodo commerciale e resta come una delle città più belle al mondo. Tutte e due le città hanno una fama mondiale e attirano masse di visitatori.

La città separa le persone nei loro piccoli spazi privati e le fanno allontanare. Però le librerie sono un posto che riunisce gli amanti dei libri, quindi c'è una relazione speciale tra i libri e le librerie, i libri e le città. Le librerie indipendenti ci fanno vivere meglio perché i sentimenti che abbiamo legati a loro non sono stati ancora sostituiti dai computer e dagli ipermercati.

Ci sono librerie così accoglienti e piene di vitalità in queste due città? Perché esistono? Che differenze e somiglianze

hanno?

Prima di tutto, il problema generale più apparente per le librerie fisiche delle due città è che gli affitti sono altissimi e un profitto non abbastanza alto rende la loro sopravvivenza più difficile. Poi, secondo la mia statistica, la differenza più evidente delle distribuzioni delle librerie tra le due città si riflette in: a Shanghai (Tabella 1 e Grafico 1), le librerie di catena occupano i primi posti (144) nella quantità totale di librerie (172), in cui la proporzione delle indipendenti è meno di un decimo (16). Invece a Venezia (Tabella 2 e Grafico 2), non ci sono librerie di catena (0) e nella quantità modesta di librerie (20), le indipendenti sono più di metà (12).

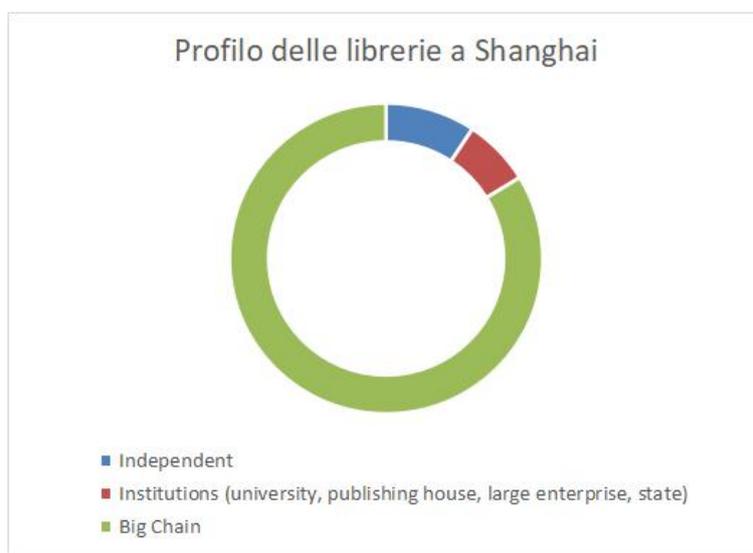
*Tabella 1: le librerie a Shanghai*

Type	Independent	Institutions (university, publishing house, large enterprise, state)	Big Chain
	1984 Bookstore	Joint Publishing	Boocup (4)
	Baixin Bookstore (2)	JIC Bookstore	Bookuu (2)
	Eddington Literary House	Kid's Republic Picture Bookstore	Cat's Sky Castle (4)
	Fudan Second-hand Bookstore	Party Building Bookstore	Popular Bookmall (6)
	Long Time No Read	Shanghai Art Bookstore	Shanghai Aichi Bookstore (15)
	Lu Ming Bookstore	Shanghai Chemical-Engineering Bookstore	Shanghai Book City (6)
	Old China Hand Reading Room	Shanghai Classic Bookstore	Shanghai Old Bookstore (2)
Item	Shanghai Shen Dong Foreign Language Bookstore	Shanghai Foreign Languages Bookstore	Sisyphus Bookstore (4)
	Shanghai Tomorrow Bargain-price Bookstore	Shanghai Jiao Tong University Bookstore	Xinhua Bookstore (98)
	Shanghai Xin Lian Medical Bookstore	Shanghai Jing Wen Bookstore	Zhong Shu Ge (3)
	Shanghai Zheng Yang Law Bookstore	Shanghai Sheng Da Bookstore	
	Three's Company Bookstore	Statecraft Bookstore	
	Upper Bookstore		
	Xue Ren Bookstore		
	Zhi Da Bookstore		
Total	16		12
			144

*Nota: gli articoli rossi sono le librerie scelte come i casi*

172

*Gráfico 1: la distribuzione delle librerie a Shanghai*



*Tabella 2: le librerie a Venezia*

Tipo	Indipendente	Istituzione (università, casa editrice, grande impresa)	Grande catena	
Articolo	Libreria Bertoni	Libreria Cluva (IUAV)		
	Libreria <b>Acqua Alta</b>	Libreria Editrice Filippi		
	Libreria <b>MarcoPolo</b> (2)	Giunti al Punto (2)		
	Marco Polo Kids	Cafoscarina		
	<b>Toletta</b>	Libreria Einaudi		
	Ohana	Libreria Antiquaria Linea d'Acqua		
	Libreria Studium	Assouline		
	Libreria <b>Mare di Carta</b>			
	Libreria Emiliana			
	Libreria Antiquaria Segni Nel Tempo			
	Bookshop Damocle Edizioni			
	<b>Totale</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>0</b>

*Nota: gli articoli rossi sono le librerie scelte come i casi*

*Grafico 2: la distribuzione delle librerie a Venezia*



Sotto questa premessa iniziale, comincia la ricerca concreta.

Nel Capitolo 1 e Capitolo 2 descriverò in base alle mie interviste su campo, una per una, quattro librerie di Shanghai e altre quattro di Venezia, farò confronti orizzontali all'interno del medesimo ambito, proverò a indicare le esigenze del mercato, le prospettive di sviluppo, ecc. Nel Capitolo 3, combinerò i due capitoli precedenti per fare il confronto verticale tra le librerie indipendenti nelle due città che hanno simili scale e forme e proverò a indicare le loro diverse tendenze.

# Capitolo 1 Le librerie scelte a Shanghai

## 1.1 Il contesto locale

Il 2011 è stato un anno di crisi per le librerie fisiche cinesi, con circa il 50% delle librerie indipendenti del Paese chiuse. Anche le librerie fisiche di Shanghai hanno sofferto questa crisi. La fase più difficile è stata poi intorno al 2012, principalmente per due motivi: l'impatto delle librerie online e l'aumento dei canoni di locazione. Dopo oltre tre anni di stagnazione, nel 2015 le librerie fisiche hanno iniziato a mostrare segni di ripresa e lo sviluppo complessivo è stato buono. Questo grazie in gran parte al miglioramento delle leggi e dei regolamenti pertinenti. Dal 2013, affrontando l'avvenimento, SAPPRFT<sup>5</sup> concorda con i dipartimenti come il ministero delle finanze, NDRC<sup>6</sup> e SAT<sup>7</sup> ad avviare continuamente politiche di supporto. Nel 2016, il governo centrale della Cina ha rilasciato *"I Pareri Guidanti sul Sostegno allo Sviluppo delle Librerie Fisiche"*<sup>8</sup> e Shanghai è stata la prima ad attuare una politica del genere. Nell'aprile del 2017 a Shanghai sono state pubblicate *"Le Opinioni su Come Sostenere lo Sviluppo delle Librerie Fisiche"*<sup>9</sup>. Questa è la prima volta che è stato incluso lo

---

<sup>5</sup> SAPPRFT: State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television.

<sup>6</sup> NDRC: National Development and Reform Commission.

<sup>7</sup> SAT: State Administration of Taxation.

<sup>8</sup> *I Pareri Guidanti sul Sostegno allo Sviluppo delle Librerie Fisiche*: un documento al fine di promuovere ulteriormente lo sviluppo delle librerie fisiche, ha portato significativi benefici positivi allo sviluppo delle librerie fisiche.

<sup>9</sup> *Le Opinioni su Come Sostenere lo Sviluppo delle Librerie Fisiche*: un documento al fine di promuovere ulteriormente lo sviluppo sano delle librerie fisiche in questa municipalità, migliora il sistema di servizio culturale pubblico della stampa e della

sviluppo delle librerie fisiche al primo livello della pianificazione dello sviluppo urbano. L'obiettivo è stato quello di incentivare il business immobiliare, le strutture commerciali e quelle che offrono servizi pubblici ad offrire spazio a basso costo alle librerie fisiche locali; dare alle librerie fisiche giudicate eccellenti dei fondi speciali comunali a sostegno della cultura; concedere al settore del libro politiche fiscali vantaggiose; incentivare le istituzioni finanziarie e bancarie ad aumentare il sostegno finanziario per le librerie medie, piccole, professionali e speciali, attraverso prestiti customizzati in termini di garanzia e durata. Secondo le statistiche, le politiche fiscali vantaggiose hanno ridotto gli oneri fiscali di 5 miliardi yuan (pari a 671 milioni euro) ogni anno per le librerie, mentre il ministero delle finanze ha distribuito in cinque anni un totale di 670 milioni yuan (pari a 90 milioni euro) di fondi per le librerie fisiche giudicate eccellenti, tra cui Shanghai ha investito totalmente 60 milioni yuan (pari a 8 milioni euro) dal 2012 al 2016.

Come accennato in precedenza, la maggior parte delle librerie fisiche di Shanghai sono appartenenti a grandi catene, con una piccola minoranza, meno di un decimo del totale, costituito da librerie indipendenti. Le restanti appartengono a università, case editrici, grandi aziende e Stato. Le grandi catene, caratterizzate da abbondanza di capitale e dal supporto delle politiche menzionate, hanno ora prospettive buonissime; le librerie istituzionali, che già

---

pubblicazione, salvaguarda i diritti culturali fondamentali e gli interessi delle masse, e promuove la costruzione della metropoli culturale internazionale di Shanghai.

ricevevano l'apporto da enti e istituzioni, non hanno ricavato un gran beneficio dallo stimolo delle politiche; mentre le medie e piccole librerie indipendenti, anch'esse grazie al supporto delle politiche, hanno un'opportunità di respirare.

Analizzerò ora le quattro librerie indipendenti di Shanghai più rappresentative, per vedere approfonditamente il loro sviluppo corrente e analizzare brevemente il loro metodo di sopravvivenza.

## **1.2 Baixin Bookstore**

### **Breve introduzione**

In realtà ci sono due negozi di Baixin Bookstore a Shanghai ma preferirei enfatizzare quello aperto nel distretto di Changning, in un centro commerciale.

Baixin Bookstore ha più di un centinaio di anni. Fondato nel 1912 da Xu Heling in via Fuzhou, si occupava principalmente della vendita di libri al dettaglio, editoria e noleggio di vecchi libri. Nel 1949 ha interrotto il business del libro e la libreria è diventata una cartoleria. Nel 2007 il nuovo proprietario ritorna ad investire nel settore del libro, congiuntamente al settore della cancelleria. Dopo quasi un decennio di esplorazione, nell'agosto del 2016, viene riaperta la libreria, dando così una nuova vitalità al business complessivo. Dopo il successo del progetto pilota, nel maggio del 2017 viene aperto un nuovo negozio. Attualmente quello vecchio vive principalmente della

vecchia attività di cartoleria collegando una parte di libri, mentre quello nuovo è una vera e propria libreria, dotata di uno spirito culturale moderno.

Il negozio è caratterizzato da piante verdi appese sul soffitto, lo spazio interno è diviso su due livelli e c'è una separazione efficace tra l'area libri, cartoleria e la caffetteria interna realizzata con un semplice divisorio in legno. Nell'area chiamata "Padiglione del Libro" (Foto 2) al livello superiore, è possibile sedersi e chiacchierare sottovoce, oppure leggere di fronte a dei curatissimi bonsai. C'è anche l'opportunità di riservare fino a tre stanze private (Foto 3) e di organizzare dei meeting in una sala riunioni che può ospitare fino a dieci persone (Foto 4). Il piano inferiore è spazioso e luminoso, qui sono aperte due aree chiamate "Città delle Fiabe" per coinvolgere i lettori più piccoli e "Scuola Genitori" per favorire il rapporto tra i genitori e i figli. È anche aperta un'altra zona dedicata alla creazione e la vendita di agende decorate<sup>10</sup>, per favorire il coinvolgimento degli appassionati del genere. Anche se è nuovo, traspira da tutti i pori un'atmosfera del 1912; dal progetto generale ai dettagli, dall'atmosfera ai metodi di marketing, tutto riflette una fusione tra il presente e il passato.

---

<sup>10</sup> Agende decorate: nata in Giappone, non è solo un semplice calendario o diario; gli utenti possono abbellire le pagine con disegni e nastri colorati, è un modo molto attento e personalizzato per registrare la propria vita.

Foto 1



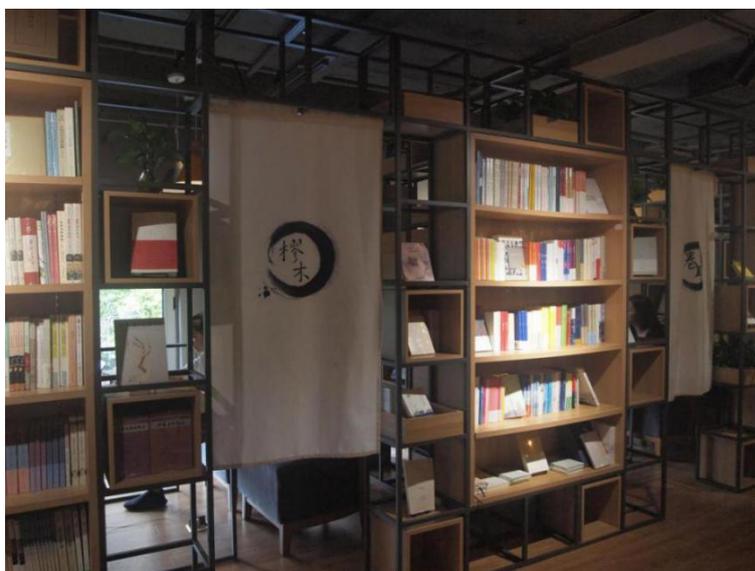
*Nota: la presentazione scritta a mano sulla lavagna dei nuovi libri e delle attività che si svolgono quotidianamente trasmette una gentilezza molto intima.*

Foto 2



*Nota: posti liberi nella zona "Padiglione del Libro" con diverse illuminazioni, più morbida per la parte di lettura e più precisa per l'esposizione sulle scaffale.*

*Foto 3*



*Nota: le stanze private possono essere riservate per un uso esclusivo.*

*Foto 4: la sala riunione che può ospitare dieci persone*



## Riassunto dell'intervista

Teoria centrale: per offrire ai cittadini della zona un centro di cultura, di piacere e creatività, si combina il popolare modello di business (libri + caffè + beni culturali e creativi, anche molte grandi catene hanno adottato questo modello) con le risorse complete e i sentimenti culturali del titolare.

Ragione della localizzazione di negozio: area ampia, affitto a concessioni, zona in cui sono assenti strutture culturali e di piacere (nelle vicinanze c'erano solo una biblioteca e poche caffetterie, quindi era difficile soddisfare le esigenze del pubblico).

I tipi di libri venduti: libri illustrati, letteratura giovanile, turismo, scienze umanistiche e sociali, arte, poesia, management, vita familiare.

Meccanismo di selezione e canali di acquisto: un *team* dedicato è responsabile della selezione dei libri; condividono i principali canali di acquisto con Xinhua Bookstore<sup>11</sup>.

I principali gruppi di consumatori: studenti, famiglie con i bambini.

Promozioni: tessere associative, buoni regalo, sconti festivi su attività tematiche.

Beni e servizi complementari: tè e caffè, articoli di cancelleria importati, *art supplies*, giocattoli educativi,

---

<sup>11</sup> Xinhua Bookstore (新华书店): possiede la più grande e unica catena di librerie a livello nazionale in Cina.

e-readers (Foto 5), articoli creativi per la casa (Foto 7), laboratorio del caffè, gruppi di lettura, attività condotte da volontari che leggono libri illustrati a bambini, attività degli *stand* che vendono agende decorate e i suoi accessori.

Il collegamento tra i beni e servizi complementari e la libreria: libri, articoli di cartoleria, caffetteria (Foto 8) e altri aspetti delle risorse spaziali sono pienamente utilizzate e pubblicizzate; il piano superiore del centro commerciale è dedicato esclusivamente alle istituzioni educative, quindi i bambini possono dare un'occhiata ai libri o ascoltare le storie, dipingere con le dita nella "Città delle Fiabe" prima e dopo i corsi, queste attività sono fornite gratuitamente dal negozio.

Lode dai clienti: bel ambiente, buon gusto.

Opinione sulle librerie a grande catena e sulle librerie online: le aziende hanno i loro punti di forza, i clienti prendono ciò di cui hanno bisogno.

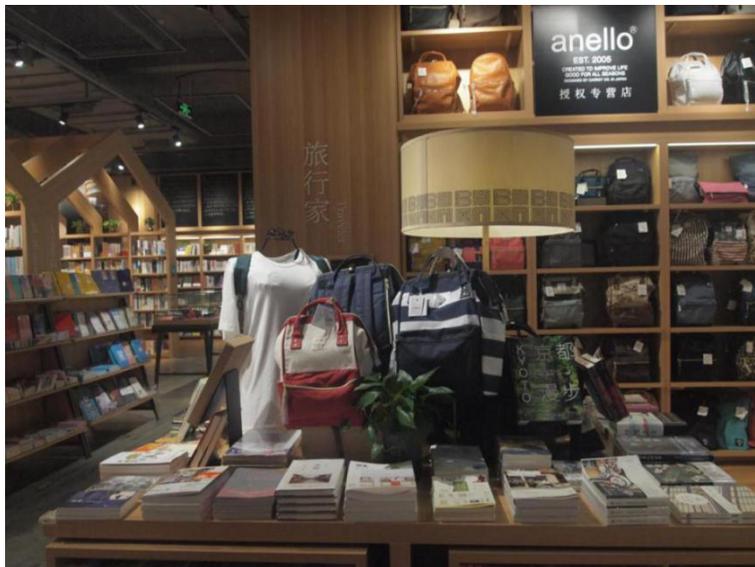
A proposito di "indipendenza" e come mantenere l'indipendenza: caratteristica unica e buon gusto (di selezione, esposizione, servizio), aderire alla teoria centrale e continuare a innovare.

Foto 5



*Nota: la libreria fisica che vende e-readers non è in contraddizione, ma risponde ai bisogni reciproci.*

Foto 6



*Nota: i libri sono combinati con i beni complementari sullo stesso argomento, come mostrato nella foto è la sezione di viaggio.*

*Foto 7*



*Nota: la foto mostra i libri e i beni complementari nella sezione di arredamento.*

*Foto 8*



*Nota: nell'area della caffetteria si deve consumare per sedersi.*

## **Analisi**

Il nuovo negozio di Baixin Bookstore non è aperto da molto, però il marchio ha una lunga storia, in combinazione con l'identità originale della libreria e la lunga tradizione della vendita di articoli di cartoleria. Ora, dopo una riorganizzazione delle risorse, è di nuovo pieno di energia. Apparentemente ha imitato il nuovo modello di business, ma senza cadere in stereotipi, infatti la gente pensa che tutto ciò che fanno sia naturale.

Dal nostro punto di vista tradizionale, la presenza di librerie indipendenti è molto idealistica, anche se Baixin Bookstore è più sbilanciato in favore dell'operazione commerciale, naturalmente in gran parte per assicurare la sua gestione professionale, ma nel corso reale degli affari, ha fatto emergere il senso di umanità dei dipendenti. Come la direttrice Ling Yizhen ha detto, la libreria è ovunque piena di paesaggio e amore. In precedenza Ling ha lavorato anche nel vecchio negozio in via Fuzhou, si può dire un decano della libreria, ha visto la libreria crescere e trasformarsi, sentendo in sé un forte senso di responsabilità, come se avesse cresciuto un figlio. Spesso sistema personalmente l'arredamento della libreria e discute con il personale riguardo a come migliorare la qualità del servizio. Una volta successe che l'orario della lettura ai bambini era in contrasto con un'altra attività, quindi era stata cancellata. Però i bambini come al solito, erano venuti e ne rimasero delusi. La direttrice sentendosi molto in colpa, aveva deciso che non avrebbe più occupato il tempo dei bambini con

altre attività. I bambini sono il futuro, la libreria scolpita nei cuori dei bambini non è solo buona abitudine di leggere, ma anche bei ricordi d'infanzia, che saranno un investimento emotivo e che guiderà le future tendenze dei consumatori.

*Foto 9: zona di libri per bambini*



*Nota: la zona occupa un quinto dell'area del negozio e si trova nel fondo del negozio evitando i bambini disturbano gli altri clienti.*

Foto 10: io e la direttrice Ling davanti alla porta della libreria



### 1.3 Old China Hand Reading Room

#### Breve introduzione

Old China Hand Reading Room, aperto nel 1996, è il primo pioniere di Shanghai ad aprire una libreria + caffè + salone + una serie di elementi culturali. La libreria si trova in via Shaoxing, una via tranquilla e ricca di cultura nella ex-concessione francese, con la reputazione di "Via Editoria". Il viale è composto da molti edifici vecchi e bassi, giardinetti e diversi negozi eleganti. Il proprietario della libreria Erh Dongqiang è un fotografo e storico che dedica molto tempo nel fare escursioni, fotografie, realizzare album e scrivere libri, inoltre gestisce anche una casa editrice e un'agenzia fotografica. Per quanto riguarda la ragione dell'apertura: il libro di Erh sui vecchi edifici di Shanghai (scritto in collaborazione con Tess Johnston<sup>12</sup>) del 1992 "*A Last Look*:

---

<sup>12</sup> Tess Johnston ha le qualifiche uniche per la ricerca e la scrittura sulla presenza occidentale nella vecchia Cina. È venuta a Shanghai nel 1981 per lavorare al

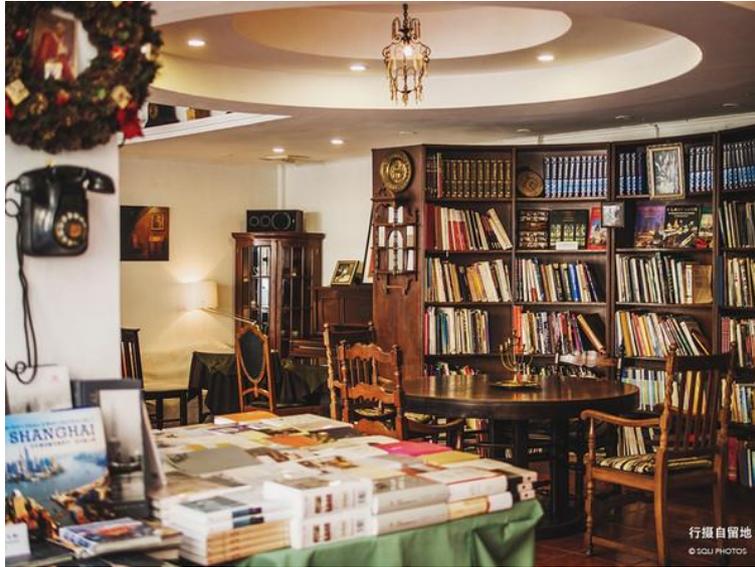
*Western Architecture in Old Shanghai*” è stato rifiutato da due editori, in Cina e negli Stati Uniti, quindi ha deciso di creare la sua propria casa editrice a Hong Kong, ovvero la Old China Hand Press. Dall’editoria sono stati pubblicati poi anche una serie di album fotografici a tema, per esempio *"La Concessione Francese di Shanghai"*, *"Le vecchie Case di Shanghai"*, *"Le Cinesi Scuole di Chiesa"*, *"Shanghai Art Deco"*, ecc., in modo da rappresentare sotto forma di immagini la storia delle città cinesi, richiamando l’attenzione delle persone. Più tardi, per mostrare e condividere meglio le proprie ricerche e *hobby*, Erh ha deciso di aprire una libreria.

Spingendo la porta, suona delicatamente la campana d’epoca, ma non intacca la pace della libreria. La progettazione del negozio è una combinazione tra elementi cinesi e occidentali, il *layout* del soggiorno è composto da un enorme scaffale a forma di arco che sta di fronte alla porta dove sono posti i libri selezionati di arte, fotografia, storia urbana, letteratura, ecc., un tavolo rotondo in legno con un bellissimo candelabro e qualche sedia in legno intagliato (Foto 11). Molti mobili e arredi sono antichi pezzi d’antiquariato (Foto 12), si respira aria *vintage*. I libri non sono lussureggianti, ma sono scelti con cura. Anche qui parte della collezione di Erh è collocata sugli scaffali, i clienti possono leggere facilmente.

---

consolato generale americano e nel 1996, dopo oltre trent'anni di servizio diplomatico, è andata in pensione e ha continuato a studiare, scrivere e tenere conferenze. Lei e il suo coautore, il fotografo di Shanghai Deke Erh (Erh Dongqiang), hanno pubblicato venticinque libri, tra cui quindici volumi sono sull'architettura occidentale e l'esperienza espatriata nella vecchia Cina.

Foto 11



Fonte: <http://t.cn/Rtp8wZ5>

Foto 12



Fonte: <http://t.cn/RtpH1TE>

## **Riassunto dell'intervista**

Teoria centrale: la coppia di proprietari vuole riportare in Cina la forte atmosfera culturale che ha sentito quando hanno viaggiato in Europa, e combinarla organicamente con lo stile di Shanghai, creando uno spazio di scambio culturale per mostrare e condividere le proprie ricerche e *hobby*.

Ragione della localizzazione di negozio: i proprietari sono cresciuti nella zona, inoltre qui sono riunite tante grandi case editrici.

I tipi di libri venduti: cultura e arte, costumi e usanze popolari, architettura, fotografia, belle arti e così via.

I principali gruppi di consumatori: appassionati e professionisti d'arte.

Beni e servizi complementari: tè e caffè, pasti semplici, mostre di fotografia.

Il collegamento tra i beni e servizi complementari e la libreria: lo spazio è pienamente utilizzato, la realizzazione della teoria centrale.

Lode dai clienti: buon ambiente, buon gusto e stile.

A proposito di "indipendenza" e come mantenere l'indipendenza: aderire alle proprie idee, personalità, lungimiranza.

Foto 13



Fonte: <http://t.cn/RTP8wZ5>

Foto 14



Fonte: <http://t.cn/RTPQ5gu>

## **Analisi**

Old China Hand Reading Room ha un gusto eccellente, questo grazie all'identità d'artista del suo proprietario. Il suo nuovo modello di business ha guidato le librerie di Shanghai e persino quelle della Cina continentale. A causa della sua apparsa, ha aggiunto un tocco artistico alla via Shaoxing e ha portato allo sviluppo di una serie di strutture di supporto intorno al suo negozio. Tuttavia questo fenomeno ha causato un aumento dell'affitto e ora, il proprietario è stato costretto a trovare un negozio di riserva. In via sud Shanxi con una distanza di alcuni chilometri da via Shaoxing, Erh ha aperto un nuovo "Old China Hand Style" (Foto 15). Sebbene per il momento sia più simile a una caffetteria che a una libreria, è probabile che nel prossimo futuro, quando la libreria non potrà più permettersi l'affitto del primo negozio, questa sarà la sua prossima casa.

Va notato che, anche se esiste una casa editrice con lo stesso marchio di Old China Hand e lo stesso proprietario, la categorizzo comunque come una libreria indipendente invece che una libreria istituzionale, perché il supporto dietro di esse non è una casa editrice professionale. Il proprietario ha aperto la casa editrice solo per facilitare la pubblicazione dei propri libri, e nella libreria non vende solo i libri della propria casa editrice, quindi su questo livello è già abbastanza indipendente.

*Foto 15: il negozio nuovo “Old China Hand Style”*



*Fonte: <http://t.cn/RtpH1TE>*

## **Nuovissima informazione:**

Dopo ventuno anni Old China Hand Reading Room ha chiuso i battenti il 26 dicembre del 2017, si deciderà in un secondo momento quando e dove riaprire. Non è scomparso, ha solo bisogno di stare in letargo per questo inverno.

Dal marzo 2018, il negozio “Old China Hand Style” diventa ufficialmente la versione aggiornata della Old China Hand Reading Room.

## **1.4 Lu Ming Bookstore**

### **Breve introduzione**

Lu Ming Bookstore è stato fondato nel 1997 da due studenti che frequentavano la magistrale dell’Università Fudan di Shanghai<sup>13</sup> dipartimento di lingua e lettura cinese. Gu

---

<sup>13</sup> L'Università Fudan (复旦大学) di Shanghai: una delle più antiche e selettive università cinesi. L'ateneo ha un'ampia offerta formativa ed è nelle prime posizioni nelle graduatorie internazionali nelle scienze fisiche e sociali nonché nelle discipline umanistiche e nella medicina.

Zhentaο studiava lettere moderne e Zhang Jinyao studiava lettere classiche essi hanno pensato di acquistare e vendere i libri personalmente per favorire gli studenti come loro che hanno tante esigenze di libri. Dopo la fondazione, ha avuto sempre più fama, non solo studiosi cinesi ma anche quelli stranieri venivano per visitarla e per scambiare idee e opinioni. È stato valutato dagli studenti di Fudan come la libreria con l'atmosfera più umanistica della zona di Fudan e dintorni.

Dall'inizio della fondazione finora, Lu Ming Bookstore si è trasferito due volte. Nel settembre del 2013, il contratto d'affitto era scaduto di nuovo e il proprietario della casa aveva deciso di ritirarla. Gu aveva cominciato subito a cercare un'altra sistemazione, ma dopo due mesi di ricerca non aveva trovato ancora niente. A quel punto, il reparto dei servizi logistici di Fudan offrì spontaneamente alla Lu Ming uno spazio che copriva una superficie di più di duecento metri quadrati. Erano venuti a un accordo con Lu Ming che non dovevano pagare l'affitto, ma si faceva come con le biglietterie del cinema: si divideva il giro d'affari solo quando si guadagnava. Così, la libreria ebbe una casa nuova nello spazio più grande e più vicino al campus. Per Gu era importante considerare di più le esigenze pluralistiche dei lettori e trasformarlo in uno spazio umanistico unico con il presupposto di un'identità accademica: continuare a scegliere i libri accademici puramente dal punto di vista professionale, creare una rivista digitale e un account pubblico su WeChat<sup>14</sup> per favorire le pubblicazioni dei

---

<sup>14</sup> Account pubblico su WeChat: si può comunicare e interagire con un certo gruppo

nuovi libri e delle attività accademiche, anche per costruire il proprio marchio, invece di copiare semplicemente il modello di “libro + caffè”.

Nel marzo del 2014, Lu Ming Bookstore ha riaperto il nuovo negozio nella zona sud di Fudan. Uno spazio indipendente circondato da centinaia di bambù. Nel negozio, le attrezzature come proiettori erano già installati. C'erano delle rotaie sotto ogni scaffale per muoversi facilmente (Foto 16), così si poteva creare più spazio quando si organizzavano i saloni di lettura, conferenze, o firma copie. C'erano anche tavoli e sedie a sufficienza per i lettori. (Foto 17)

*Foto 16: i scaffali con rotaie*



---

sulla piattaforma di WeChat (un servizio di comunicazione attraverso messaggi di testo e vocali per dispositivi portatili, sviluppato dalla società cinese Tencent) con i caratteri, le immagini, i vocali e i video.

*Foto 17: tavoli e sedie a sufficienza*



## **Riassunto dell'intervista**

Ragione della localizzazione di negozio: affitto preferenziale, comoda per gli studiosi, forte atmosfera accademica.

I tipi di libri venduti: ricerche accademiche su sinologia, letteratura, filosofia e arte (libri usati inclusi).

Meccanismo di selezione e canali di acquisto: fare un catalogo dettagliato secondo le esigenze e proposte dei clienti; ciò non ha solo stabilito rapporti di costante collaborazione con la Casa Editrice Guji<sup>15</sup>, ma ha incluso anche varie bibliografie per un pubblico ristretto.

I principali gruppi di consumatori: studiosi professionali come studenti e professori (vendita al minuto), relative unità di lavoro accademico come le biblioteche (vendita all'ingrosso).

---

<sup>15</sup> La Casa Editrice Guji (古籍出版社): principalmente pubblica e ordina i libri antichi e le ricerche accademiche su letteratura antica, filosofia, storia cinese ed ecc., e pubblica simultaneamente i libri e periodici per diffondere le culture tradizionali.

Promozioni: pochi sconti in collaborazione con le case editrici.

Beni e servizi complementari: caffè e tè (Foto 19), conferenze accademiche umanistiche, seminari di lettura, spiegazioni dei libri sulla lingua cinese classica condotta da professori noti di Fudan (una volta ogni due settimane).

Il collegamento tra i beni e servizi complementari e la libreria: si fanno solo attività relative alla letteratura, alla storia e alla filosofia, per esempio, una ricerca sulla ceramica, per mantenere il proprio gusto senza allontanarsi dal tema.

Lode dai clienti: bibliografie professionali e complete, servizio cordiale e sempre disponibile.

Sussidi politici statali / locali: sussidi culturali, ma non tanti.

Opinione sulle librerie a grande catena e sulle librerie online: abbondanza di capitale, prezzi bassi e quantità grande; hanno occupato gli spazi abitativi delle librerie indipendenti il che provoca l'indebolimento dell'atmosfera e la varietà culturale.

A Proposito di "indipendenza" e come mantenere l'indipendenza: avere sentimenti, avere aspirazioni, non essere troppo materialisti, fornire un buon servizio, evidenziare il senso di umanità, non solo attrarre ma anche mantenere i clienti.

*Foto 18*



*Nota: l'illuminazione per la parte delle scaffale più basse sono riflettori, invece quella per la parte delle scaffale più alte e concentrate sono strisce di luce evitando le luce influenzano reciprocamente.*

*Foto 19*



## **Analisi**

Lo sfondo accademico dei proprietari è ciò che ha reso puro Lu Ming, essi credono che ci si deve concentrare sulla gestione dei libri e migliorare nel loro ambito. Alcuni libri indispensabili ai ricercatori sono introvabili in tutta Shanghai, non sono reperibili né nelle librerie vicino a Fudan, né in quelle in centro a Shanghai, però qui ci sono. Perciò la nascita e l'esistenza di Lu Ming ha arricchito il paesaggio umanistico attorno a Fudan (che è simile all'influenza dell'Old China Hand Reading Room in via Shaoxing).

Oggi la libreria assume solo persone in pensione che sono anche amanti dei libri. Da un lato, si diminuiscono le spese del personale, dall'altro lato, si offre un posto ai pensionati che hanno ancora voglia di lavorare. La responsabile Chen ha detto che, molti studenti universitari, ma anche studenti che frequentano ancora le scuole medie vengono qui durante le vacanze estive per leggere e cercare libri. Questo le fa molto piacere e prova una grande soddisfazione. Chen ripone molte speranze nel futuro della libreria e nell'atmosfera accademica che si creerà. Ad esempio, uno studente del secondo anno della scuola superiore era venuto apposta per comprare libri perché il suo insegnante era proprio un laureato del corso di storia di Fudan e da sempre un cliente assiduo della libreria.

*Foto 20: i notiziari relativi sui giornali*



*Foto 21: io e la responsabile Chen*



## 1.5 Upper Bookstore

### Breve introduzione

Upper Bookstore è stato fondato da due socie nel maggio del 2015. Una è Zhao Qi, master in giurisprudenza dell'Università Fudan, critico cinematografico indipendente; l'altra è Han Jing, dottoressa in architettura dell'Università Tongji<sup>16</sup>, esperta di ricerca dei consumatori, columnist e architetta indipendente. Aprire una propria libreria era il sogno che avevano in comune. Zhao aveva un lavoro nel campo finanziario, ma un giorno aveva capito che la vita è breve e aveva pensato che il senso della vita era fare una cosa semplice con grande applicazione e sentirsi felice nel processo, questo è anche ciò che vuole trasmettere ai suoi clienti. Han, è un'operatrice della libreria ma anche una ricercatrice indipendente degli spazi delle spese urbane, lei invece prova piacere nell'applicare alla libreria la teoria di "come costruire le città con gli spazi di consumo" che è scritto nel suo libro *"Consumption Space Urban Design"* (2014). Vuole creare da questo una piccola e unica cellula del consumo culturale e osservare il cambiamento degli spazi urbani e della vita quotidiana sotto il consumo culturale.

Dopo un anno di sondaggi e ricerche in tutta la Cina, Zhao e Han sono venute al parco Peninsula Bay delle industrie

---

<sup>16</sup> L'Università Tongji (同济大学) di Shanghai: fondata nel 1907 è una delle università più vecchie e prestigiose in Cina. L'università è anche una delle più grandi in Cina, con oltre settanta mila studenti e oltre otto mila docenti. Offre corsi di laurea, laurea magistrale e dottorato. Tongji è una dei migliori tre università a Shanghai, con l'Università Fudan e l'Università Jiao Tong di Shanghai.

creative, culturali e della moda di Shanghai. Sono rimaste colpite da questo luogo sin dal primo momento. Considerandolo in un contesto più grande, qui ci sono grandi risorse naturali, umanistiche, storiche, creative e di mercato, inoltre è vicino alla stazione della metropolitana, un *habitat* molto adatto alla libreria. Poi considerandolo in un contesto più piccolo, il piano superiore della libreria è lungo e stretto, appare difficile da utilizzare, ma secondo le due socie che hanno un'intuizione unica, al contrario si crea così uno scenario che si addice molto alla libreria. Inoltre, il modello di sopravvivenza della libreria e la filosofia aziendale del parco combaciano precisamente.

La casa era originalmente un capannone abbandonato della fabbrica di Shanghai Schiak Testing Machinery Co., Ltd. È composta da due spazi inferiore e superiore verticali tra loro, quello inferiore è alto, mentre quello superiore è basso, lungo e stretto (Foto 22). Su questa base, due piani sono divisi da un passaggio con vetro, armatura e cemento. I materiali semplici e le tracce a mano creano una configurazione coerente, luminosa e raffinata. Ci sono tavoli e sedie su entrambi i piani per i lettori, qui possono riposare, leggere e bere il caffè. (Foto 23)

*Foto 22*



*Fonte: <http://t.cn/RRDIEAQ>*

*Foto 23*



*Fonte: <http://t.cn/RRDIQcv>*

## **Riassunto dell'intervista**

Teoria centrale: costruire un nascondiglio che si affaccia sulla strada chiassosa per permettere alla gente che vive in questa metropoli di abbandonare temporaneamente le paranoie della vita e guardare dentro se stessi nella tranquillità; trovare quel sentimento legato alla tradizione già perso da tanto tempo; offrire a tutti un nuovo stile di

vita.

Ragione della localizzazione di negozio: la zona è un misto di antico e moderno con un'atmosfera vivace in città.

I tipi di libri venduti: architettura, arte, design, estetica, filosofia, letteratura, ecc., esclusi materiali didattici e libri di riferimento.

Meccanismo di selezione e canali di acquisto: le socie scelgono i libri insieme a seconda dei contenuti, le rilegature e le impaginazioni; il personale può raccomandare a seconda dei generi in cui è interessato; i consigli delle case editrici sono accettati ma solo quando corrispondono ai requisiti della libreria.

I principali gruppi di consumatori: lettori assidui sopra i trent'anni.

Promozione: sistema di tessere.

Beni e servizi complementari: caffè, prodotti culturali e creativi (inclusi quelli di loro design), con la proporzione di 20% (l'80% sono libri); lezioni accademiche, saloni d'arte, piccole mostre, proiezioni di film, abbonamenti delle riviste esterne; partecipato alla Maison Shanghai<sup>17</sup> e l'UABB<sup>18</sup> e organizzato le attività di *pop-up*<sup>19</sup> bookstore.

Il collegamento tra i beni e servizi complementari e la

---

<sup>17</sup> Maison Shanghai: un'esibizione degli squisitamente scelti mobili e utensili con il tema di *lifestyle*, ci sono anche i progettisti sia stabiliti sia emergenti che manifestano i loro atteggiamenti verso il mondo, la vita e i design cinesi.

<sup>18</sup> UABB: Bi-City Biennale of Urbanism \ Architecture (Shenzhen).

<sup>19</sup> Pop-up (shop / store): un assemblamento improvviso di un gruppo di persone in uno spazio pubblico, che si dissolve nel giro di poco tempo, con la finalità comune di mettere in pratica un'azione insolita.

libreria: ci sono libri relativi a tutte le attività svolte.

Lode dai clienti: buona costruzione, buoni libri.

Sussidi politici statali / locali: certo di sussidi culturali, ma non tanto.

Opinione sulle librerie a grande catena e sulle librerie online: i prezzi bassi senza limitazione delle librerie online sono un colpo mortale per quelle fisiche; i gruppi di lettori tra le librerie a grande catena e quelle indipendenti sono complementari.

A proposito di “indipendenza” e come mantenere l’indipendenza: vendere libri tenacemente.

*Foto 24*



*Fonte: <http://t.cn/RRDlu2H>*

## **Analisi**

La regola nella scelta dei libri in Upper Bookstore in quanto libreria multipla è: vale la pena di leggere, divulgare, ed essere riletto dalle generazioni posteriori. Per la forma, le rilegature e il tipo di carta dei libri devono corrispondere al requisito estetico, finanche le interlinee. Perciò, quello che occupa più tempo è la scelta dei libri. Per lo stesso libro si consultano più versioni e alla fine si sceglie quello più adatto. Non ci sono solo i libri appena pubblicati, ma anche quelli dell'inizio di questo secolo che sono molto interessanti, ma non conservati da bravi lettori, quindi li trovano e li ripuliscono. Alcuni libri sono stampati in piccole quantità, spesso le case editrici ne hanno solo due o tre copie, però proprio questi sono unici nel loro ambito e li acquistano nonostante i prezzi alti. Le due socie cambiano i libri tutte le settimane e vogliono che tutti possano trovare qui i propri libri preferiti.

Upper Bookstore è anche uno spazio di scambio, sulla base delle risorse sociali ampie delle due fondatrici che comprendono i progettisti, gli architetti, le élite tecnologiche, gli studiosi, gli scrittori, i poeti, gli artisti, i commercianti, gli investitori, ecc., è dotato dall'inizio della caratteristica di *crossover* tra i diversi ambiti. Attraverso una serie di attività professionali di scambio relative ai libri, per esempio, tribune, conferenze, mostre, club di lettura, presentazioni di prodotti, vendite di libri firmati, ecc., la libreria attira gruppi di persone che praticano professioni diverse che vengono qui per riunirsi e scambiare opinioni.

Attraverso il *crossover* vogliono espandere l'influenza sociale della libreria nei vari gruppi e farla diventare un ponte che collega le varie tribù sociali e cerchi sottocultura. Inoltre, Upper Bookstore è anche un laboratorio creativo. Combinando i contenuti dei libri, mostrano e vendono prodotti artistici e artigianali fatti a mano dai progettisti, oggetti vecchi quotidiani, ecc. Contemporaneamente, vendono libri relativi ai processi delle creazioni e produzioni o svolgono alcune piccole mostre con oggetti reali e immagini che fanno capire ai lettori più percettivamente e intuitivamente i contenuti dei libri.

Per questo motivo, la gente può ottenere diverse esperienze nella libreria, ad esempio, il meraviglioso incontro tra la vita quotidiana e l'arte, il dolce risveglio dell'artigianato e il lento ritmo di vita, la gioia genuina dello spirito e i libri cartacei, ecc. Dai bambini di 5-6 anni agli anziani di 60-70 anni tutti si rifugiano qui, il che è espanso di più dai gruppi di consumatori localizzati all'inizio (lettori assidui sopra i trent'anni). Le titolari dicono che a loro piace di più il mezzanino di passaggio tra i due piani, perché da lì si possono vedere i paesaggi e le persone dentro e fuori. La gente che viene in libreria non solo trova libri interessanti, ma anche persone interessanti. Quando i libri e le persone si intrecciano armoniosamente, la libreria trasuda un'atmosfera unica è una casa che profuma di libri. Molte persone che sono venute a Upper Bookstore provano un amore innato per questo piccolo spazio creativo.

*Foto 25*



*Fonte: <http://t.cn/RRDIEAQ>*

*Foto 26*



*Fonte: <http://t.cn/RRDIQcv>*

## 1.6 Confronto locale

A quali elementi si appoggia la città per acquisire le proprie caratteristiche? Sappiamo che oltre ai grattacieli sovrapposti gli uni agli altri, sono più indispensabili quei vettori culturali frammentari e sparpagliati tra cui le librerie sono le più importanti. Le librerie sparse negli angoli delle città rispolverano le storie che questa città nasconde. Di tanto in tanto camminando per le strade di Shanghai, si vedono spesso librerie, ma questa città decisa di costruire una metropoli culturale internazionale non è ancora soddisfatta. Secondo i gestori di Shanghai, i libri sono un elemento necessario per la città. Le librerie indipendenti sono mezzi importanti per le attività di lettura nazionale e strutture importanti per la cultura pubblica, sono l'anello importante della catena delle industrie culturali ed editoriali, inoltre sono anche una parte importante dell'ecologia culturale di una città.

Dalle quattro librerie menzionate prima, possiamo vedere che: uno è ritornato all'intenzione originale e rinato dopo un lungo periodo, uno è il modello che si attiene a se stesso e guida la tendenza, uno si è avventurato di colpo di testa ed ha sempre mantenuto il suo carattere accademico, uno è raffinato che risponde perfettamente all'appello del cuore e dell'epoca; uno collabora con il centro commerciale, uno rimane in centro storico, uno è situato nel campus universitario, uno si è stabilito nel parco delle industrie creative. Sono diversi sulle selezioni dei libri e dei temi, ma sono uguali perché tutte loro lavorano con sincerità e non

considerano i profitti troppo importanti. Sperano di portare alla gente quelle esperienze meravigliose, indimenticabili che loro amano attraverso uno spazio unico. Non sono solo semplici librerie; le diverse attività ricche e variate non solo hanno arricchito le loro immagini, ma hanno anche arricchito spiritualmente i clienti.

Qui si vuole presentare un concetto del “Terzo Spazio” (Edward W. Soja, 2005).

Nelle città di oggi, consideriamo la famiglia come il primo spazio e il lavoro come il secondo spazio. Poi dopo il lavoro, cerchiamo di trovare un luogo dove riposarci e stare con i libri che ci piacciono, leggendo mentre beviamo un caffè, oppure uscendo con gli amici e chiacchierando: questo luogo è detto il terzo spazio.

Probabilmente qualcuno dirà: si può anche leggere mentre si beve un caffè in caffetteria (es. Howard D. Schultz, il fondatore di Starbucks è un sostenitore di questo concetto), perché dobbiamo andare nelle librerie? Perché i libri che leggiamo in caffetteria sono nostri, e il comportamento è individuale; invece quelli che leggiamo in libreria sono selezionati e forniti accuratamente dai titolari e dal personale delle librerie, quindi il comportamento diventa di gruppo. Nel frattempo, i gruppi che hanno gusti e passioni simili si incontrano fuori dal cerchio della vita quotidiana ottenendo esperienze e sentimenti diversi.

Tutte le quattro librerie scelte a Shanghai hanno servizi e beni complementari di caffè e tè che è una tendenza molto

comune in Cina.

Le librerie che vogliono diventare il terzo spazio devono fare bene il *crossover* più basilare di caffè e tè.

La caffetteria non è solo legata all'immagine, all'atmosfera e alla confortevolezza della libreria, ma più importante è il fatto che è connesso direttamente alle prestazioni economiche. Si può vedere dai dati<sup>20</sup>: a quasi tutte le librerie in Cina con le loro migliori prestazioni, il caffè, il tè e i pasti semplici possiedono più del 40% di guadagno, alcuni più del 50%. Invece quelle con le prestazioni peggiori, sono causate dal fatto che non offrono caffè o altre bevande, oppure hanno avuto problemi della progettazione e disposizione di spazi: il design del negozio, l'arredamento del banco e della caffetteria non hanno generato nei clienti il desiderio di consumare caffè e altro, oppure diciamo che l'atmosfera e lo stile non sono quelle esatte.

Senza il successo della caffetteria, le librerie non solo subiscono grandi perdite, ma perdono totalmente anche l'obiettivo del "Terzo Spazio".

Inoltre, le diverse attività culturali sono un'altra ottima forma per aumentare la popolarità e per ravvivare l'atmosfera. Possiamo vedere che questo è molto significativo nei quattro casi che abbiamo analizzato. Liu Xiaokai, il direttore della divisione di stampa e distribuzione di SAPPRT, ha detto che, alla lunga, la libreria sarà la piattaforma più eccellente delle industrie culturali, poiché si

---

<sup>20</sup> Fonte: <http://t.cn/RE5bqPW>

può fondere con tutti gli aspetti culturali e della vita quotidiana. I modelli come “libreria + ristorazione”, “libreria + cinema”, “libreria + teatro”, “libreria + ospitale”, “libreria + mostra” “libreria + corso”, ecc. Sono già stati tutti esplorati e di cui si ha molta esperienza. Il direttore suggerisce che, si deve afferrare la funzione dei libri che includono tutto per promuovere la combinazione tra prodotti culturali adeguati e libri, questa è la direzione delle librerie future.

# Capitolo 2 Le librerie scelte a Venezia

## 2.1 Il contesto locale

Ogni anno a gennaio la Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri (UEM) tiene il Seminario di Perfezionamento a Venezia. Dai dati dell'Ufficio Studi dell'Associazione Italiana Editori, sul mercato del libro del 2017, presentato al XXXV Seminario di Perfezionamento dell'UEM, si vede che per la prima volta dopo sette anni, è positivo anche a copie, pari a 88,6 milioni euro (al netto di quelle vendute da Amazon), +1,2% sull'anno precedente. Le librerie fisiche, indipendenti o di catena, restano il canale principale per l'acquisto di libri di varia nuovi, tanto da intercettare quasi tre quarti degli acquisti (il 69,6% per la precisione). Diminuiscono gli acquisti in librerie indipendenti (che pesano il 25,2%) e di catena (44,4%) a vantaggio dell'e-commerce (es. [ibs.it](http://ibs.it), [lafeltrinelli.it](http://lafeltrinelli.it), [inmondadori.it](http://inmondadori.it)), che nel 2017 ha fatto un vero e proprio balzo in avanti (oggi pesa il 21,3% dei libri venduti, era il 16,5% nel 2016). Proseguono le difficoltà per la grande distribuzione organizzata (Gdo) che oggi pesa il 9,1% del totale (solo lo scorso anno era il 10,7%).<sup>21</sup> In generale, le librerie di catena funzionano meglio delle indipendenti dal punto di vista economico e finanziario, invece le librerie online dal 2012 mantengono una crescita favorevole e

---

<sup>21</sup> <http://t.cn/RmQyaW5> In Italia il mercato del libro torna a crescere "a copie" dopo 7 anni - I dati (comprese le stime di Amazon) (2018)

Amazon occupa metà del mercato online. In Italia le librerie chiudono una dopo l'altra, per penuria di lettori o perché non reggono i rincari delle locazioni, e a Venezia stessa negli ultimi anni si sono rarefatte fino a potersi contare sulle dita di una mano (estinzione ancora più triste poiché antica capitale dell'editoria europea). Se il 2017 segnasse l'anno di ripresa dovremmo immaginare una flessione del mercato *trade* meno accentuata negli anni precedenti e un'uscita dagli anni bui più accentuata già a partire dal 2015.<sup>22</sup>

Tra i principali Paesi europei, il mercato italiano di libri è limitato dalla causa linguistica, la quantità dei lettori non è abbastanza alta. Nell'indagine quinquennale dell'Istat (l'Istituto nazionale di Statistica), inserendo la lettura di narrativa di genere, guide e manuali (per la casa, collaterali, ecc), evidenziava come i lettori fossero il 59,4% della popolazione italiana. Ben di più di quel 40,5% degli italiani ha letto almeno un libro nell'anno precedente che la stessa Istat ha stimato nella sua ultima analisi annuale, che esclude una quota importante di libri dal perimetro considerato. Questo dato del 59,4% trova conferma nell'Osservatorio AIE (l'Associazione Italiana Editori) sui comportamenti di lettura (sui 15 - 75 anni) che registra oggi come i lettori negli ultimi dodici mesi (anche solo in parte) di romanzi, saggi, gialli, fantasy, manuali e guide abbiano raggiunto quota 62%. I comportamenti di lettura si fanno infatti oggi sempre più articolati: legge libri di carta il 62% degli italiani, ma legge anche e-book il 27% e legge audio-libri l'11%. Considerate tutte queste modalità, legge il 65% della

---

<sup>22</sup> <http://t.cn/RmQfB4v> Il mercato del libro in Italia nel 2017 (2018)

popolazione italiana con più di 15 anni. Commenta il presidente dell'AIE, Ricardo Franco Levi: i dati -- ci dicono chiaramente che la più grande industria culturale del Paese sta ricominciando a camminare, il Libro sta ritornando a crescere con il Paese, anzi è condizione di crescita del Paese.<sup>23</sup> Quello italiano, tuttavia, è “un piccolo mercato composto, però essenzialmente dallo stesso numero di lettori forti che hanno Paesi con grandi tradizioni di lettura - circa cinque milioni - quello che ci manca sono i lettori deboli o occasionali”. Afferma il prof. Romano Montroni, presidente del Centro per il Libro e la Lettura del Ministero dei Beni e delle Attività culturali.<sup>24</sup>

Stando ai dati, inoltre, peggiora la situazione delle piccole librerie indipendenti, addirittura male vanno i supermercati, dove l'oggetto libro non riesce a mettere radici. Secondo il prof. Montroni, che di librai ne ha formati centinaia, il loro lavoro non consiste tanto e solo nell'analisi del mercato di oggi, ma nella creazione del mercato del futuro. La ricetta per la sopravvivenza di una libreria fisica, dunque, è fatta di due ingredienti: “Il libraio e il catalogo. Vale a dire un libraio formato che sappia valorizzare un catalogo ricco di perle preziose e che non proponga al lettore soltanto le novità.” Il futuro della lettura, dunque, è nelle mani dei librai meglio formati e informati, ma non solo: “Bisogna che i governi investano nella lettura come attività culturale per eccellenza” aggiunge il presidente. Molti, in questo senso, i progetti del Centro per il Libro e la Lettura: prima fra tutte

---

<sup>23</sup> <http://t.cn/RmQyaW5> *In Italia il Mercato del Libro Torna a Crescere “a Copie” Dopo 7 Anni - I Dati (comprese le stime di Amazon) (2018)*

<sup>24</sup> <http://t.cn/RmQfOi7> *In Italia Mercato del Libro in Timida Ripresa nel 2017 (2018)*

“Libriamoci”, un’iniziativa di lettura ad alta voce rivolta ai bambini, da sempre i lettori più assidui. “Per la prima volta, inoltre, è stato siglato un patto interministeriale tra i Beni culturali, l’Istruzione e la Sanità - conclude il prof. Montroni - per lavorare sull’invito alla lettura della fascia 0 - 6 anni che comprende diverse proposte, come regalare libri per bambini ai neo-genitori, in modo da fornire loro strumenti indispensabili per l’educazione dei figli. Speriamo di partire nei prossimi mesi”.<sup>25</sup>

Riguardo alla classificazione delle librerie in Italia, ci sono le “vere” librerie di catena, come Feltrinelli e Mondadori, poi ci sono anche quelle come Giunti che invece non sono veramente classiche librerie di catena. Ad esempio, Giunti ha una politica molto particolare nella scelta dei libri: 70% sono di Giunti Edizione. Quindi l’ho inserita nella parte delle librerie istituzionali. Anche se le catene in Italia sono tutte proprietà degli editori, cioè l’editore, la distribuzione, la catena appartengono tutte allo stesso gruppo, comunque Giunti ha una scala e un modello diverso da quelli di Feltrinelli e Mondadori.

## **2.2 Libreria Toletta**

### **Breve introduzione**

La Libreria Toletta si trova in Calle Toletta, è una libreria storica molto amata dai veneziani. Inaugurata nel settembre del 1933, ha già 85 anni. Giovanni è il titolare di terza generazione, la libreria era stata aperta da suo nonno.

---

<sup>25</sup> <http://t.cn/RmQfOi7> In Italia Mercato del Libro in Timida Ripresa nel 2017 (2018)

Il nonno inizialmente faceva altri lavori, però era appassionato di libri, era andato a Milano perché all'epoca lui era un comunista e aveva avuto dei problemi con il fascismo. Il fascismo si era affermato in Italia nel 1922, quando lui era qui a Venezia, poi ebbe degli scontri con il fascismo e andò a Milano dove trovò un lavoro. Lavorò sotto vari baroni e fece varie cose, poi alla fine degli anni Venti tornò a Venezia e non trovando lavoro, verso il 1931 fece una scelta un po' strana: prese tutti i libri che aveva a casa e fece una bancarella con i libri, come una biblioteca privata. Questo perché non sapeva più cosa fare, e quasi come preso dalla disperazione cominciò a vendere e comprare libri, per fortuna andò tutto bene. Dopo due anni, nel 1933 aprì questa libreria, una piccola parte della libreria attuale. Per quasi quarant'anni, è stata sempre una libreria di libri usati. Il sistema è che compravano i libri e li rivendevano. I libri usati che tutti venivano a vendere erano soprattutto libri di scuola, e quindi ci sono molte generazioni di veneziani che sono venute qui a vendere i loro libri e a comprare a prezzi bassi i libri di scuola. La Toletta è diventata famosa per questo. Adesso questa azione la potremmo vedere più come un "riciclaggio", ma all'epoca i libri venivano usati più anni, quando uno finiva gli studi, magari li vendeva per prendere un po' di soldi e altri che ne avevano bisogno li compravano.

Oggi è una libreria che vende di tutto e in una situazione come quella di Venezia dove è molto difficile tenere aperta una libreria questa rimane aperta grazie alla passione. Anche Giovanni, come suo nonno è appassionato di libri e gestisce la libreria dal 1994. Dagli anni 70, non hanno

completamente abbandonato, ma hanno ridotto molto i libri usati e hanno cominciato a vendere libri nuovi. All'inizio, vendevano libri con gli sconti, e dopo invece libri più normali. Negli anni 70 e 80 quando il mercato editoriale era più piccolo e c'era più rapporto diretto tra libraio ed editore, poi la distribuzione è diventata centrale, quindi la Toletta ha cambiato il modo di lavorare ed ha cambiato di conseguenza anche la sua offerta. Adesso è una libreria normale che però si occupa molto attentamente di certi editori come Adelphi, una delle più prestigiose in Italia.

Gli scaffali di legno e i muri bianchi con puntini, l'aspetto *vintage* come se fosse ancora negli anni 70, molto antico e particolare. È un ambiente tranquillo e piacevole, in cui è facile dimenticarsi di controllare l'orologio. Vicino alla porta ci sono i libri di fotografia (Foto 27), in quella stanza hanno molte cose su Venezia, tutti i libri in inglese, francese, tedesco, e poi mettono anche tutti i libri illustrati (Foto 28), non proprio per una finalità turistica, ma perché è la stanza più grande e luminosa e i libri grandi di arte e di architettura stanno bene lì.

*Foto 27: i libri di fotografia*



*Foto 28: i libri illustrati*



## **Riassunto dell'intervista**

Ragione della localizzazione di negozio: il fondatore ha scelto questo posto perché è in mezzo alle scuole (c'era il Liceo Marco Polo, di fronte adesso c'è il Liceo Artistico, una volta c'era la Facoltà di Architettura, c'è l'Accademia di Belle Arti, e anche altre scuole abbastanza vicine, da scuole elementari all'Istituto Canossiano dove c'erano le studentesse), lui aveva capito che all'epoca erano molto importanti i libri di scuola, quindi ha trovato un posto dove ci fossero tanti studenti.

I tipi di libri venduti: un po' di tutto, con una piccola sezione di libri usati che però non sono libri di scuola, ma sono solo libri normali.

Meccanismo di selezione e canali di acquisto: basato sugli editori, considerano molto gli editori e cercano di trattare e tenere editori che in altre librerie non si trovano perché fa la differenza, poi un po' di piccoli e alcuni editori importanti (es. Adelphi di cui tengono tutto il catalogo, tutti i tre mila titoli), siccome sono i libri che piacciono ai clienti abituali; gli editori sono tanti, il libraio può scegliere di tenere alcuni più degli altri oppure altri non tenerli nemmeno, può dare un'impostazione alla libreria più intellettuale o più commerciale, loro cercano di darne una più intellettuale avendo anche la parte commerciale, però più culturale che commerciale.

I principali gruppi di consumatori: pochi veneziani perché Venezia si è spopolata, quindi un terzo sono veneziani, un

terzo sono persone che vengono spesso a Venezia, non turisti ma persone che ritornano (es. qui ci sono molte persone di Milano che hanno la seconda casa a Venezia e vengono qui per vacanza, sono degli ottimi clienti perché per loro è come essere in festa qui a Venezia e spesso vengono a fare shopping quindi vanno anche a comprare libri) e studenti delle università, non veneziani ma frequentatori e l'ultimo terzo è composto dai turisti veri e propri, che vengono una volta solo che magari poi tornano, però molto raramente.

Promozione: da due anni hanno una *fidelity card* riservata ai clienti che ritornano, soprattutto quelli che abitano qui a Venezia o nel Veneto che vengono spesso a Venezia e sono interessati a comprare i libri dalla Toletta; la carta costa dieci euro dura per un anno quindi ha un valore vero, uno deve pagare per averla però può avere gli sconti e poi con gli acquisti gli vengono dati dei buoni.

Beni e servizi complementari: da tre anni oltre ai libri, vendono anche piccoli oggetti che sono esposti vicino alla vetrina (Foto 29) per attirare l'attenzione dei passanti che magari non sono interessati ai libri; fanno raramente presentazioni di libri, una volta ogni due mesi.

Lode dai clienti: una libreria incredibile perché ci sono tutti i libri che cercano e che normalmente non si trovano in una libreria, a Venezia è molto difficile trovare libri in lingua inglese, francese, tedesca, e spagnola su Venezia (Foto 30), di solito sono riservati alle persone che sanno l'italiano, quindi i turisti sono molto contenti di trovare queste scelte

qui.

Risultati orgogliosi: sono qui da ottant'anni e hanno una buona reputazione, hanno una qualità molto alta dei titoli ed è anche la più vecchia libreria a Venezia.

Opinione sulle librerie a grande catena e sulle librerie online: il vero problema delle librerie in generale è la libreria online e il commercio online, è veramente quello che rende più difficile le librerie fisiche perché online trovi tutto; le librerie di catena sono sicuramente meno specializzate delle librerie indipendenti, però se viene gestita bene, è simile a una libreria normale.

A proposito di "indipendenza" e come mantenere l'indipendenza: per la Toletta è più facile essere indipendente che per le altre librerie perché primo, a Venezia ci sono tanti turisti che è un vantaggio, anche se comprano solo piccole cose; secondo, fanno questo mestiere da ottant'anni e conoscono benissimo il mercato dei libri, infatti hanno già vent'anni di database; poi le librerie di catena hanno paura di aprire i negozi a Venezia perché è troppo difficile, di conseguenza c'è meno concorrenza.

*Foto 29: la parte dei piccoli oggetti alla vetrina*



*Foto 30: i libri in diverse lingue*



## **Analisi**

Quando quello che stai cercando non è un libro preciso, ma hai in mente solo un'idea o un tema, la libreria fisica è il posto giusto da andare, dice Giovanni. Giovanni ha studiato economia e commercio all'Università Ca' Foscari, gli piace molto la storia, soprattutto la storia del 1900 e quindi gli

scaffali dove ci sono i libri di storia sono i suoi preferiti.

In realtà, Giovanni si è occupato anche dell'unica libreria di catena a Venezia per sette anni (2004 - 2011), la grande libreria Mondadori con due piani vicina alla piazza San Marco, dove adesso si trova la boutique di Louis Vuitton. La libreria ha dovuto chiudere perché ovviamente in questo modo c'è più interesse per il proprietario del palazzo. C'era uno spazio grandissimo di trecento metri quadrati solo per fare eventi culturali, si chiamava "Spazio Eventi", e quindi quasi tutti i giorni c'erano le presentazioni di libri, conferenze politiche, mostre, ecc. Era molto importante per i veneziani perché era come un posto dove potevano avere un'ora di esperienza culturale.

È un peccato che oggi non ci sia più uno spazio per fare diversi eventi interessanti. Però Giovanni ha un progetto: avere un angolo con una caffetteria in Toletta, in modo da avere un po' di spazio anche per le attività collegate, ma non è così semplice perché bisogna avere i permessi, è ancora una cosa da vedere.

*Foto 31*



*Foto 32: io e il titolare Giovanni davanti agli scaffali dei libri di storia*



## 2.3 Libreria Mare di Carta

### Breve introduzione

Nel 1997 Cristina ha aperto la Libreria Mare di Carta a S. Croce 222, ha una grande passione per il mare e da piccola ha letto molti libri su questo tema, quindi aveva le idee chiare fin dall'inizio.

Ha cominciato ad andare in barca da piccola, all'inizio andava con suo padre, poi ha cominciato ad andare da sola e faceva anche attività agonistiche e regate. Ha navigato nel Mediterraneo, il suo itinerario comprende il giro dell'Italia e un salto in Grecia. Ha navigato un po' nel Tirreno e esplorato una minima parte dell'oceano Atlantico. Inoltre sa nuotare e da un po' di anni fa anche apnea<sup>26</sup>. Insomma lei ama l'acqua e sente il bisogno di starci dentro.

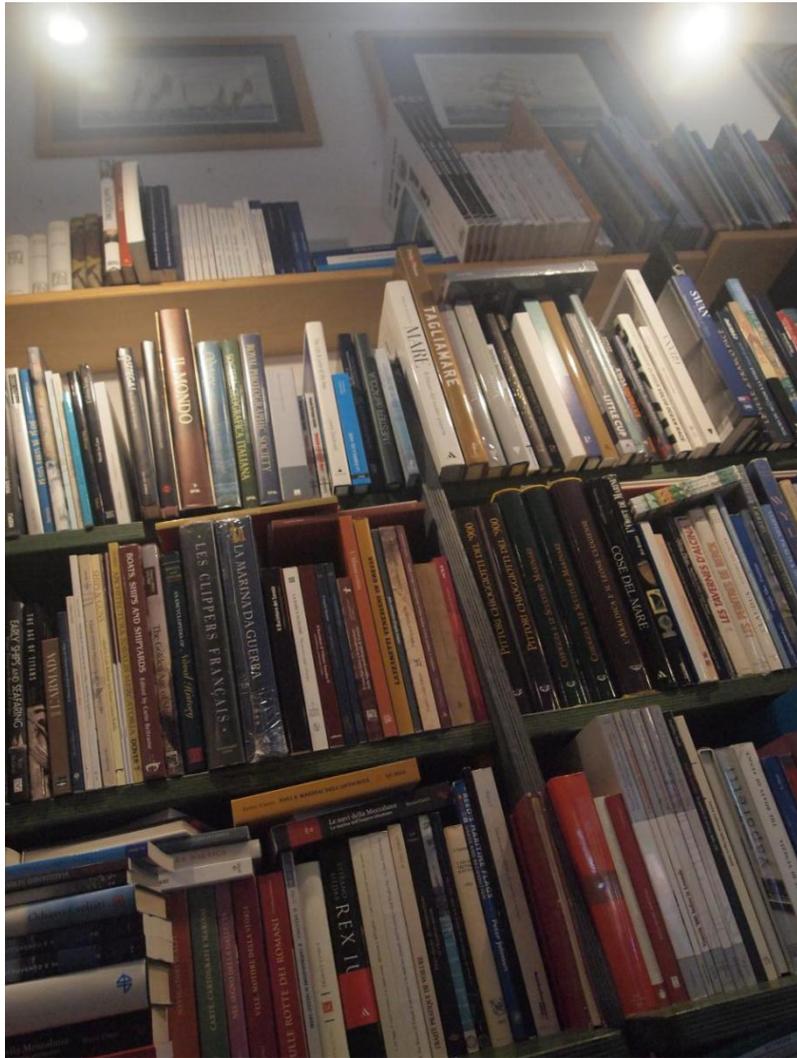
Nonostante lo spazio piccolo, possiamo trovare tanti libri legati al tema del mare, dai manuali di vela e di navigazione, alla narrativa di viaggio con protagonisti marinai, avventurieri e pirati, nonché pubblicazioni a tema per i più piccoli. Qui tutto è dedicato al legame con il mare, legame che a Venezia è ovviamente sempre stato fortissimo e profondo.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Apnea: *free diving*, andare sotto acqua senza le bombole, senza respirare.

<sup>27</sup> <http://t.cn/Rm887mY> Una Giornata tra Le Librerie Più Interessanti di Venezia (2015)

Foto 33



## **Riassunto dell'intervista**

Ragione della localizzazione di negozio: molti dei clienti vengono da fuori Venezia, vengono da Vicenza, da Padova, dal Friuli. È comodo raggiungere la libreria dalla stazione e da Piazzale Roma.

I tipi di libri venduti: tutto quello che riguarda l'acqua e la storia dell'acqua, ecc., specializzata in mare, nautica, marineria in generale, acqua di mare e acqua dolce, ma anche acqua in senso legale (es. i codici dell'acqua); ci sono

anche i libri sulla yoga, la meditazione, tutti manuali che sono di aiuto per la pratica dell'apnea (Foto 34).

Meccanismo di selezione e canali di acquisto: cercano di acquistare tutti i libri di buona qualità che pubblicano sul mare, la scelta è fatta sul gusto della titolare, ma anche sul fatto che c'è sempre bisogno di avere cose nuove.

I principali gruppi di consumatori: destinato soprattutto agli abitanti della zona e ai cittadini del Veneto e Triveneto; pochi turisti, mai casuali, il turista viene qua perché la conosce, perché sa che esiste la libreria, quindi i turisti che sanno, che sono interessati alla storia, per esempio delle barche veneziane o che vogliono acquistare carte nautiche.

Promozione: solo due, tre club di vela che conoscono bene chiedono alla titolare se per i loro soci si può fare uno sconto, ma molto specifico. La titolare non vuole vendere libri con lo sconto.

Beni e servizi complementari: carte nautiche e piccoli oggetti per la nautica (Foto 35), cartelloni e cartoline sul mare e l'acqua, mappe, servizio editoria, un'App "Carta Nautica della Laguna di Venezia"<sup>28</sup>; presentazioni degli autori, serate tecniche (vele, motore, ecc.), gite su barca ("Geografismi") e da cinque anni ci sono collaborazioni con le scuole nautiche e con le scuole elementari per leggere i libri ai bambini.

Lode dai clienti: qualità buona, tanti titoli, scelte eccellenti,

---

<sup>28</sup> App "Carta Nautica della Laguna di Venezia": la prima cartografia lagunare in versione elettronica, non è gratis perché fare un'App così costa 14 mila euro e quindi hanno deciso di farla pagare giustamente.

la gentilezza e la professionalità.

Risultati orgogliosi: è una delle quattro librerie nautiche specializzate in Italia (Venezia, Roma, Milano, e Palermo) ed è una delle due librerie che vendono le carte nautiche della marina militare ufficiali in tutta l'Italia.

Sussidi politici statali / locali: ha vinto un piccolo bando della camera di commercio (adesso non si fanno più), 5 mila euro per fare il sito internet.

Opinione sulle librerie a grande catena e sulle librerie online: dipende da chi sono, Amazon è un cattivissimo concorrente, fa *dumping* sui prezzi, vende sotto costo, fa sconti altissimi, regala il trasporto, non paga le tasse in Italia, insomma porta svantaggio e tratta male le indipendenti; invece le librerie online italiane e le catene, non la influenzano molto, la titolare è presidente nazionale del sindacato librai e lavora molto anche con le altre librerie, fanno riunioni tutti insieme, anche con le librerie di catena e ha visto che anche loro sono in crisi, si sta trovando degli accordi tra le due parti, insomma alla fine è importante che ci siano più librerie possibili in modo che la gente possa trovare libri, comprarli e leggerli.

A proposito di "indipendenza" e come mantenere l'indipendenza: essere indipendenti vuol dire poter scegliere il 100% dei titoli dei libri che ci sono nella propria libreria, poter fare quello che si vuole, poter dire questo sì questo no, poter avere i piccoli editori che magari le grandi catene non sono soliti a scegliere anche se il tema o il

contenuto dei libri sono intriganti; mantenere questa indipendenza è molto difficile perché i margini sui libri sono molto bassi in Italia si devono pagare gli stipendi e l'affitto che a Venezia è molto caro, l'unica soluzione sarebbe avere delle leggi del governo che diano una mano, questo è un problema economico, poi c'è un'altra cosa che le librerie indipendenti hanno in più rispetto a quelle online e alle catene, loro hanno la possibilità di raccontarti e consigliarti un libro.

*Foto 34: i libri sulle pratiche per fare apnea*



*Foto 35: la carta nautica e i piccoli oggetti per la nautica*



## **Analisi**

Cristina è molto indipendente di carattere, ha bisogno di fare le cose da sola, di essere lei quella che decide e ama tanto il suo lavoro. Tante volte il cliente viene e dice: mi consigli un bel libro da leggere! Allora Cristina tira fuori sei, sette, dieci libri da scegliere e racconta qualcosa su tutti i libri. Poi ci sono i clienti che fanno ordini particolari tutti i giorni proprio perché sanno che è molto specializzata. Ha anche libri in inglese, in francese, ma è solo una piccola selezione, però ordina tantissimi libri in inglese su richiesta dei clienti che spesso cercano anche libri rari, che sono fuori catalogo e molte volte li trova fra i libri usati.

Siccome il governo non aiuta le librerie indipendenti, sono in corso delle discussioni sul fatto che i libri non dovrebbero essere venduti con lo sconto, per esempio in Francia, in Germania, in Belgio e altri dodici paesi europei non si fanno grandi sconti sui libri, si può fare uno sconto al

massimo del 5%. In Italia non ci sono questi limiti per cui Amazon e le catene vendono con lo sconto, quindi si sta lavorando finché ci sia una legge tipo come in Francia con lo sconto quasi a zero o 5% massimo. In Inghilterra dove non ci sono leggi, il governo non ha aiutato le librerie indipendenti, infatti non ce ne sono più, mentre Amazon vende il 65% dei libri in Inghilterra, cioè ha praticamente il monopolio e questo è molto grave.

Mare di Carta ha anche un sito internet, dove ordini e spediscono subito, il loro servizio è veloce. La libreria indipendente fa un insieme di attività che fa la differenza rispetto alle librerie online o alle catene. E quindi le librerie indipendenti sono un mix con tante possibilità, il governo le dovrebbe aiutare a sopravvivere, altrimenti se chiudessero non ci sarebbero più cose speciali, le grandi aziende prenderebbero il monopolio e alla fine verrebbe persa la diversità ecologica e culturale.

*Foto 36: la festa del ventesimo anniversario*



*Foto 37: io e la titolare Cristina*



## 2.4 Libreria Acqua Alta

### Breve introduzione

Aperta circa sedici anni fa da Luigi Frizzo, è la terza libreria che apre a Venezia con la sua ex-moglie, una libraia. Lui non è un vero libraio, ma è sicuro di avere una missione, ovvero far conoscere a più persone possibili i libri del suo filosofo preferito Rudolf Steiner<sup>29</sup>. Secondo l'elenco stilato dalla Bbc, è fra le dieci librerie più belle del mondo. Libreria Acqua Alta in Calle Longa Santa Maria Formosa, è aperta tutti i giorni dalle 9 alle 20. Questo è un viaggio nel mondo dei libri soprattutto dedicati a Venezia, ma anche rari e introvabili.

Davanti all'entrata, all'ombra di un fico, c'è un cartello scritto a mano: *"Welcome to the most beautiful bookshop in the world"*. Entrati, si trova di tutto: tra stampe, cartoline, quadri, migliaia di libri che vanno a formare pareti di libri e che si ergono verso il soffitto. Ci sono anche tre o quattro gatti, i veri padroni della libreria Acqua Alta, sono anche il modo migliore per salvare i libri dai topi, l'altro nemico dopo l'acqua alta. Per questo il signor Luigi ha sistemato i libri in tinozze, barili di legno, in una vasca da bagno con i piedini, in un kajak, e per finire in una gondola originale (Foto 38) lunga undici metri e larga cinquanta centimetri. Nella gondola ci sono libri d'argomento veneziano (studi

---

<sup>29</sup> Rudolf Steiner: fondatore della scienza dello spirito, quindi raccoglie il mondo spirituale, poi anche l'agricoltura biodinamica, medicina, architetto, tutto, si chiama l'antroposofia. Una volta uno ha chiesto a Steiner: che cos'è l'antroposofia? Lui ha risposto che l'antroposofia è l'incontro dello spirituale che c'è nell'uomo con lo spirituale che c'è nel cosmo.

specialistici, cataloghi illustrati, diari di viaggio, romanzi), nella stanza limitrofa si trovano libri di saggistica, poesia, narrativa e fumetti. I libri sono di ogni epoca, edizione, costo, in ogni stato di conservazione: ottimo, discreto, mediocre. Provengono da biblioteche private di persone che sono venute a mancare, da sgomberi e da traslochi.

Tuttavia la vera attrazione è nascosta in fondo alla libreria, qui c'è una specie di cortiletto con una scala di libri (Foto 39) realizzata riciclando le enciclopedie che nessuno voleva più, si affaccia sul canale dal quale si vede la Corte Sconta, detta Arcana, di Corto Maltese di Hugo Pratt. La gente viene a visitare questo luogo come se fosse un punto di attrazione. Gli sono stati dedicati articoli sui giornali e servizi sulle televisioni giapponesi, inglesi, cinesi, di Singapore.

*Foto 38: la gondola nella libreria*



*Foto 39: il fondatore Luigi e la scala di libri*



## **Riassunto dell'intervista**

Ragione della localizzazione di negozio: al titolare piace questo posto, è grande e c'è una porta che si affaccia sul canale.

I tipi di libri venduti: di tutto, soprattutto libri fuori stampa, fuori catalogo, ci sono anche libri nuovi di catalogo, ma quelli vecchi occupano la maggioranza.

I principali gruppi di consumatori: studenti, turisti (comprano soprattutto calendari, cartoline, libri fotografici), i veneziani, ma anche persone che vengono dalla terraferma, da Verona e da Vicenza.

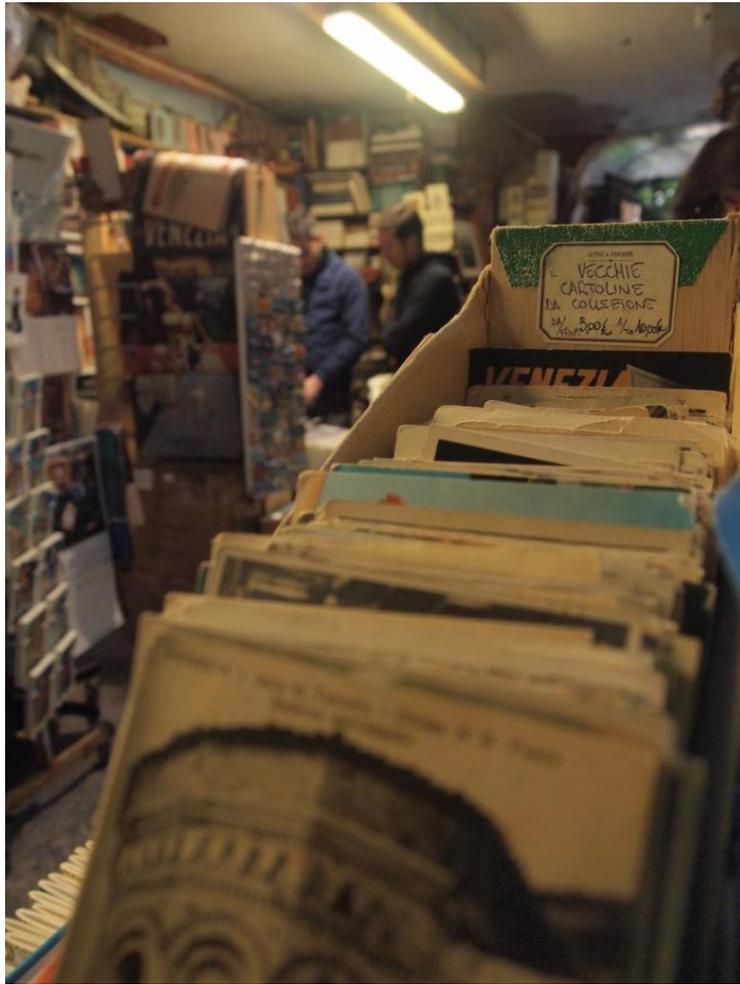
Beni e servizi complementari: cartoline (alcune vecchie cartoline da collezione, Foto 40, anche di cento anni fa circa, anche le foto e i dischi vecchi, Foto 41), calendari, stampe.

Lode dai clienti: c'è la gondola, il canale, la scala e ci sono libri introvabili (il titolare prende libri da privati, che li hanno lì da tanto tempo).

Opinione sulle librerie a grande catena e sulle librerie online: sono molto da supermercato, non c'è tanto la possibilità di scelta, là mettono solo i libri da vendere, non fanno altro che i venditori, non hanno una missione.

A proposito di "indipendenza" e come mantenere l'indipendenza: indipendenza significa libertà, dove si può fare un po' tutto quello che si vuole, anche se non sempre perché chi comanda è il comune; il titolare fa solo quello che gli piace con un gusto che piace anche alla gente.

*Foto 40: le vecchie cartoline da collezione*



*Foto 41: i vecchi dischi in vinili*



## **Analisi**

Non somiglia a nessun'altra libreria, ma solo al suo proprietario. Luigi Frizzo, una vita da gira mondo, 77 anni appena compiuti, e sfata lo stereotipo del libraio. Non è un intellettuale né un topo di biblioteca, è arrivato a fare il libraio dopo mille mestieri: ha fatto il pastore delle mucche, il marinaio sulle navi di linea che attraversavano gli oceani, la guida turistica a Tahiti, il croupier in Sudafrica, cameriere, lavapiatti, verniciatore di carrozzeria, cuoco, aspirante rivoluzionario maoista, e minatore. Queste esperienze devono averlo segnato perché Acqua Alta somiglia a una miniera più che a una libreria, a una serra più che a una biblioteca. Ma somiglia anche a una caverna di un negromante, forse per la sua passione per l'esoterismo (l'antroposofia). Però i libri sono ordinati per argomento, infatti sembra tutto in disordine, ma non è proprio così.

Oltre al passaparola, i turisti scrivono e pubblicano foto su internet, Facebook, TripAdvisor, tutti loro fanno tanta pubblicità. Piace alla gente, forse esagerano, ma dicono che è un posto veramente unico. L'internet sempre diminuisce il costo di marketing di un buono prodotto.

Dal gennaio del 2017 in libreria lo affianca il figlio Lino e speriamo che riesca ad ereditare la creazione e il gusto straordinario della vecchia generazione.

Foto 42

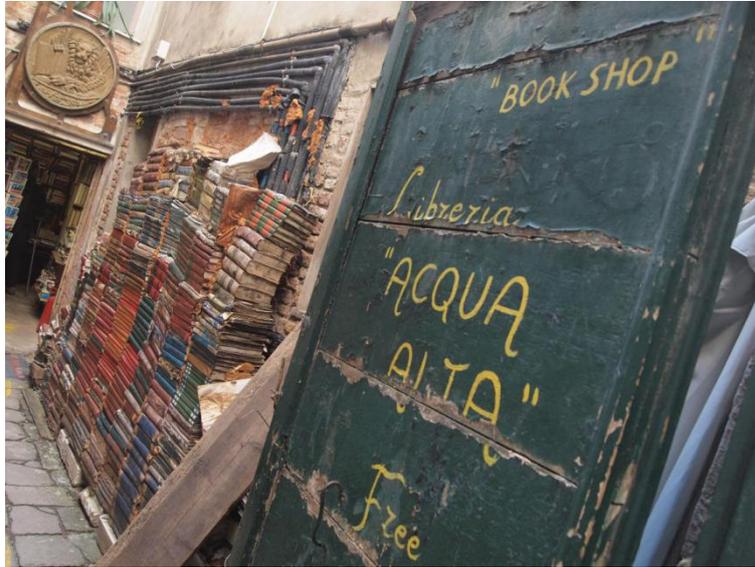


Foto 43: io e il fondatore Luigi davanti alla sezione di filosofia



## 2.5 Libreria MarcoPolo

### Breve introduzione

MarcoPolo è una libreria indipendente a Venezia con due sedi, una in campo Santa Margherita e l'altra nuova, a Giudecca. In entrambe le librerie possiamo trovare un assortimento di libri di editoria indipendente con un ampio settore di libri illustrati per bambini e adulti. Nella sede della Giudecca c'è anche una selezione di libri usati e fuori catalogo che prima della sua apertura vendevano principalmente attraverso le piattaforme internet per la mancanza di spazio fisico.<sup>30</sup> Circa quindici anni fa, nel 2002, la libreria originale era nata da un'idea di viaggio, però poi quando è nato internet, con Google Maps e altre applicazioni, la stampa delle diverse guide delle città è enormemente ridotta nel mercato libraio. Quindi poiché il mondo sta avanzando, anche la finalità MarcoPolo è cambiata. Tuttavia rimangono sempre attenti all'idea che il viaggio deve rimanere metaforicamente dentro la scoperta del libro.

Preferirei raccontare la sede in Campo Santa Margherita che è circondata da un'atmosfera molto vivace, l'unica libreria veneziana dove possiamo sempre sentire buona musica (adesso anche alla nuova<sup>31</sup>). Questo posto è stato aperto da

---

<sup>30</sup> Fonte: <http://t.cn/Rm8r9C1>

<sup>31</sup> La MarcoPolo Giudecca: martedì 28 novembre del 2017, dalla felice e apprezzatissima esperienza dei primi due anni due mesi e due giorni della libreria MarcoPolo di Campo Santa Margherita, nasce MarcoPolo Giudecca, una libreria di quartiere (prima e unica nella storia dell'isola) che si rivolge prima di tutto ai residenti dell'isola, uno spazio fisico e culturale "display", una lunga parete che ospiterà mensilmente (tra gioco e discussione, come suggerisce il nome) delle mostre temporanee e tematiche di libri legate a un determinato argomento o

poco meno di tre anni, nel 26 settembre del 2015, da tre soci, Claudio, Sabina, e Flavio. Gli editori e i libri sono scelti con cura, sono molto speciali e molto difficili da trovare in giro, i tre soci leggono i libri che propongono e a volte ne scrivono anche una recensione sul loro sito<sup>32</sup>. Questi libri non sono normali libri, ma diventano come giochi, e attraverso diverse forme, ampliano la mente del lettore infondendo varie pensieri. Chi entra qua spesso esce con uno spirito un po' diverso, più allegro, più aperto, più pieno.

Normalmente quando c'è bel tempo aprono tutte le porte e mettono almeno uno o due sedie, a volte anche un tavolino fuori dalla libreria. Questo è lo spazio che i tre librai amano tanto, infatti se possono si siedono lì per leggere, è anche una posizione in cui possono raggiungere in pochissimo tempo il cliente in cerca di un consiglio o di un aiuto. I colori che rappresentano MarcoPolo sono il grigio e il rosso, infatti possiamo vedere, per esempio, la parete grigia dietro con la scritta in rosso e attorno alla cassa (Foto 44). Vediamo anche un segno rosso che attraversa tutta la libreria, e gli scaffali, qui sopra vengono riposti i loro consigli e i libri che piacciono a loro. È un filo rosso che si attacca alle due panchine e che attornia e riunisce tutto in quelli che sono gli oggetti emblematici della libreria ovvero le panchine rosse e il cavallino "Ipocalipo".

---

suggerzione, dove poter trovare libri e trovarsi, seguendo la vitalità dell'isola e della sua comunità, vuole essere anche libreria di proposta, di scoperta.

<sup>32</sup> Sito: <http://t.cn/Rm8r9C1>

*Foto 44*



*Foto 45*



## Riassunto dell'intervista

Teoria centrale: fare un viaggio nella libreria, la persona che entra qua dentro lo fa attraverso i libri che sono sempre scelti con estrema cura e attenzione. L'idea è proprio che il viaggio viene compiuto metaforicamente attraverso la lettura e l'incontro con i libri.

Ragione della localizzazione di negozio: prima era vicino alla casa di Marco Polo (ragione della denominazione), però hanno voluto uno spazio più ampio, forse anche al centro di alcune vie che si intercettavano, che si toccavano, come per essere un punto d'incontro per le due sedi universitarie, infatti da una parte c'è lo IUAV e dall'altra c'è l'Università Ca' Foscari, dietro c'è la biblioteca Zattere ed è anche abbastanza vicino alla stazione ferroviaria (sono sufficienti dieci minuti), diverso dalla posizione di prima che era più nascosta e più intima.

I tipi di libri venduti: prima era una libreria di viaggio; adesso mantengono una piccola sezione per i libri di viaggio veri e propri, poi ci sono tre stanze, nella stanza principale chiamata "la stanza della narrativa" ci sono i libri che narrano storie, nella maniera più ampia; la stanza che invece si trova alla destra della cassa chiamata "della saggistica" (Foto 46), espone libri di musica, cinema, teatro, danza, un po' di economia, storia, critica letteraria, viaggio, poesia, e antropologia; mentre la terza stanza è la stanza dedicata alla letteratura per l'infanzia e la *graphic novel*<sup>33</sup>,

---

<sup>33</sup> Graphic novel: libro illustrato che racconta storie vere e proprie disegnate come con la tecnica del fumetto, in maniera diversa rispetto al libro stampato con le

libri da colorare o per giocare in italiano, ma anche in inglese, sono libri particolari, libri bizzarri, ma anche libri speciali, qualcosa che a loro fa piacere tenere sullo scaffale perché mostra la loro ricerca e studio.

Meccanismo di selezione e canali di acquisto: hanno dei rapporti con le case editrici con cui lavorano, ma non tengono per forza tutto il catalogo che offrono, tengono sicuramente le novità, ma poi anche per una questione di spazio, una parte di catalogo che magari non si muove o non riescono proporre o non hanno letto perché magari non gli piacciono nel tempo, viene ridato alla casa editrice per continuare invece a lavorare sulle cose su cui sono concentrati sempre di quella casa editrice; per la narrativa, la saggistica, la fotografia, il cinema, la musica, hanno rapporti con case editrici indipendenti che vengono integrati dalle scelte che guardano anche altri cataloghi di altre case editrici che non hanno, oppure dei cinque grandi gruppi editoriali che magari hanno anche loro delle cose molto belle che MarcoPolo importa qualche copia, così da integrare l'offerta che normalmente hanno attraverso le loro case editrici con cui hanno dei rapporti diversi; quando vedono un libro bello che gli viene consigliato dai clienti, lo prendono e lo leggono, se risponde all'emozione, alla bellezza grafica, alla bellezza di insieme anche come oggetto, il libro viene introdotto in MarcoPolo.

I principali gruppi di consumatori: proprio per la diversità delle tre stanze, la clientela è estremamente varia, ci sono

---

parole.

un sacco di bambini, adulti, anziani, giovani, ma anche un sacco di cani vengono per bere l'acqua; una buona parte di adulti e qualche volta anziani, anche del quartiere, che vengono abitualmente e fidelizzati; ci sono anche turisti. È una libreria che in qualche maniera riflette la vitalità del campo che è fatto di giovani e di persone che abitano qui attorno.

Promozione: solo per alcuni cataloghi delle case editrici che non esistono più.

Beni e servizi complementari: incontri (da quattro a otto volte al mese, si possono anche recuperare le registrazioni sul sito) tra gli scrittori, editori, disegnatori e lettori, corsi di fotografia (collaborano con un fotografo), attività tipo benessere pubblico (punto gratuito di ricezione della verdura di un progetto che si chiama Donna Gnora, verdura biologica coltivata da questi ragazzi giovani che hanno dei campi fuori Venezia; le borse vengono fatte dai ragazzi del carcere che sono legate a un progetto, per dare a loro la possibilità di ricominciare attraverso un lavoro dignitoso).

Il collegamento tra i beni e servizi complementari e la libreria: corsi di fotografia al fine di migliorare la capacità propriamente fotografica, ma anche di tipo estetico e artistico, mentre l'appoggio logistico alla verdura, alle barche e i remi<sup>34</sup> è un altro tassello per pensare una città in maniera diversa.

---

<sup>34</sup> Normalmente il mercoledì arrivano questi ragazzi con i remi e portano la verdura, e i librai tengono anche i remi per le barche di un'associazione che lavora sul recupero delle antiche barche a remi di Venezia e che poi offrono alle persone che vogliono ad un prezzo veramente più che socia, e dei corsi di voga in giro per i canali della città.

Lode dai clienti: sia per la scelta dei libri, sia per l'atmosfera che c'è in MarcoPolo, ti permettono sempre di sentirti tranquillo.

Risultati orgogliosi: una parte della particolarità delle librerie Veneziane.

Opinione sulle librerie a grande catena e sulle librerie online: le librerie di catena continueranno ad esistere perché sono punti nodali di quella specie di supermercato *self-service*; le librerie online, forse Amazon appare come un problema, però come il più grande libraio del mondo, li aiuta a vedere se un libro è ancora in commercio oppure se è facile da recuperare.

A proposito di "indipendenza" e come mantenere l'indipendenza: per loro essere indipendenti è soprattutto il fatto di non avere dei rapporti commerciali con i grandi gruppi editoriali e i grandi distributori sul territorio nazionale, questo in senso economico legale è indipendenza; poi l'indipendenza per il resto è anche il fatto che fanno quello che vogliono, e possono continuare a rimanere così proprio perché quest'idea la portano avanti insieme dal primo giorno.

*Foto 46: la stanza “della saggistica”*



*Foto 47: un panchina rossa e qualche giocatori per i bambini*



## **Analisi**

La diversità è un fattore integrante dell'idea per cui hanno fondato questa libreria, sono cose ormai difficili da trovare altrove, anche il fatto di poter trovare libri un po' strani, ma divertenti, in qualche maniera questi libri descrivono che tipo di persone sono loro. Sono sempre in cerca di quei libri che esprimono il senso della libreria, non solo di comprare il libro ma di stare insieme a loro e vivere l'esperienza MarcoPolo. L'idea della libreria è che questi libri coincidono con la creatività e l'innovazione, non è così popolare ma a una parte della gente piace e sicuramente cerca questa cosa qua. Proprio per questo motivo riescono ad attirare gente che con il tempo diventa clientela abituale. Non è solo vivere l'esperienza nella libreria, se comprano i libri vuol dire che condividono le stesse idee con la libreria.

Lavorano con un segmento del mercato molto piccolo, insieme a delle case editrici, sono circa quaranta, cinquanta case indipendenti che in realtà occupano lo spazio di circa 12% del mercato librario italiano. Quindi l'indirizzo della MarcoPolo è perfettamente diverso e l'idea è di portarti con la stessa emozione, con la stessa competenza in altri sentieri di lettura, senza mancare di rispetto a quello che invece è il lavoro degli altri grandi gruppi editoriali e delle altre librerie che fanno altre scelte. Questo è il modo moderno, attuale, giovane, brioso, brillante per stare sul mercato che non è semplicemente vendere tantissime copie di libri, ma vuol dire vendere a una persona un buon libro e sapere che domani tornerà perché le è piaciuto il negozio in

cui l'ha preso. Senza alcun dubbio anche loro devono stare sempre dentro alle spese quali l'affitto, le bollette, gli acquisti dei libri e altre spese, ma questa cosa la fanno ancora meglio se quello che vendono è quello che sanno raccontare perché è quello in cui credono e quindi siccome credono che nelle piccole e medie editorie ci siano quei gioielli, gemme nascoste che possono permettere a loro di vivere una vita dignitosa e di mantenere il loro lavoro, pensano che sia importante continuare a stare in questa parte del mercato. Il risultato economico è sicuramente importante, questo non deve essere banalizzato, ma il risultato economico arriva ancora più facilmente quando si fanno delle scelte precise, quando si crede in ciò che si fa, quando ogni giorno si riempie di competenza e di sapienza per poter raccontare agli altri. Loro non ti aspettano alla cassa, ma ti offrono un caffè, loro non chiedono spesso se hai bisogno di aiuto, ti lasciano libero dentro lo spazio MarcoPolo, se tu dopo un po' non trovi il libro che cerchi o sei confuso, puoi chiedere a loro. Non hanno l'attenzione focalizzata sul fatto che il cliente debba comprare un libro, il cliente deve poterli toccare, sfogliare, leggere, se poi lo compra, è un guadagno per entrambe le parti, ma non è necessariamente la prima finalità in assoluto per i titolari, ma diventa più facile che i lettori comprino libri se lo trovano dentro MarcoPolo, quell'esperienza di competenza, tranquillità, allegria che ti fa comprare un libro con più piacere. Importante è che non perdono il numero dei lettori, se non perdi l'abitudine di leggere, poi un giorno tornerai a MarcoPolo.

Come una delle poche librerie a Venezia, forse è l'unica che fa incontri settimanali con autori, editori, disegnatori con lo scopo di avvicinarsi al lettore. Oltre quello che i tre soci hanno già letto del libro questi incontri che di solito durano un'ora, riescono ad ampliare l'insieme delle cose che poi possono andare a dire, a raccontare alle persone che entrano qua e allora l'incontro diventa doppiamente arricchente, sia per i librai che per le persone che vi partecipano.

*Foto 48: il posto preferito dei soci*



*Foto 49: io e i tre soci Flavio, Claudio e Sabina*



## **2.6 Confronto locale**

Venezia come la più conosciuta città di acqua e turismo del mondo le quali anche le librerie sono naturalmente composte dagli ingredienti acqua e turismo. Qui ci sono scuole in ogni scala e forma, quindi le librerie che hanno come caratteristica la divulgazione della conoscenza, offrono ai gruppi di studenti e giovani i servizi più adatti.

La Mare di Carta è inseparabile dall'acqua perché la titolare è una grande amante dell'acqua e combina perfettamente l'acqua con i libri. L'Acqua Alta con il nome composto da acqua, è denominata direttamente dall'unico fenomeno veneziano dei picchi di marea, si può vedere ovviamente l'interdipendenza tra l'Acqua Alta e l'acqua. Cito qua la frase del socio Flavio della MarcoPolo: "sulle tematiche dell'acqua alta, l'acqua alta per me anche se è un po' scomoda, è veramente interessante, come se fosse un momento antropologico perché parifica tutte le condizioni sociali, cioè

tutti, che tu sia ricco o povero, che tu abbia una casa o non ce l'abbia, che tu stia studiando o lavorando, tutti camminano in mezzo all'acqua, e questo è un'altra delle particolarità della città." Per quanto riguarda MarcoPolo, è legata da sempre al viaggio, all'inizio la tematica era il viaggio, poi è diventata nel tempo il viaggio nei libri e nella libreria, non solo per i lettori, ma anche per i tre soci che amano e insistono a trovare libri speciali e proprio perché la loro ricerca e selezione sincera, i lettori possono scoprire preziose gemme in questo piccolo spazio. Invece l'Acqua Alta costituisce un proprio posto turistico vivente, numerosi turisti vengono per la fama e pubblicano i loro bei viaggi su internet, che crea una sorta di pubblicità indiretta. Anche la Toletta ha preparato delle cose interessanti e i libri su Venezia in diverse lingue per i gruppi di turisti, ed era la "Terra Santa" per tante generazioni di studenti veneziani che compravano e vendevano i libri di scuola. Su questo aspetto, la MarcoPolo arricchisce la vita doposcuola dei giovani con le varie attività culturali e aumenta anche la vitalità del quartiere. E ritorniamo al Mare di Carta che supporta gli istituti veneziani di navigazione e al tempo stesso va nelle scuole elementari per raccontare appassionatamente ai bambini le storie e conoscenze sul mare.

Queste librerie hanno punti in comune, ma analizzandoli attentamente sono diversi, e hanno differenti enfasi. Non entrano in conflitto, ciascuna è un fascino indispensabile per Venezia.

Quello che mi ha sorpreso è che in Italia non ci siano sufficienti misure governative per supportare le librerie. Levi disse: “non è vero che non si sia mai fatto nulla per sostenere la lettura, non buttiamo via quanto è stato realizzato finora. Certo, bisogna fare uno scatto importante: sostenere le librerie, le biblioteche scolastiche, pensare alla defiscalizzazione dell’acquisto dei libri. Ricordando a tutti, però, che quella editoriale è la prima industria culturale italiana, prima del cinema, della musica, dell’arte. Un punto da cui partire.”<sup>35</sup> Tuttavia i titolari dichiarano che il governo non sta facendo niente.

Inoltre, i titolari hanno un’opinione un po’ negativa delle librerie online, in particolare Amazon perché il colpo del commercio online a quello fisico non è leggero. Purtroppo non possiamo negare che internet ci ha portato degli aspetti buoni, ad esempio, le pubblicazioni sui *social media*, l’interazione online tra gli account ufficiali e i consumatori, le raccomandazioni dei prodotti e attività sui siti ufficiali e anche i servizi dove possiamo ordinare i libri online, ecc., Amazon a volte è anche un mezzo utile per le librerie fisiche. Il ruolo sempre maggiore che l’e-commerce e Amazon in particolare, sta assumendo invita tutti, anche i librai, a una riflessione. Levi non si iscrive al partito anti-Amazon. “Non è un nemico e come le altre librerie online ha grandi pregi: può portare i libri dove non ci sono e purtroppo sono molti i luoghi in Italia in cui la situazione è tale; ha un assortimento enorme che i negozi fisici non possono garantire e una

---

<sup>35</sup> <http://t.cn/RuxbyMt> Libri, il mercato cresce del +5,8%, Amazon dà slancio alla ripresa (2018)

grande efficienza distributiva. Amazon è senza dubbio un amico del libro e del lettore, però si deve combattere sulla stessa linea, e non fare braccio di ferro. Non va bene che non abbia mai diffuso i dati di vendita per molti motivi. Non è giusto per gli editori e impedisce all'autorità pubblica di decidere come impostare le proprie politiche. Avere una fotografia della realtà il più possibile precisa non è solo un diritto: è necessario.”<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> <http://t.cn/RuxbyMt> Libri, il mercato cresce del +5,8%, Amazon dà slancio alla ripresa (2018)



## Capitolo 3 Analisi generale

### 3.1 Il contesto internazionale

Per definire chiaramente la libreria indipendente, ho stilato una lista dei tipi di libreria nell'introduzione: la libreria fisica, la libreria tradizionale, la libreria di catena e la libreria online. Le relazioni tra queste e la libreria indipendente sono complesse, però hanno dei punti in comune: la libreria indipendente, tradizionale e di catena sono incluse nella libreria fisica; la tradizionale è stata condizionata da quelle di catena e online, ma ci sono anche alcune che hanno fatto *upgrade* e sono diventate le indipendenti; in realtà, nel processo della gestione moderna queste non sono in conflitto, ma sono "*co-opetitive*" (cooperative + competitive), infatti possono approfittare delle esperienze che hanno accumulato. Inoltre, devo menzionare altri due ruoli importantissimi nel campo della lettura pubblica: la biblioteca e l'e-book. Il primo ha una storia lunghissima e un carattere di benessere pubblico, invece il secondo è più avanzato, pratico e non occupa molto spazio. Quindi che collegamento hanno con la libreria indipendente e che relazione hanno tra essi?

La biblioteca è tradizionalmente un luogo per raccogliere i libri e diverse pubblicazioni, ma oggi anche le mappe, le stampe, gli archivi e le opere artistiche. Il personale serve la gente raccogliendo informazioni da CD-ROM, database, internet, ecc. Adesso la concezione che la gente ha per la biblioteca non è più limitato all'edificio in sé: i lettori

possono ottenere le risorse attraverso gli apparecchi elettronici, il personale della biblioteca può guidare i lettori e analizzare le conoscenze di giganti volumi attraverso diversi mezzi digitali. Un altro funzione della biblioteca è raccogliere risorse da utilizzare e consultare che magari la gente non ha la voglia o l'abilità di acquistare. Dopotutto, la libreria non può essere sostituita dalla biblioteca perché i bambini che crescono in questo ambiente avranno una comprensione più intuitiva del valore dei libri e delle conoscenze. La biblioteca non può darci la sensazione che il libro e la conoscenza valgono la pena di essere acquistati oppure la soddisfazione di possedere un libro.

L'e-book è la pubblicazione con la scrittura, l'immagine, il suono e altre informazioni digitali che possono essere scaricati, memorizzati e mostrati su un e-reader a mano. Rappresenta la pubblicazione digitale che è differenziata da quella tradizionale su carta. L'e-book è salvato digitalmente su strumenti ottici, elettroniche e magnetiche, può essere letto, copiato e trasmesso solo con gli apparecchi specifici. Una volta, le librerie fisiche soffrivano per la competizione con l'e-reading, la quantità delle librerie e le vendite erano diminuite molto. Infatti sono caduti al livello più basso verso il 2013, hanno recuperato un po' verso il 2014 e nel 2015 si sono completamente ribaltati. Questa è la situazione internazionale che le librerie hanno in comune, incluse quelle americane.

Richiamando la storia, anche se negli Stati Uniti leggere i libri era diventato una parte della vita quotidiana della

gente comune dopo la seconda guerra mondiale e poi quasi tutti riuscivano gradualmente a comprare i libri. All'inizio della guerra, per arricchire la vita spirituale dell'enorme esercito di soldati giovani e tenere alto il loro morale, il governo degli Stati Uniti aveva pensato al libro come una fornitura strategica importante uguale alle armi, agli alimentari, ai farmaci e ai veicoli. La soluzione iniziale era invitare i cittadini a donare i libri, avevano raccolto dieci milioni di libri in cinque mesi. Però c'erano centotrenta milioni di persone negli Stati Uniti, quindi la quantità di libri non era abbastanza alta e la maggior parte erano edizioni di lusso, molto grandi e pesanti, perché questa era la concezione che la gente aveva per il libro all'epoca. Poi per portarli facilmente nella marcia, l'esercito americano aveva prodotto delle versioni militari, cioè le versioni attuali, flessibili, piccoli e leggeri. Inoltre, avevano espanso anche i contenuti dei libri: i libri servivano principalmente per la classe media alta prima della guerra, quindi i contenuti erano limitati alla letteratura, filosofia, giurisprudenza, teologia e così via. Però nella guerra per soddisfare l'esigenza dei soldati, si stampavano anche libri di barzellette e i fumetti e vengono mandati alla linea del fronte. Dopo la guerra, l'industria delle versioni militari non è uscita dal palcoscenico, al contrario, vennero stampati in grande quantità permettendo a più persone di classe inferiore di comprare e leggere i libri. Il fondatore del Logic Show<sup>37</sup>, Luo Zhenyu suppone che nel futuro, i libri con scopo esperienziale come per esempio gli album artistici,

---

<sup>37</sup> Logic Show: un programma audio che racconta gli argomenti su economia, commercio innovativo, società, storia, ecc.

non verranno sicuramente sostituiti dall'e-book, ma anche i libri scritti non lo saranno, perché leggere un libro stampato è il processo di estrarre più informazioni allo stesso tempo, in tal modo portando a una lettura più efficiente. Tuttavia le collezioni di libri saranno probabilmente digitali perché è più facile ritrovarli e risparmiano spazio fisico, di conseguenza aumentando l'efficienza.

In sintesi, la biblioteca e l'e-book hanno la possibilità di combinarsi tra di loro e non sono minacciose per la sopravvivenza della libreria fisica. In realtà oggi la fisica ha cominciato il business online, però è veramente ironico che persino le librerie online hanno anche allungato i loro tentacoli al mercato offline, tra cui il gigante e-commerce globale, Amazon è la più evidente.

Tanti librai incolpano l'e-commerce per il declino della libreria, mentre "il colpevole" Amazon entra nel mercato della libreria fisica dopo aver represso gravemente le librerie tradizionali, ha aperto il primo Amazon Bookstore nel Time-Warner Building vicino al Central Park a New York. Il palazzo è un centro commerciale completo con un ristorante a tre stelle Michelin e il Lincoln Center Jazz Theatre al piano superiore, negozi di abbigliamento, borse e scarpe al piano inferiore, inoltre c'è il supermercato Whole Foods al seminterrato, ultimamente acquistato da Amazon. È una libreria molto diversa da quelle che troviamo in strada.

Invece di dire che Amazon ha aperto una libreria, piuttosto è meglio dire che ha affittato una sala per esposizioni. Infatti

i libri sono tutti messi sui scaffali con la copertina del libro rivolta in su come se fossero opere esposte e sulle etichette ci sono i punteggi Amazon. Lo spreco di approccio spaziale ne consegue che ci sono solo un centinaio di libri in tutta la libreria, incomparabile ai centomila libri delle librerie indipendenti. Le cose più evidenti nel negozio sono l'altoparlante delle serie Alexa e gli apparecchi elettronici come Kindle. Il personale promuove Amazon Prime, dove solo i membri possono acquistare al prezzo online i libri esposti, altrimenti si paga di più nel negozio fisico. Tuttavia, da un altro punto di vista, questa è probabilmente una fusione di Amazon e della vendita tradizionale al dettaglio: nonostante lo sviluppo dell'e-commerce, le persone hanno sempre l'esigenza di toccare e percepire le cose.

### **3.2 Confronto internazionale**

La libreria è in primo luogo un negozio che si basa sull'opera meritoria di vendita; in secondo luogo è un negozio di libri, quindi vendere i libri è il lavoro principale. Su questa base si possono condurre altri affari, espandere l'attività e i canali di vendita.

#### **Mantenere il lavoro principale di vendere di libri**

Nella gamma di libri, le librerie indipendenti devono avere una caratteristica e specialità diversa dalle catene per servire i clienti più intimamente e direttamente. Nei casi sopra, ognuno di loro ha la sua accentuazione sulla scelta

dei libri: accademica o artistica, sull'acqua o sull'estetica di vita oppure sulla lettura d'infanzia. Inoltre, relativamente ai libri nuovi e normali, i libri di seconda mano e i libri fuori stampa creano più profitto. Tra i vari casi, tutte le quattro librerie a Venezia vendono anche libri vecchi, mentre a Shanghai ce n'è solo una che lo fa, cioè il Lu Ming Bookstore, che ha come suo tema la letteratura, storia e filosofia antica. Secondo me, la ragione per cui sono rare le librerie a Shanghai nei casi che fanno questo tipo di affari può essere che: oggi la Cina ha uno sviluppo molto veloce, particolarmente nelle grandi metropoli come Shanghai, la vita cambia di giorno in giorno e i beni materiali sono in eccesso, la maggior parte delle persone non ha la pazienza di fermarsi e percepire la bellezza degli oggetti vecchi. Invece in Italia, i beni culturali sono accumulati meglio e la gente è affezionata alle cose vecchie, quindi il mercato dei libri vecchi è di conseguenza più curato su tutti gli aspetti.

## **Espandere l'attività e i canali di vendita**

Oltre ai libri, il modo più basilare è aggiungere diversi prodotti, cioè vendere anche la cancelleria, i giocattoli, i prodotti artigianali, ecc. A questo proposito, tutte le quattro librerie a Venezia lo fanno, tra cui la Libreria Mare di Carta vende anche carte nautiche ufficiali, mentre la Libreria Acqua Alta vende oggetti antichi come foto, cartoline e dischi in vinile. Anche due delle quattro librerie a Shanghai lo fanno (Baixin Bookstore e Upper Bookstore). Poi c'è anche il servizio di bevande e cibi che è un modello commerciale molto popolare in Cina, tutte le quattro

librerie a Shanghai lo fanno, ma nessuna delle quattro a Venezia lo fa. Secondo me, la ragione può essere: il caffè e la cucina occidentale rimangono ancora un territorio straniero per i cinesi, di conseguenza la gente percepisce la caffetteria come un luogo esotico. Se si combinasse la libreria e la caffetteria, si potrebbe conferire un'impressione di buongusto e allontanare la libreria dalla vita quotidiana. Però in Italia, il caffè è proprio parte della vita quotidiana, ci sono caffetterie e bar ovunque, quindi la libreria non ha la necessità di integrarla e concorrere con le altre caffetterie. Per esempio, tra le librerie a Venezia per cui ho fatto l'intervista, l'unica che ha menzionato il progetto di aprire un angolo del genere, la libreria Toletta, non l'ha ancora realizzato. In realtà, ci sono già la Pasticceria Toletta e il Bar alla Toletta vicino alla Libreria Toletta e la distanza tra loro è così breve che tutti sono denominati direttamente secondo il nome della calle. Solo se collaborassero insieme, altrimenti la libreria non dovrebbe sprecare energia e spazio per questo progetto. Alla fine si può svolgere diverse attività culturali, lo fanno quasi tutte le librerie per cui ho fatto le interviste, anche se come la Libreria Mare di Carta non ha abbastanza spazio, fanno del loro meglio organizzando eventi affittando aree delle biblioteche e delle scuole. La Libreria Acqua Alta, non organizza eventi, ma hanno fatto diventare la libreria un'attrazione turistica attraverso il potere dei *netizen*. Il turista non può essere sottovalutato in una città così turistica come Venezia, ogni mestiere lo serve, anche le librerie.

Sui canali di vendita, si può utilizzare e combinare le risorse

di internet per allargare e accelerare i servizi e anche aumentare la popolarità. Tutte le quattro librerie a Venezia hanno i siti ufficiali e gli account ufficiali su Facebook, mentre le quattro a Shanghai hanno gli account ufficiali su WeChat, su cui fanno aggiornamenti delle librerie in tempo reale e pubblicano le informazioni, per facilitare la comunicazione online con i clienti e offrire l'ordinazione online a seconda della situazione.

### **Atmosfera, prodotti, servizio, strategia**

Non importa se è una libreria o un altro negozio, se vuole andare sempre meglio, deve avere l'abilità di conquistare la gente: prima di tutto, attirare i clienti con una buona atmosfera; secondo, stimolare il loro desiderio di acquisto con i buoni prodotti; terzo, portargli un'esperienza perfetta con un buon servizio. Non basta solo una volta, ma di più, il consumo deve diventare un'abitudine, bisogna premiare i clienti che ritornano e costruire un buon passaparola e un buon *brand*. Qui vorrei parlare del sistema di fedeltà che è una strategia molto efficace per far tornare i clienti, tre tra gli otto casi sopra offrono la carta fedeltà (Baixin Bookstore e Upper Bookstore a Shanghai, e la Libreria Toletta a Venezia).

### **Diversi contesti territoriali, simili contesti epocali**

Possiamo dire in sintesi: la libreria più antica a Shanghai, Baixin Bookstore e quella più antica a Venezia, la Libreria

Toletta, tutte e due son molto attive e intraprendenti, anche se hanno una lunga storia, non rimangono attaccati ai risultati del passato, ma si sforzano di trovare e provare il modello d'operazione più adatto all'epoca. La libreria più caratteristica a Shanghai, Old China Hand Reading Room (adesso, Old China Hand Style), e quella più caratteristica a Venezia, la Libreria Mare di Carta, tutte e due fanno del loro meglio seguendo la loro specialità e il loro tema principale. Infatti, come Cristina, la titolare della Libreria Mare di Carta, anche il proprietario della Old China Hand, Erh naviga. Egli naviga sulla via della seta marittima da cinque anni per documentare la storia con la fotografia. Lu Ming Bookstore a Shanghai e la Libreria Acqua Alta a Venezia sono di stile totalmente differenti, la prima molto accademica e la seconda molto *casual*, però tutte e due persistono nei loro domini fisici e tematici. Upper Bookstore a Shanghai e la Libreria MarcoPolo a Venezia sono molto giovani e hanno mentalità molto aperte, tutte e due hanno la voglia di diventare una libreria eccellente di quartiere e offrire ai cittadini un luogo pieno di attività culturali.

In generale, si pensa che aprire una libreria è un lavoro abbastanza idealistico, quindi gli operatori non possono avere troppo perseguimento materiale. Ad essere indipendente significa avere la libertà e avere la libertà significa avere più senso di controllo e autarchia, ma significa anche che uno deve sopravvivere da solo con tutte le sue forze.

## Prospettiva del futuro

Tutte le prospettive sembrano molto buone, ma mentre l'industria di libri sta recuperando gradualmente, le librerie indipendenti stanno per affrontare alcune sfide e minacce nuove: come le altre industrie, l'industria di libri prova anche a semplificare la sua catena attraverso il potere dell'internet. Nel futuro gli scrittori e gli editori potranno crearsi i propri canali di vendita e saltare la fase della distribuzione e della vendita in libreria. Alla lunga, è possibile che le librerie non avranno più libri da vendere? Da un lato, anche se i libri di seconda mano e i libri fuori stampa non saranno influenzati, sono di quantità limitata, le librerie non potranno dividersi questa piccola fetta. Da l'altro lato, giacché gli scrittori e gli editori avessero i propri canali di vendita, potrebbero avere anche i canali di comunicazione con i lettori, quindi le librerie non avrebbero più bisogno di esistere. Oggi i media tradizionali sono già agitati dai *new media* e dai *self-media*; i libri cartacei normali sono semplificati sia sulla forma sia sul metodo di consegna; dopo che le librerie indipendenti hanno superato le tradizionali, come possono fare nel futuro? Dobbiamo continuare a farci domande ed esplorare.

## Conclusione

Dalla conferma del tema, del relatore, dei tratti generali, fino alla sua conclusione, è già passato più di un anno. Pensavo di laurearmi nella scorsa sessione autunnale, poi ho ritardato a quella primaverile e alla fine a quella estiva a causa degli esami e i tirocini. È stato un peccato non essermi laureata entro il tempo previsto. Però comunque, ora è quasi finita, siamo arrivati nell'ultima fase della mia laurea magistrale e tra poco anche la mia vita universitaria finirà. All'inizio non avevo intenzione di studiare per la magistrale, però non ero sicura del mio futuro e volevo provare e sperimentare di più finché ero ancora abbastanza giovane, quindi avventatamente sono venuta qui da sola, in un Paese che conoscevo poco. Sono molto fortunata perché i miei genitori mi hanno sempre supportato molto, spiritualmente ed economicamente, quindi non ho sofferto nei primi anni qui e ho trascorso molti momenti felici. Spero poi di realizzare qualcosa nel campo di lavoro e renderli orgogliosi di me.

Per quanto riguarda la tesi, non è stato un compito facile: ho contattato e fatto interviste in otto librerie domestiche e straniere da sola, una cosa che non avevo mai fatto prima di allora. Tra loro, ho incontrato un po' di resistenza quando facevo la parte di Shanghai, per esempio, in una libreria, non ero permessa di registrare per cause commerciali; poi c'era una titolare che non riusciva a fare l'intervista faccia a faccia con me perché era troppo impegnata con il lavoro, quindi abbiamo fatto un'intervista in forma scritta compilando il

mio questionario; un'altra invece non accettava interviste private, quindi ho dovuto raccogliere e consultare informazioni attraverso altri canali. Dopo il lavoro delle interviste, ho impiegato un sacco di tempo per ascoltare e trascrivere le interviste e verificare i dettagli. Perché il livello del mio italiano non è ancora abbastanza alto, ho scritto la tesi in cinese prima sezione per sezione, poi le ho tradotte in italiano e ho corretto la grammatica tante volte per perfezionare la resa.

Ricordo che anche la mia tesi di laurea in Cina era un confronto dei casi e la mia relatrice enfatizzava molto la comparabilità degli oggetti di ricerca che mi ha impressionato molto. Quindi in questa tesi sono stata più prudente nella selezione degli oggetti di ricerca e ho dato più attenzione alla chiarezza del discorso logico. Attraverso la stesura di questa tesi, ho praticato il mio italiano parlato e ho migliorato anche quello scritto. Inoltre ho preparato il terreno per il mio futuro, infatti uno dei miei sogni è proprio di aprire una libreria, non so quando riuscirò a realizzarlo, ma credo che questo sia già un buon inizio.

Il mio relatore ha detto che ci vuole tempo per fare un bel lavoro e questo è quello che ho fatto. Quando mi ha complimentato dicendo "bel lavoro", sono rimasta davvero contenta. Benché ci sono ancora molte imperfezioni, ho fatto del mio meglio nei tempi e nelle condizioni prestabiliti, spero che il mio sforzo sarà premiato.

# Appendice

## **Questionario per la tesi “L’Indipendenza delle Librerie Indipendenti: un confronto tra Shanghai e Venezia”**

Laureanda: Zhang Jiacheng

### 1. Orientamento e caratteristiche

- 1) Quali tipi di libri vendete?
- 2) Quale tipo di persone rappresenta la maggiore parte dei lettori/consumatori?
- 3) Ci sono alcuni risultati orgogliosi?

### 2. Origini e storia

- 1) Quand’è stata aperta la libreria?
- 2) Perché avete pensato inizialmente di aprire questa libreria?
- 3) C’è qualche cambiamento dell’idea iniziale fino ora?

### 3. Impostazione e design

- 1) Perché si trova qui?
- 2) Quale spazio della libreria è la sua preferita?
- 3) C'era grande alterazione o rilocalizzazione?

### 4. Altri affari

- 1) Vendete anche beni oltre ai libri?
- 2) Fornite anche alcuni servizi oppure organizzate anche attività oltre alla vendita?
- 3) Come coincidono questi beni, servizi e attività con il tema della libreria?

### 5. Selezione dei libri

- 1) Secondo il proprio gusto e visione?
- 2) Il personale della libreria discute insieme?
- 3) Librai/editori consigliano?
- 4) Consigli/domanda dai lettori?
- 5) Altro?

6. Quali attività promozionali sono di solito effettuate e in quale periodo?

7. Che cosa ne pensa delle librerie online e delle grandi librerie di catena?

8. Avete mai ricevuto qualche sovvenzione nazionale/locale relative alla politica?

9. Cos'è che i clienti complimentano di più?

10. Per voi cosa significa essere indipendenti e come potreste mantenere l'indipendenza?

**Se ci sia qualsiasi informazione integrativa, Vi prego di contattarmi a: [stellajc0410@gmail.com](mailto:stellajc0410@gmail.com)**

**Grazie mille e buona collaborazione!**

## **L'intervista della Libreria Toletta**

*Intervistato: Giovanni - G*

*Intervistatrice: Zhang - Z*

Z: Ho visto anche sul sito ufficiale che avete iniziato dal 1933?

G: Sì.

Z: Cioè 84 anni.

G: Sì, a settembre, perché è stata aperta a settembre.

Z: Lei è?

G: Io sono il nipote, mio nonno l'ha aperta.

Z: Quindi la terza generazione.

G: Sì sì esatto. Mio nonno aveva la passione per i libri però faceva altri lavori, è andato a Milano perché all'epoca lui era un comunista e ha avuto dei problemi con il fascismo. Fascismo si affermava in Italia nel 1922, lui era qui a Venezia ci è stata degli scontri e lui è andato a Milano e ha cominciato a lavorare lì. Sotto vari baroni e ha fatto varie cose, poi a certo punto è tornato a Venezia alla fine degli anni Venti e, non trovando lavoro dopo un po' di anni che cercava così verso il 1931 ha fatto una scelta un po' strana: ha preso tutti i libri che aveva a casa e ha fatto una bancarella con i libri.

Z: Quindi iniziava dal... come una biblioteca privata.

G: Sì, i suoi libri. Non sapendo più cosa a fare, quasi come preso dalla

disperazione. E ha cominciato a vendere e comprare, è andata bene. E dopo due anni nel 1933 ha aperto questa prima libreria, una piccola parte della libreria attuale. Per quasi 40 anni, è stata sempre una libreria dei libri usati, quindi libri di seconda mano.

Z: Quindi compravate i libri usati e?

G: E rivendevamo. Sì sì sì, questo è il sistema.

Z: Da dove?

G: I libri usati venivano tutti a venderli erano soprattutto i libri di scuola, e quindi ci sono molte generazioni di veneziani che sono venute qui a vendere i loro libri e a comprare a prezzi bassi i libri di scuola. Quindi la Toletta è diventata famosa per quello.

Z: Anche come un riciclaggio?

G: Adesso lo potremo vedere più così, mentre all'epoca i libri usavano molti più anni e quindi, quando uno finiva gli studi, magari li vendeva per prendere un po' di soldi e altri che cominciavano e li compravano.

Z: Ma oggi non fate?

G: No, oggi abbiamo una piccola sezione di libri usati che però non è libri di scuola, sono solo libri normali e che funziona, ci piace tenere però, noi adesso ci occupiamo un po' di tutto. È una libreria che vende di tutto e, in una situazione come quella di Venezia dove è molto difficile tenere aperta una libreria però, facciamo anche per la passione. Mi piacciono i libri anche dopo ottant'anni,

Z: Quindi tu fai anche altro lavoro non solo?

G: No, solo libreria, dal 1994.

Z: Adesso vendete tutti tipi di libri?

G: Sì. Dagli anni 70, abbiamo non proprio abbandonato ma ridotto molto i libri usati, e abbiamo cominciato a vendere libri nuovi. All'inizio, libri con gli sconti, e dopo invece libri proprio più normali.

Z: E prima quando c'erano sconti, facevate anche una collaborazione con gli editori?

G: Sì, diciamo che c'era un rapporto, ma agli anni 70 e 80 dove il mercato editoriale era più piccolo e c'era più rapporto diretto tra libraio ed editore, mentre poi è diventata centrale la distribuzione, quindi ha cambiato il modo di lavorare ed ha cambiato di conseguenza anche la nostra offerta. Adesso noi siamo una libreria normale che però si occupa molto attentamente di certi editori come l'Adelphi una delle più prestigiose in Italia.

Z: Ho visto che fate anche una carta?

G: sì, una fidelity card, serve per avere degli sconti e anche per avere dei punti che così fidelity cliente in modo che tutta una serie di clienti soprattutto quelli che ritornano quelli che abitano qui a Venezia o abitano nel Veneto che vengono spesso a Venezia sono interessati a comprare i libri da noi perché così fanno anche i punti e poi hanno degli ulteriori sconti.

Z: Come funziona?

G: E funziona così: la carta costa dieci euro dura per un anno quindi ha un valore vero non è una carta che dai a tutti, una deve pagare per averla però può avere gli sconti che sono dei 10% dei 15% ogni

tanto anche dei 20% e poi su qualsiasi cosa lui acquisti il 5% viene accumulato ogni volta che raggiunge 10 euro gli viene dato un buono da 10 euro quindi è tutto un sistema misto che funziona molto bene questo è da un anno che lo facciamo.

Z: È popolare?

G: Sì sì è diventato soprattutto per i veneziani, non per i turisti, i turisti non ti conviene di spendere 10 euro.

Z: Quindi la maggiore parte dei consumatori sono i cittadini?

G: Non è proprio così. Secondo me, veneziani ormai sono pochi perché Venezia si è spopolata, quindi un terzo dei nostri clienti sono veneziani, un terzo sono persone che vengono a Venezia abbastanza spesso quindi non turisti ma persone che ritornano e gli studenti delle università, e un terzo sono gli stranieri invece, turisti veri e propri.

Z: Quindi quella parte che vengono spesso sia studenti sia laboratori.

G: Sì, ci sono i veneziani veneziani, sono pochi, secondo me non più di un terzo, poi metto insieme quelli che non essendo veneziani però vengono spesso: gli studenti, e abbiamo dei clienti, ti faccio un esempio, qui ci sono molti magari di Milano che hanno la seconda casa a Venezia e vengono qui per vacanza, sono degli ottimi clienti perché per loro è come essere in festa qui a Venezia e spesso vengono a fare shopping quindi vanno anche a prendere i libri da noi, ecco quello è un terzo secondo me, un terzo veneziani, un terzo che abbiamo non veneziani ma frequentatori, e un terzo invece sono i turisti che vengono una volta solo che magari poi tornano, però molto raramente insomma.

Z: Avete ricevuto qualche risultato orgoglioso?

G: Sì, Siamo qui da ottant'anni e veniamo considerati, siccome abbiamo comunque una qualità molto alta dei titoli, case editrici molto prestigiose, e l'impressione del lettore quello buono quello che copre tanti libri ecc. è di trovarsi una libreria bellissima dove si trovano tante cose che normalmente non trovi in una libreria, e questa è la cosa che ci rende ancora particolari e apprezzati, questa è la cosa in cui abbiamo orgogliosi.

Z: È anche la più vecchia libreria di Venezia?

G: Sì, sicuramente, con la stessa gestione e nello stesso posto sicuramente la più vecchia e anche la più grande probabilmente.

Z: Quindi non è mai cambiato il posto, sempre qua?

G: Sempre qui.

Z: Perché ha scelto questo posto?

G: Secondo me, mio nonno l'ha scelto sia perché è il mezzo a tutta una serie di scuole, c'era il liceo marco polo, di fronte adesso c'è il liceo artistico, una volta c'era la facoltà di architettura, c'era l'accademia di belle arti, e anche altre scuole abbastanza vicine da scuole elementari e l'Istituto Canossiano dove c'erano le studentesse, quindi lui ha trovato un posto dove ci fossero tanti studenti, e l'ha preso per quello.

Z: Ma inizialmente non era per studenti?

G: All'inizio proprio quando lui ha fatto il banchetto con i suoi libri non era qui, era in calle della Mandola. Quando ha deciso di fare un

negozio nel 1933 l'ha fatto qui, perché secondo me lui aveva capito che era molto importante all'epoca i libri di scuola che ha detto: "vado a un posto dove ci sono più scuole!"

Z: Quale parte è la tua preferita in spazio della libreria?

G: A me piace molto la storia, e quindi gli scaffali dove ci sono i libri di storia sono quelli che mi piacciono di più.

Z: Quindi leggevi da piccolo la storia?

G: Da piccolo leggevo anche tanti romanzi d'avventura, poi dopo verso i vent'anni ho cominciato a interessarmi alla storia, soprattutto la storia del 1900, e mi ha rimasta sempre questa passione, la storia contemporanea, anche quella antica, però in genere studio più che altro il novecento.

Z: Potrei chiedere anche cosa studiavi?

G: Sì, con l'università io ho fatto economia e commercio.

Z: Anche a Ca'Foscari?

G: Ca'Foscari sì sì sì, Ca'Foscari economia per cui non proprio storia però la storia mi è sempre piaciuta come la mia curiosità.

Z: Oltre ai libri vendete anche i piccoli oggetti?

G: Sì, da poco tempo sono solo due anni che teniamo, perché Venezia c'è sempre più turismo e il turista non sempre è interessato ai libri perché pesano e deve portarli in aereo, e allora magari spesso prende delle cosette tipo appunto quelli oggetti che hai visto e quindi noi decidiamo di per sfruttare anche un po' è un fatto che siamo comunque sulla strada in mezza passaggio ecc. vendiamo

anche queste cose qui.

Z: Quindi anche la parte di questi oggetti è vicina alla vetrina?

G: Esatto, apposta per questo motivo qui, per avere l'attenzione di chi passando magari libri non li guarda, però "Ah! La matita con la piuma!" La Prende.

Z: Ho visto vicino la porta c'è la parte con i libri di fotografia, perché ai turisti piacciono?

G: In realtà no. Quello è stato una scelta abbastanza casuale, cioè in quella stanza lì abbiamo molte cose su Venezia, tutti i libri in inglese, francese, tedesco, e poi abbiamo deciso di mettere tutti i libri illustrati, arte, architettura e fotografia. E quella stanza lì non è perché hanno una finalità turistica, è perché stavano bene lì, abbiamo deciso di metterli lì.

Z: Ha anche un rapporto con turismo?

G: Un po' sì, però non tanto. È Proprio una scelta, e secondo me è la stanza più bella, la più grande, la più luminosa, e allora i libri grandi di arte di architettura stanno bene lì.

Z: A parte dal negozio, fate anche qualche servizio oppure organizzate qualche attività?

G: Qualche presentazione di libri ma adesso poco perché c'è poco spazio, facciamo raramente qualche presentazione di libri, una volta ogni due mesi.

Z: Ho visto anche state per aprire una caffetteria?

G: Forse, per potrebbe essere uno sviluppo interessante quello di

avere un angolo con la caffetteria, però è difficile, bisogna avere i permessi, non è così semplice.

Z: Quindi forse se la avessi un giorno, ci sarà spazio per fare altre attività?

G: Sì, ci sarebbe un po' di spazio anche per le attività collegate, quindi non è escluso, è una cosa da vedere, è un progetto.

Z: Quindi Poche attività Principalmente libri.

G: Sì.

Z: E come selezionate i libri?

G: La scelta in genere è basata sugli editori, noi consideriamo molto gli editori, e cerchiamo di trattare e tenere editori che in altre librerie non si trovano perché ha una differenza, un po' di piccoli e un po' anche alcuni editori l'esempio più importante è l'Adelphi di cui noi teniamo tutto il catalogo, tre mila titoli, tutti, e siccome sono i libri che piacciono a quelli che vengono tanto.

Z: Se prendete tutto il catalogo da questa editore, le altre librerie non possono prenderli?

G: No no, loro possono prenderli, solo che la nostra è una scelta. Altri preferiscono avere magari più novità, noi invece preferiamo avere tanti libri di un editore molto importante che fa la differenza per chi ama i libri.

Z: Ci sono i lettori e i consumatori che danno consigli? Ma ci sono tutti i libri?

G: Gli editori sono tanti, il libraio può scegliere di tenerne alcuni più

degli altri oppure altri non tenerli nemmeno, e con questa scelta, dai un'impostazione alla libreria, puoi dare un'impostazione più intellettuale o un'impostazione più commerciale, noi cerchiamo di darne una più intellettuale avendo anche la parte commerciale, però meno commerciale e più culturale. Perché siamo a Venezia e Venezia è comunque un mercato interessante da questo punto di vista.

Z: E poi per le attività promozionali fatte la carta fedeltà, che cosa altro?

G: No, quella diciamo è l'attività promozionale vera che abbiamo.

Z: Che cosa ne pensi delle librerie online e le librerie giganti di catena?

G: Il vero problema delle librerie in generale è la libreria online e il commercio online, è veramente quello che più rende difficile il nostro mestiere, perché loro online ti danno tutto, la differenza la devi fare come libraio con la tua capacità non di trovare un singolo libro, dai gli consigli ai clienti impacciando a gestire il cliente a capire le sue esigenze e a trovare il libro che lui sta cercando.

Z: Hanno anche un grande database.

G: Sì, certo, loro ne hanno tutti i libri, mentre tu ne hai pochi però devi sapere di vendere, questa è la differenza.

Z: E le librerie di catena?

G: E le librerie di catena in realtà sono abbastanza simili alle librerie come la mia, la differenza è proprio tra le librerie fisiche e le librerie online. Dopo certo la libreria di catena è sicuramente meno specializzata della libreria indipendente, però se viene gestita bene,

la Feltrinelli per esempio sono gestite bene, è simile a una libreria normale.

Z: Avete ricevuto qualche sovvenzione nazionale oppure locale?

G: Non esiste in Italia.

Z: No? Ah quindi lo stato non aiuta?

G: No, non è previsto.

Z: Cos'è che i clienti complimentano di più?

G: I libri che abbiamo noi, ci dicono in genere: è una libreria incredibile perché ci sono tutti i libri che stanno cercando.

Z: So the costumers never lose their hope of what they are looking for?

G: The main difference I think between the online bookstore and the real bookstore is that when you are looking exactly for one precise book, it's easier for you to take it on the net and to get it home, instead, when you are not looking for one book but you are looking for an idea or something about a theme but you are not sure what book you want but you want more books than one or more ideas about one thing, then the bookstore physical is the real place to go, and so customers love book like my costumers. The first time they arriving my bookstore, they go around and they are astonished by the kind of choice of books you can find in our shelves, and the more usual the comment they make is that's the most beautiful bookstore they have ever seen because I see books that I will not hope to find in a bookstore and this is the most frequent comment they made on my bookstore. And sometimes, they are also pleased for the vintage

look we have, because the bookstore is like of the 70s, with a kind of white wood with dots, and shelves made of wood, so it's ancient but it's very particular. And I think this is a part of the charm of the bookstore.

Z: So, one is, they can always find something to buy, the other is the vintage looking.

G: Yes, the two things. And also because in Venice it's very difficult to find books in English, French, German and Spanish together and with a good choice between books about Venice, so if somebody is looking for a cook book about Venice in French of three or four titles is not so easy to find in Venice, because there are few bookstores and a lot of them are just for Italian customers, so tourists are very pleased to find this kind of choice.

Z: Per voi cosa significa ad essere indipendente e come mantenere l'indipendenza?

G: I think that at this point one of the items the plus we have is to be in Venice because to be in Venice is difficult, because we have a lot of tourists not interested in book, and few Venetians remained in the city, so you have not such a big deal of customers, but in the meanwhile, like that little of bookstores we have is very good for tourists, you have this kind of advantage in comparison with other bookstores in Italy, so I think that for us to maintain the independence is easier than for other bookstores around Italy because we have tourists, so tourist is a problem because there are few Venetian and too many tourists but at the end... quando devi fare i conti, è un vantaggio perché comunque sono tanti, e anche se prendono piccole cose comunque è un vantaggio.

Z: Quindi per mantenere l'indipendenza perché c'è un vantaggio che ci sono tanti turisti.

G: E per noi è più facile essere indipendenti che per le altre librerie. Then I think that for us it's easier to be independent because we make this kind of job for 80 years, so we know very well the book market, for us it's easy to decide what kind of books to have and what kind of books not to have, and it's very easier than someone who decide to open a bookstore from the beginning, we have 20 years of database so I think all this kind of reasons put together make it quite easy to remain it independent. Another question is that in Venice, the companies like catene, Mondadori, Feltrinelli, they are afraid to open a store in Venice because Venice is so different from every other place, the only bookstore catena that has been in Venice in the other years was Mondadori Bookstore, but it was run by me, I opened that and I stayed 7 years with this very big bookstore near San Marco square, but I was the owner of that bookstore, so for a period of 7 years between 2004 and 2011, I had this ancient bookstore and the biggest and the most modern bookstore in Venice, and I know the two ways of running a bookstore, the traditional one and the catena. I would have continued the one in San Marco, but the owner of the building, Benetton Group decided to open a very big Louis Vuitton Shop which is a few meters before you arriving the San Marco square on the right side of the street after la Chiesa di San Moisè, you see this big store with three floors whose name is Louis Vuitton, there at the ground floor and the third floor we had the bookstore, but the owner of the Benetton group decided to put us away and to rent it to Louis Vuitton group, so it was a pity because it was very very big.

Z: So you stopped it or you may change to another place?

G: No no, I have to close it and to go away. That bookstore was very important because at the last floor we had a very big space of 300 square meters just to make events, so there every day in the week like five days a week I had book presentation and political meeting, exhibitions and so on, so it was very important for me, "spazio eventi" was the name of that big floor and then remained in the mind of Venetians like something where you can go to have one hour of experience of cultures.

Z: But this part of things have no relationship with this one?

G: No, it was different, the only link was I.

Z: Oh but I also saw a Giunti near the train station.

G: Giunti is very particular because you can take it like libreria di catena but they have a very particular policy of choice of the books, so in their bookstores, like 70% of the books sold are from Giunti Edition, Giunti edition is not so important but they are very smart in selling their books, a lot of cook books, children books and so on. And you can imagine it like a libreria di catena but it's not the classic libreria di catena, the real libreria di catena are Mondadori and Feltrinelli, they are very big sales of books, Giunti, Ubik are different, and I think the real libreria di catena like Feltrinelli for 20 years they will not sure to open in Venice, but at the end they never opened here because Venice is so difficult. I remember that when I opened the Mondadori Bookstore, Mondadori team was looking for someone in 2002 who can run that bookstore very well, and they came here for the first because a lot of people working in the books like in Milan told Mondadori that the right people were in the Toletta. So,

the big chain in a city like Venice need someone who knows very well the city to open the bookstore because it's so different from any other place.

Z: And also the rent is very high?

G: The rent of that place was high, but not so high, because there was an agreement between Benetton Group and commune di Venezia, because Benetton Group when they took that place, it was a cinema, and then they changed it, they made a restaurant and a bookstore, but they were obliged to run something cultural. After 7 years they decided to take the agreement away, and commune was not able to stop them, it was the problem.

**19.04.2017**

## **L'intervista della Libreria Acqua Alta**

*Intervistato: Luigi - L*

*Intervistatrice: Zhang - Z*

Z: Questa libreria è iniziata da?

L: Circa quindici anni fa, però è la terza che è qua Venezia, adesso solo questo, ho avuto altre due prima.

Z: Faceva altri lavori prima?

L: Prima delle librerie, sì, ma oltre 3 librerie.

Z: Perché le altre due non continuano?

L: Ho cambiato, questo è molto grande, le altre erano piccole.

Z: Anche a Venezia però?

L: Sì.

Z: Quali tipi di libri vendete principalmente?

L: Di tutto, perché noi compriamo libri da privati, quando qualcuno trasloca, muore oppure, ce li vengono a vendere, allora secondo, dove andiamo ci sono diversi interessi, e quindi c'è di tutto, soprattutto i libri che non si stampano più, che sono fuori catalogo e poi ci sono libri nuovi in catalogo.

Z: Quindi fate anche con editori?

L: Sì.

Z: Però la maggior parte sono questi?

L: Diciamo metà e metà, forse la maggiore parte sono i vecchi.

Z: E la maggior parte dei consumatori sono turisti? Forse perché è vicina a...

L: Sì, sì, anche. Diciamo anche di metà e metà, perché ci sono anche studenti ci vengono a cercare libro in italiano, i turisti, sì, ho libri in inglese, francese, tedesco, un po' di spagnolo, ma soprattutto loro comprano calendari, cartoline, libri fotografici.

Z: Quindi oppure studenti oppure turisti, e cittadini veneziani?

L: Sì, veneziani, ma anche di terraferma, terraferma vuol dire la provincia e la regione, da Verona, da Vicenza, si trovano bene, vengono a Venezia, vengono trovare anche a me.

Z: Ci sono alcuni risultati orgogliosi? La più bella libreria nel mondo!

L: Sì, Ultimamente lavoro bene, gli ultimi anni, quindi sono contento.

Z: Funziona solo tra la famiglia o anche?

L: Sì, Prima ero da solo, adesso c'è anche mio figlio che viene ad aiutarmi, gli altri sono impiegati, commessi.

Z: Perché ha iniziato questa idea per aprire una libreria?

L: Perché io avevo sposato una libbraia, io non sono un vero libraio, poi ho divorziato, e mi sono messo per conto mio. Non so se conosci Rudolf Steiner e la filosofia, non è una religione, ma come una religione, e mi sono innamorato di questa cosa, e allora per me era un po' come una missione fare conoscere i libri di Steiner alla gente,

così un po' ho iniziato come una missione diciamo. Rudolf Steiner è fondatore della scienza dello spirito, quindi raccoglie il mondo spirituale, poi anche l'agricoltura biodinamica, medicina, architetto, tutto, l'antroposofia si chiama, vuol dire studio dell'uomo quale corpo anima e spirito. Una volta uno ha chiesto a Steiner: che cos'è l'antroposofia? Lui ha risposto che l'antroposofia è l'incontro dello spirituale che c'è nell'uomo con lo spirituale che c'è nel cosmo. Ci sono anche i libri su questo tema, soprattutto questo, per la ragione perché faccio libraio.

Z: È popolare?

L: Non tanto, nel Veneto forse abbastanza, ma nel resto in Italia no, è famoso soprattutto in Germania, Olanda.

Z: Tutte le tre librerie iniziavano da quindici anni fa?

L: No, a prima, sono dal 1990 mi sembra. Ho avuto altre due librerie prima, questa è circa quindici anni facciamo qui.

Z: Qui da sempre così, non c'è un cambiamento grande?

L: No, grande no, sempre più o meno uguale.

Z: Era un magazzino?

L: Sì, ne avevo un grande, adesso ne ho uno piccolino più avanti.

Z: Perché si trova qua? Perché abitate sopra quindi...

L: Sì, ma prima della libreria abitavo di là, di fronte, e per quello ho saputo che affittavano questo magazzino che poi io ho trasformato in libreria.

Z: E perché ha scelto questo posto?

L: Perché ho trovato da vendere quella che avevo prima, questo posto mi piaceva, perché era grande, c'era porta ad acqua.

Z: Quale parte della libreria è la sua preferita?

L: Dove c'è la filosofia di Steiner.

Z: Vendete anche gli oggetti piccoli?

L: Qualcosa, sì. Cartoline, calendari, stampe.

Z: Ho anche visto che ci sono le cartoline vecchie, e da dove avete raccolto?

L: Me le offrono i commercianti, cartoline da collezione, anche di cento anni fa circa.

Z: Anche le foto vecchie.

L: Sì, alla gente piace ai collezionisti.

Z: Fornite anche alcuni servizi oppure alcune attività?

L: No, no, una volta ho provato a mettere i libri in internet, queste cose, ma non funziona. Qualche volta spedisco libri, ma se posso, non lo faccio, perché dobbiamo andare alla posta, non abbiamo tempo, è una perdita di tempo.

Z: Come selezionate i libri?

L: Una volta tutti, adesso facciamo già una selezione, cioè i libri che ne abbiamo tanti, ad esempio non li prendiamo, le enciclopedie ormai nessuno ne vuole più, mi servono per fare la scala fuori, hai

visto in giardino? Sono messi per l'argomento, i libri sotto, sembra disordine ma non è proprio così.

Z: Fate un po' attività promozionali?

L: Personalmente qualcosa, qualche libro che piace a me, allora lo propongo, ma non molto, solo pochi. Me lo fanno gli altri per la promozione, internet, Facebook, TripAdvisor, tutti loro che fanno, mi fanno tanta pubblicità.

Z: Cosa ne pensa delle librerie online e di catena?

L: Sono molto da supermercato, non c'è tanto la possibilità di scelta, qui è quasi un po' museo, uno vede e sfoglia, là mettono solo i libri da vendere, fanno più che altro i venditori, non missione.

Z: Non c'è nessuna sovvenzione?

L: No, niente.

Z: Cos'è che i clienti complimentano di più?

L: Perché c'è la gondola, c'è il canale, l'uscita di sicurezza, la scala, e poi piacciono anche i libri che ho, quindi si complimentano per questo. Molti cercano libri da 20,30 anni, e non lo trovano, poi vengono qui da me, lo trovano, perché prendo libri da privati, gente che muore, che ce l'hanno lì da tanto tempo. Comprano soprattutto libri che riguardano Venezia, di storia o questa cosa così, o romanzi sempre ambientati a Venezia.

Z: Cosa significa ad essere indipendente?

L: Significa diciamo libertà, molto! Più o meno possiamo fare come vogliamo, non sempre, perché chi comanda comune, oltre che non

dare nessuna sovvenzione, ormai saremmo già arrivato oltre 23 mila euro di contravvenzione perché tante cose, mi danno la contravvenzione, però qualche anno che adesso non me lo fanno più, forse perché sono diventato famoso.

Z: Secondo Lei perché è diventata famosa questi anni?

L: A parte il passaparola, ma soprattutto i turisti mi hanno messo su internet, tantissimo, poi ho avuto tante interviste da televisioni, anche Shanghai mi sembra, anche Hongkong, anche Taiwan, i Giapponesi almeno 10 volte, hanno fatto i video e hanno mandato in televisione già tanto tempo fa, poi due inglesi, tre francesi, tre tedeschi, un po' dappertutto, Canada, ecc.

Z: Per noi è un posto molto unico.

L: Piace alla gente, forse esagerano, ma dicono, ma piace. Io non ho fatto molto, ho solo fatto così quello che mi piaceva, non l'ho fatto per diventare famoso.

Z: Forse perché ha un gusto che piace! E Come potrebbe mantenere l'indipendenza?

L: Adesso guadagno più così, perché sono famoso, poi continuerà lui, mio figlio, io sono vecchio ormai.

Z: Posso chiedere quanti anni ha?

L: Sì, sono del 41, quindi 76.

**21.04.2017**

## **L'intervista della Libreria Mare di Carta**

*Intervistata: Cristina - C*

*Intervistatrice: Zhang - Z*

Z: I tipi di libri sono di acqua e mare?

C: Noi siamo specializzati in mare e nautica, marineria in generale, acqua in generale, non solo acqua di mare, anche acqua dolce, anche acqua in senso legale, per esempio, abbiamo i codici dell'acqua, anche i fiumi ed i laghi, tutto quello che riguarda all'acqua.

Z: Ho visto che c'è anche qualche libro su yoga?

C: Siccome ci occupiamo anche di apnea che sarebbe free diving, sarebbe andare sotto acqua senza le bombole, senza respirare. Per fare apnea, ci sono lo yoga, la meditazione tutto la sia di pratiche e per quello abbiamo anche libro per aiutare a rilassarsi. Quindi tutto quello che riguarda l'acqua e il mondo dell'acqua e della storia dell'acqua, ecc.

Z: Quali tipi di gente sono la maggior parte?

C: Cittadini, non solo di Venezia, cittadini del Veneto, del Triveneto anche della zona. Pochi turisti, mai casuali, cioè il turista che viene qua perché ci conosce, perché sa che esistiamo, magari ha letto su qualche rivista nautica o ha visto qualche siamo sa che intervista di diverse volte anche nelle televisioni internazionali, quindi turisti che sanno, che si interessano alla storia, per esempio delle barche veneziane, o che vogliono le carte nautiche o cose così. Quindi

abbiamo soprattutto la destinazione degli abitanti della zona insomma.

Z: Una delle dieci librerie in Italia?

C: No, allora, le librerie nautiche specializzate come noi in Italia sono quattro. I dieci invece sono i venditori di carte nautiche, che però non sono tutte librerie, alcune sono altre cose, sono agenzie marittime per esempio. Quindi la libreria specializzate nautiche in Italia sono quattro, noi, Roma, Milano, e Palermo, quelle molto specializzate. Dopo, una grande libreria magari ha una sezione nautica però che sia così specializzate come noi siamo in quattro. Invece le carte nautiche quelle della marina militare queste più ufficiali le vendiamo in tutta Italia siamo in dieci, ma come librerie siamo solo in due, gli altri sono tutti negozi tipo agenzie marittime.

Z: E l'unica a Veneto.

C: Certo. L'unica nel Triveneto anche. Venti anni quest'anno.

Z: Ho visto sul sito che hai aperto questa libreria con la passione del mare e anche hai letto i libri su questo tema da piccola, ma all'inizio copriva tutti i temi o...?

C: No no, io ho aperto libreria nautica subito, ho un'idea precisa fin dall'inizio. Mi piace il mare, piace andare in barca, piace andare in apnea, nuotare, quindi ho pensato anche sul mare, ho voluto una specializzazione, è difficile fare cose che non si conoscono anche, perché se io mi fosse specializzata in automobili, sì guido ma non mi interessano per niente le automobili non avrei neanche saputo che libri scegliere, sarebbe stato più difficile, invece ho scelto una cosa che già mi piaceva, che già in parte conoscevo.

Z: E tu sei di Venezia?

C: È un po' complicato. Io sono nata a Trieste, però mio padre lavorava all'estero, quindi ho fatto tanti anni di scuole all'estero, in Belgio, quindi sono un po' mista. Comunque, ho scelto Venezia nell'ottantasei sono qui da 31 anni.

Z: Sempre amavi il mare?

C: Sempre, fin da piccola, comincio a 5, 6 anni andare in barca.

Z: Perché si trova qua?

C: Tanto a Venezia perché io abito a Venezia, io abito a Castello e non avrei voluto mai avere una libreria a Mestre, la volevo proprio a Venezia. Ho scelto qua perché molti dei miei clienti vengono da fuori Venezia, vengono da Vicenza, da Padova, da Friuli, sono comoda con la stazione, con Piazzale Roma.

Z: Non hai mai cambiato la locazione?

C: No, non ho mai cambiato locazione, non ho mai cambiato idea, abbiamo aggiunto tante cose, all'inizio, c'erano solo i libri e le carte nautiche, adesso ci sono anche i libri usati per esempio, poi abbiamo fatto la casa editrice, facciamo noi edizioni, abbiamo fatto un'App della laguna, quindi abbiamo aggiunto delle cose rispetto all'inizio, però non abbiamo mai cambiato l'idea, l'idea è sempre quella nautica. Le carte e i libri fin da l'inizio, però abbiamo aggiunto un po' di cose nel tempo.

Z: Poi fate anche presentazioni dei autori?

C: Sì, facciamo le presentazioni degli autori, l'anno scorso alla sera

alle 8 dopo la chiusura facevamo di mercoledì delle serate tecniche, quindi vele, motore.

Z: Anche gita su barca?

C: Quello è un altro progetto che abbiamo a parte, Geografismi.

Z: E anche collaborazione con le scuole nautiche?

C: Facciamo collaborazione con le scuole nautiche, e anche con le scuole scuole, perché adesso Lara stava andando in una scuola elementare a leggere, noi andiamo a leggere i libri alle scuole con i bambini. Si poteva fare anche alcuni grandi ma abbiamo scelto di fare con i bambini, abbiamo cominciato con i bambini 4 anni fa e abbiamo continuato con i piccoli.

Z: L'App invece non è gratis? E c'è anche una versione cartacea vero?

C: Sì. Non è gratis perché fare un'App così costa 14 mila euro e quindi abbiamo deciso di farla pagare giustamente.

Z: Come selezionate i libri?

C: Una bella domanda! Dunque, noi cerchiamo di prendere quasi tutti i libri che escono sul mare, però un conto è scegliere di avere in libreria qualche copia, un conto è venderli, siccome io sono una libraia vera, da me si vende molto bene quello che mi piace, e molto male quello che non mi piace, devo stare un po' attenta, perché a volte i gusti non sono gli stessi, può essere anche a me non piace questo libro e che a te piace tantissimo, quindi io solo un po' attenta, però di solito vendo molto bene libri che mi piacciono perché li propongo, e meno bene quelli che non mi piacciono. Però diciamo che la nostra scelta è sempre su taglio cioè tutto quello che esce di

nuovo sul mare, perché le cose di basa qualità non le prendo per principio ma tutto quello che ho penso che sia di buona qualità quando esce io le prendo sempre, sempre sul tema nostro, quindi la scelta è fatta sul mio gusto ma anche sul fatto che ci sia sempre bisogno di avere cose nuove anche.

Z: C'è qualche cliente che chiede qualcosa speciale?

C: Sì, sempre, sempre. Noi abbiamo clienti che ci fanno ordini particolari tutti i giorni, proprio perché sanno che siamo molti specializzati, per esempio, abbiamo anche tanti libri in inglese, in francese qua, però non ne abbiamo in realtà sembrano tanti ma è una piccola selezione in inglese, però noi ordiniamo tantissimi libri in inglese su richiesta specifica dei clienti che vogliono certa cosa perché non possiamo avere tutti i libri in inglese sono tantissimi sarebbe anche molto costoso per noi averli tutti, ma invece li ordiniamo, facciamo ordini sempre, anche i libri rari, i libri che sono fuori catalogo, out of stock, molte volte li troviamo fra i libri usati, second hand, e quindi facciamo anche molto questo lavoro di ricerca fra i libri usati.

Z: Da dove li raccogliete?

C: I libri usati ne abbiamo, quello che vedi qua che ce ne sono di là in magazzino, sono libri che vengono dalle biblioteche private, magari muore il nonno e il figlio viene a portarci i libri. A volte invece quando abbiamo fatto la ricerca specifica, io ho tanti colleghi librai di libri usati in tutta Italia, io scrivo e dico: avete per caso...? E loro molte volte trovano per me, oppure magari non hanno i libri di mare, poi di solito non gli interessa a nessun altro è abbastanza facile trovarli insomma. Certo che io consiglio, quando tu vieni, tante volte

cliente viene e dice: mi consiglia un bel libro da leggere! Allora io parlo, io racconto, io ritiro fuori sei, sette, dieci libri da scegliere ma, io racconto di tutti libri qualcosa.

Z: C'è qualche attività promozionale?

C: Nel senso di sconti? O di riduzione di prezzo? No, noi facciamo lo sconto solo in questo senso facciamo le attività promozionali: un club di vela che conosciamo bene ci chiede se per i loro soci possiamo fare uno sconto, ecco così, ma molto specifico, solo per due, tre club. Non abbiamo sconti, non voglio vedere libri con lo sconto io, quindi poca, poca attività promozionale.

Z: E cosa ne pensi delle librerie online e di catena?

C: Dipende da chi è, dipende da chi sono. Se la libreria online è Amazon, non mi piace. Perché Amazon ci comporta male, fa dumping sui prezzi, vende sotto costo, fa sconti altissimi, regala il trasporto, non paga le tasse in Italia, insomma tratta male gli indipendenti, Amazon proprio ci fa schifo, proprio non ci piace, è un cattivissimo concorrente. Invece le librerie online italiane e le catene, non mi disturbano più di tanto, nel senso che tra l'altro io forse ti avevo detto l'altra volta sono presidente nazionale del sindacato librai, cioè i librai hanno un'associazione e io sono un presidente nazionale. Come presidente nazionale noi lavoriamo molto anche con le altre librerie, facciamo delle riunioni tutti insieme, anche con le librerie di catena, e abbiamo visto che siccome anche loro fanno fatica, sono in crisi, si sta trovando degli accordi, insomma non penso male, io penso male di quelli che fanno la cattiva concorrenza, ma di quelli che lavorano correttamente, non mi danno fastidio, perché alla fine secondo me è importante che ci siano più librerie possibile modo

per la gente possa trovare i libri e comprarli a leggere, quindi non mi danno particolarmente fastidio, mi danno fastidio solo i cattivi concorrenti come Amazon.

Z: Qualche sovvenzione dal governo?

C: No, no, no, il governo non aiuta, anzi, stiamo facendo delle grandi battaglie per questo, il governo non sta aiutando niente, noi abbiamo avuto una piccola sovvenzione ma da camera di commercio, qualche anno fa, abbiamo vinto un piccolo bando 5 mila euro per fare il sito internet, solo per quello abbiamo vinto, ma no, sovvenzione del governo per le librerie magari, no, zero, nessuno aiuto, nessuno vantaggio.

Z: Quindi in società ci sono questo bando?

C: Ma camera di commercio era un bando vecchio, adesso non si fanno neanche più, adesso non c'è più niente. Ma non ci sono più soldi in Italia, sai? È finito, c'è una crisi grandissima, e non ci sono più soldi in Italia, nessuno spende.

Z: Cos'è che i clienti complimentano di più?

C: Un sacco di complimenti, siamo simpatiche, siamo professionali, è vero, ci sono i complimenti per la qualità di solito, tanti titoli, una buona scelta, conosciamo bene i nostri libri, diciamo che è apprezzata la professionalità. E siamo anche sorridenti e simpatiche. Tante volte trovi nei negozi le persone che non sorridono, è peccato, invece noi cerchiamo di essere gentili e siamo apprezzate per la gentilezza e per la qualità dei libri. Tante volte io sono dentro come adesso tengo la porta chiusa, se uno parla davanti la vetrina, lui pensa che dentro non si senta, ma dentro si sente tutto, e sai che io

sento sempre che si fermano e magari sono in due e una dice all'altro: ah è una libreria bellissima! Oppure una dice: ah la signora è carina, tanto gentile! Sento sempre pensieri positivi. Quindi nel complesso, siamo apprezzati per la qualità insomma, delle cose che portiamo insomma.

Z: Questa libreria solo tu e l'altra ragazza?

C: Io sono la padrona diciamo la titolare, e ho il 97% della società, poi ho una socia che ha 3% che è una mia amica che fa l'avvocato, e non è mai qua, e Lara è una mia dipendente, però insomma è molto brava per cui è un po' più che una dipendente, è una collega. Diciamo che però io sono responsabile di tutto, e lei ha lo stipendio, comunque è mia attività. Sono molto fiera.

Z: Cosa significa ad essere indipendente?

C: Intanto io sono indipendente io come persona, molto indipendente di carattere, e non sono capace, io ho bisogno di fare cose da sola, di essere io quella che decide. Per quanto riguarda le librerie, invece essere indipendenti vuol dire potere scegliere il 100% dei titoli dei libri che ci sono nella libreria. Per esempio, se tu hai una libreria di catena, una libreria Mondadori o una libreria Feltrinelli, non puoi scegliere, dalla casa madre, ti mandano i libri, te li mandano loro, non ne scegli tu, e quindi non sono indipendenti. Io sono indipendente perché scelgo da sola con Lara che mi aiuta naturalmente, scelgo il cento per cento dei libri che abbiamo qua, questa è l'indipendenza, di potere avere quello che voglio io, di potere dire questo sì questo no, di potere avere i piccoli editori che magari nella grande catena non troverai mai perché la grande catena non prende i piccoli editori, mentre io posso avere anche i piccoli

editori che magari hanno fatto un libro bellissimo ma che è poco distribuito, e questa è l'indipendenza, di fare quello che si vuole.

Z: Come si può mantenere l'indipendenza?

C: Questo è molto difficile, perché i margini sui libri sono molto bassi in Italia, su un libro di 12 euro il 25% mi resta, è molto poco, perché devo pagare l'affitto che per esempio a Venezia è molto caro, devo pagare Lara, Simonetta che fa anche lei un po' di ore qua, e quindi alla fine del mese, insomma è molto difficile, non è facile. Per mantenerla, l'unico modo secondo me è intanto che avere delle leggi del governo che ci dia una mano, e noi stiamo lavorando per esempio, sul fatto che i libri non si possano vendere con lo sconto come per esempio in Francia, in Germania, in Belgio, insomma 12 paesi europei, il libro non puoi fare lo sconto, puoi fare uno sconto al massimo 5%, in Italia non ci sono questi limiti per cui negli Amazon vende con lo sconto, le catene anche vendono con lo sconto, quindi noi stiamo lavorando finché ci sia una legge tipo come in Francia con lo sconto quasi a zero, 5% massimo. Questa è una cosa più diciamo economica, invece poi c'è un'altra cosa che le librerie indipendenti vivono rispetto ai siti rispetto alle catene perché danno un servizio che nelle catene nei siti non ha il servizio di ti racconto un libro, ti consiglio un libro per te, che quando tu entri e ti dico: ah guarda, è arrivato un libro che potrebbe piacerti! Noi abbiamo anche il sito internet alla vendita, ordina oggi, oggi parte, cioè facciamo servizio veloce, insomma tante cose e le presentazioni è un insieme di attività. La libreria indipendente fa un insieme di attività che sono attività di promozione anche della lettura che quello fa la differenza rispetto al sito internet o rispetto alla catena. E quindi io credo che siamo un mix, una parte, il governo ci deve aiutare a sopravvivere, e

da un'altra parte noi dobbiamo fare delle cose che gli altri non fanno, per fare la differenza.

Z: Quindi gli altri, le catene e i siti, hanno solo un potere.

C: Esatto, hanno un potere solo commerciale ed economico, noi abbiamo invece tutto il resto, però se tu non mi dai un po' di margine economico anche a me, io poi non ce la faccio, chiudo e quindi dopo non ci sono più le presentazioni dei libri, non ci sono più le cose speciali, non c'è più niente, e i grandi gruppi e soprattutto Amazon prendono il monopolio. In Inghilterra dove non ci sono leggi, il governo non ha aiutato le librerie indipendenti, non ci sono più le librerie indipendenti, e Amazon vende il 65% dei libri in Inghilterra, cioè ha il monopolio praticamente, e questo è molto grave. Il problema in Italia è questo: le catene in Italia sono tutte proprietà degli editori, cioè l'editore, la distribuzione, la catena appartengono tutte lo stesso gruppo, mentre in Francia o in Germania è vietato, quindi ci sono le catene, ma le catene sono comunque indipendenti rispetto agli editori, ed è una grande differenza. Ma gli italiani non leggono oltre tutto, oltre tutto in Italia non si legge, perché 60%, 6 italiani su 10 non legge neanche un libro all'anno.

Z: Quante volte hai fatto le navigazioni?

C: Il massimo della mia navigazione, mediterraneo, sono andata in Grecia, ho fatto in giro l'Italia, sono andata dall'altra parte, ho navigato un po' in Tirreno e pochissimo in Atlantico, ma sempre sulla costa Francese, non ho mai fatto attraverso l'Atlantico, mediterraneo più che altro. E però ho cominciato andare in barca da piccola, un pochino con il mio papà, però poi ho cominciato andare da sola e, sulle barche piccolo facevo attività agonistica, facevo

regata, competition, ma sulle barche piccole. Poi ho sempre nuotato, adesso un po' di anni che faccio apnea appunto vado sotto acqua senza respirare, si chiama free diving. Io ho bisogno di stare in acqua comunque, mi piace stare in acqua, cioè mi piace andare in terme per dire, stare in acqua calda nella piscina delle terme, cioè mi piace l'acqua.

**03.05.2017**

## **L'intervista della Libreria MarcoPolo**

*Intervistato: Flavio - F*

*Intervistatrice: Zhang - Z*

Z: Prima era una libreria di viaggio, no? E adesso diventa più...

F: Adesso un viaggio nella libreria. Adesso l'idea è che rimane questo sottofondo di viaggio, perché la persona che entra qua dentro lo fa attraverso i libri, i libri che sono sempre estremamente scelti con cura, con attenzione, poi infatti nelle diverse domande andremo anche a vedere la composizione di che tipo di libri ci sono qua dentro ma l'idea è proprio che metaforicamente il viaggio viene compiuto attraverso la lettura e l'incontro con i libri, anche se manteniamo e dopo andiamo a vederlo se vuoi, un piccolo scaffale, un piccolo spazio, una piccola sezione per i libri di viaggio, veri e propri.

Z: Adesso ci sono tutti tipi di libri qua?

F: Adesso noi qui abbiamo tre stanze, nella stanza principale quella dove ci troviamo, possiamo chiamarla "la stanza della narrativa" da dove ci sono i libri che narrano, storie, nella maniera più ampia, toccando, gli argomenti più uguali, possibili. La stanza che invece si trova alla destra della cassa diciamo quando entri, è una stanza che noi abbiamo chiamato "della saggistica", perché c'è intanto mentre in questa stanza tu trovi su ogni scaffale la dicitura delle diverse case editrici che poi vai a trovare nei diversi scaffalini. Nell'altra stanza, gli scaffali sono divisi per rare tematiche, allora musica, cinema,

teatro, danza, un po' di economia, un po' di storia, un po' di critica letteraria, viaggio e poesia, e antropologia. E allora vedi che mentre qui hai una disposizione per catalogo di case editrici, nell'altra stanza, il catalogo non fa più da minimo comune denominatore ma, viene smembrato e ricollocato secondo le aree tematiche che vanno a affrontare qui diversi libri. Mentre la terza stanza quella dove il protagonista vero è nostro cavallo di pezza "Ipocalipo", sì, è il suo nome Ipocalipo, è la stanza dedicata alla letteratura per l'infanzia e la graphic novel, e cioè questo nuovo modo di raccontare libri attraverso una struttura che è simile a quella del fumetto, anche se graphic novel e fumetto sono due cose leggermente diverse, nel senso che si usa il segno e il disegno e il colore in tutti e due i casi o anche in bianco e nero, ma mentre fumetto oppure il manga ad esempio, sono edizioni seriali cioè che escono ogni settimana, ogni due settimane, ogni mese. Una graphic novel è invece un libro illustrato, e allora diventa un libro che racconta una storia, ma in maniera diversa rispetto al libro stampato con le parole, però si fa fatica anche a chiamarli fumetti, sono un'altra cosa, sono storie vere e proprie disegnate come con la tecnica del fumetto. E poi sono proprio in quella stanza o in quella saggistica quando andremo a vedere, tu capirai ancora meglio la ricerca che Sabina, Claudio ed io facciamo per quella che è la specialità dei libri, sono libri particolari, libri bizzarri anche, bizzarro vuol dire inatteso, inaspettato, originale, che esce dallo schema a cui ti sei abituato a pensare quando pensi al libro, e quindi sono potremo dire dei libri speciali, qualcosa che a noi fa piacere tenere a scaffale perché mostra intanto la nostra ricerca, il nostro studio, e poi la specialità della diversità che è proprio parte integrante dell'idea per cui abbiamo fondato questa libreria. Guarda, vieni che facciamo subito dei esempi. In questa stanza, ad esempio, tu hai più o meno quello che il libro convenzionale cioè un libro

semplicemente stampato che racconta delle storie, mentre quando tu vai, ad esempio, in questa stanza, tu puoi trovare il fumetto convenzionale come dicevamo prima, però puoi trovare anche una cosa come questa che dovrebbe stare là ma che adesso abbiamo messo solo per posizionare un pochetto, allora tu hai dei libri specialissimi che sono molto difficili da trovare in giro e che si fa fatica a classificare di un'idea, perché non è un libro, non è un pop-up, non è un vero libro di graphic novel, non è però neanche un fumetto. Oppure hai libri come questo dove l'autore ha fatto dei diversi disegni per ogni giorno del suo cammino tra Roma e Berlino, sulle ricevute degli scontrini, dei bar o dei ristoranti dove andava a mangiare, quindi vedi che ci sono dei libri che mostrano la specialità della nostra ricerca, sono cose che diventa più difficile trovare in altre parti non perché gli altri non lo vogliono fare o perché noi siamo speciali o che, ma noi abbiamo provato a darci un'impronta veramente decisa per avere anche tutto qui a insieme di libri un po' strani, un po' anche divertenti che, in qualche maniera a raccontare tipo di persone che siamo. In universo questa maglietta qua capisci? E Claudio è così, Sabina è più matta di me. Poi vedi ad esempio, abbiamo la possibilità di avere un libro come questo, il menù di Yuki dove un semplice libro di cucina diventa qualcosa di veramente particolare, oppure abbiamo un piccolo libro che è uno dei più venduti la MarcoPolo come questo dove il rapporto tra i diversi sessi, magari anche amore viene raccontato con frizzantezza allegria in maniera assai particolare senza mai offendere la sensibilità del lettore, non è un libro pornografico, come perché non abbiamo pornografia, ma cerchiamo insieme di quelli libri speciali che provano a dare il senso della libreria. Guarda anche questo, è un libro per bambino, ma in realtà non è veramente un libro per loro, noi facciamo riguarda gli Stati Uniti, perché in Italia non esiste

questa pubblicazione, ed è un libro del tutto divertente, molto colorato, questo è un frigo, questa è una bambina con il suo cane nel letto, però questa è una farfalla, vedi questa è un teatro e i bambini fanno la loro recita, questa però è una cassetta degli attrezzi, questa è semplicemente dei coperti della cassetta, questo è un uomo che va sul filo, e poi magari hai una pagina come questa, che si apre ancora, e qui c'è un gatto che scappa, e intanto che entra capisci? Qui c'è che Claudio firmare. Sono tutto qui insieme dei libri che regalano qualcosa di speciale, di diverso, di inaspettato. E proprio questo è il senso di una parte del nostro lavoro, non solo trovare dei libri, ma libri magari più difficili da trovare dalle altre parti e che ti facciano venire la voglia di stare insieme a noi. Non leggermente di comprare il libro ma di stare insieme a noi a vivere l'esperienza MarcoPolo che è proprio questa l'idea di essere qualcosa. E allora vedi ad esempio ci sono anche magari queste pubblicazioni che sono riviste di grafica, allora insieme al fumetto vero e proprio che puoi trovare qua, tu hai anche queste pubblicazioni che sono praticamente riviste monotematiche di grafica, a degli artisti a cui viene ha segnato un suo oggetto che poi creano questi oggetti che vanno al di là del senso di libro cioè diventano anche degli oggetti che è interessante avere casa, perché sono degli oggetti sempre diversi ma molto belli. Vedi questo addirittura è alla metà tra il saggio e il fumetto.

Z: Posso dire che l'idea della libreria e anche questi libri coincidono con la creazione, l'innovazione, non è così popolare ma una certa parte della gente gli piacciono.

F: Assolutamente. Sicuramente cerca questa cosa qua. Perché proprio questi libri di cui abbiamo guardato un po' danno il senso di quello di cui parlavamo prima cioè la creazione di una diversità che

tu puoi trovare. Se fossimo tutti omologati e vendessimo tutti la stessa cosa, magari molti di questi libri non riuscirete di trovarli. Invece la nostra idea nel panorama già esistente del mercato del libro qui a Venezia, noi andiamo a inserire qualcosa di diverso. Tipo queste cose qua: Una Vita della Mosca dove l'idea è questa, ci sono piccoli disegni, ma a fare reazioni, sono le mosche, come gli uomini, ma sono le mosche, che sognano, che sudano, che fanno i giochi, che danzano, che pattinano, vedi? E sono libri veramente un po' speciali, un po' particolari da trovare. E questo è il frutto di una ricerca attenta, poi c'è sempre in questa stanza nell'insieme delle graphic novel ed i fumetti in italiano tu puoi trovare questa piccola sezione di libri di graphic novel in inglese, e lì ci sono la letteratura per infanzia in inglese per i ragazzi. Questo piccolo scaffalino, qualcosa in giro, qui ci sono i libri proprio in inglese per i bambini, piccolini, allora tu puoi avere anche questo che semplicemente un libro da colorare, oppure puoi avere questo che è un libro per giocare, capisci? Ecco queste insieme di idee sono parte del concetto MarcoPolo di libreria.

Z: Questi libri non restano solo libri, ma diventano come giochi, anche mettono diversi pensieri della forma di libro.

F: Certo! Certamente e soprattutto aprono diversi pensieri nella testa del lettore.

Z: Proprio per quest'idea attira la gente e gli fa tornare continuamente. Non solo per vivere l'esperienza nella libreria, se comprano i libri a casa, ma possono anche mostrare la loro idea uguale alla libreria.

F: Sicuramente! Chi entra qua spesso esce con uno spirito un po'

diverso, più allegro, più aperto, più pieno, perché quando parliamo dei libri o mostriamo dei libri, raccontiamo il nostro rapporto con i libri, raccontiamo quello che noi pensiamo dovrebbe essere una libreria. Perché io prima di incontrare Claudio e Sabina, ho frequentato sempre molto di librerie, non solo a Venezia, ma anche in giro per altri paesi, e sempre mi mancava la possibilità di trovare un posto dove riuscissi a incontrare dei libri veramente diversi che aprissero delle esperienze nuove e dove invece potessi anche sedermi a guardarli tutti i libri, ma stare qui magari bevendomi anche un caffè e ascoltando della musica.

Z: Questo non è facile nelle altre librerie in Italia?

F: Tu lo vedrai. Se andrai a intervistare anche gli altri librai, sentirai che non c'è musica, ti accorgerai che difficilmente se non posti veramente schiacciati c'è una piccola seggiolina. Se non nella libreria Ohana che proprio una libreria per i bambini non ci sono cavallini, i giochi per i bambini, i bambini spesso si stendono qui per terra e disegnano su dei fogli che noi gli diamo così per giocare semplicemente perché... è l'idea proprio questa qua, anche quelle di indicare alle persone che vengono chiederci senza nessuno problema dove poter recuperare quello che rimane la base più importante del nostro lavoro, cioè il fatto che tu forse incontrare dei libri che tu la faccia qui o da un'altra parte per noi non è un problema, sicuramente noi abbiamo molto da dire che abbiamo scelto di lavorare. Vedi che poi c'è interazione delle persone che entrano a trovarci, i libri cadono e sono al contrario. È la cosa bella, e proprio questa qua, lui se ne va ridendo, capisci? E da quella idea che noi vogliamo continuare a raccontare il MarcoPolo. Poi tutto questo prende forma intanto perché noi lavoriamo con un segmento del

mercato molto piccolo, insieme delle editorie delle case editrici che abbiamo qui dentro circa tra le 40 e le 50 case indipendenti, dopo magari parliamo che cos'è una casa indipendente rispetto ad un grande gruppo editoriale, però le 40 o 50 case indipendenti con cui lavoriamo, in realtà lavorano o occupano lo spazio di circa 12% del mercato librario italiano. I grandi gruppi editoriali si prendono il resto della fetta che è circa 82%, per cui noi molto spesso diciamo non ce l'abbiamo, perché non abbiamo questo titolo, non abbiamo questo libro, perché il nostro indirizzo è perfettamente diverso, e l'idea di portarti con la stessa emozione, con la stessa competenza in altri sentieri di lettura, senza mancare di rispetto o senza voglia di emigrare quello che invece è il lavoro degli altri grandi gruppi editoriali e le altre librerie che fanno altre scelte, ma la nostra scelta per darci un'identità anche in quel viaggio di cui parlava all'inizio è proprio andare per sentieri poco battuti.

Z: Quindi questo è il potere essenziale per stare nel mercato?

F: Per noi questo è il modo moderno, attuale, giovane, brioso, brillante per stare sul mercato, stare sul mercato non è semplicemente vendere tantissime copie di libri, ma stare sul mercato è vendere a te un buon libro e sapere che domani tornerai perché ti è piaciuto il posto in cui l'hai preso. Perché noi in più stiamo lavorando con quello che un prodotto di creazione artistica. Non stiamo vendendo due etti di prosciutto o un pollo o una necessità di primaria, noi vendiamo come anche le altre librerie quello che è il risultato di un'esperienza artistica che sono i libri quando vengono scritti, le graphic novel quando vengono disegnate e stampate, e quindi non c'è pur riconoscendo le regole dei business, del mercato. Certo che anche noi dobbiamo stare sempre dentro alle

spese che sono quali l'affitto, le bollette e pagare i libri, tutto, ma questa cosa la facciamo ancora meglio se quello che vendiamo è quello che sappiamo raccontare perché quello in cui crediamo, e quindi siccome crediamo che nelle piccole e medie editorie ci siano quei gioielli, quelle gemme che possono comunque permetterci di vivere una vita dignitosa e di mantenerci attraverso il nostro lavoro, noi pensiamo che sia importante continuare a stare questa parte del mercato. Poi non ci compreremo magari una Lamborghini ma non era quello per cui noi abbiamo aperto una libreria. Il risultato economico è sicuramente importante, questo non bisogna che sia banalizzato ma il risultato economico arriva ancora più facilmente quando tu fai delle scelte precise, quando tu credi in quelle certe che fai, quando tu ogni giorno ti riempi di competenza e di sapere per poter raccontare agli altri come sto facendo con te le scelte che facciamo. Noi non ti aspettiamo alla cassa, noi ti offriamo un caffè, noi non ti chiediamo molto spesso se hai bisogno di aiuto, ti lasciamo libera dentro lo spazio MarcoPolo, se tu dopo un po' non ti trovi o sei confusa, hai tutto il diritto di dirci Claudio, Sabina: sto cercando questo ma non lo trovo, dov'è che posso cercarlo? Non abbiamo l'attenzione focalizzata sul fatto che il cliente debba comprare un libro, il cliente deve poterli toccare, sfogliare, leggere, se poi li compra, è tutto di guadagnato, ma non è necessariamente la primissima delle nostre finalità, anche se rimane necessario vendere dei libri per potere pagare gli affitti, le bollette e mantenerci, ma diventa più facile che i nostri lettori comprano i libri quando trovano dentro MarcoPolo, quell'esperienza di competenza, tranquillità, allegria che ti fa comprare un libro con più piacere. Abbiamo presentato questo libro sabato sera, perché un'altra delle specialità della MarcoPolo è un fatto che normalmente facciamo dei quattro, i sei, quando ci riesce anche gli otto incontri al mese con autori,

editori, fumettisti, disegnatori, e parliamo sempre di libri. Guarda ad esempio questo, guarda alle illustrazioni, come diceva Paolo Canton, che è in realtà il capo di questa casa editrice Topipittori, guarda come l'illustrazione che tiene al centro il testo rende già magnifico, questo argo illustrato per i bambini, ma la bellezza di questa cornice colorata che ricorda tra l'altro, alcune pitture di William Blake, il suo modo di dipingere, comunque guarda la bellezza particolare. Guarda che bello! Allora vedi quando poi abbiamo la fortuna di fare questi incontri che ci raccontano dei libri. Intanto veniamo coccolati dalla bellezza dei libri di cui si parla, e poi questo in realtà, aiuta il nostro lavoro, sia a identificarci sempre più per gli altri, come uno di poche librerie a Venezia, forse da sola, che fa incontri settimanali su autori, editori, disegnatori, e quindi a fidelizzare a tenere vicino il lettore no? E poi aiuta noi perché oltre quello che abbiamo magari già letto del libro o già saputo nella piaga che di solito facciamo di un'ora con loro, riusciamo a ampliare l'insieme delle cose che poi possiamo andare a dire, a raccontare alle persone che entrano qua, e allora diventa doppiamente arricchente l'incontro e per chi viene a vedere l'incontro, e anche per noi che impariamo sempre di più una maniera di raccontare il nostro lavoro e la nostra passione. È questo il gioco.

Z: Come fate i clienti sapere queste attività?

F: Usiamo più canali per continuare a informare le persone di queste nostre attività. Allora c'è una cornicetta sempre fuori dalla vetrina che avvisa quel cammino su tutta la città, c'è un calendario d'incontri, poi sul nostro sito MarcoPolo.com, c'è un link che ti fa vedere il calendario, e dall'anno scorso mai è un anno che lo facciamo, anche ti rimanda per gli incontri che abbiamo fatto in precedenza al poca,

cioè la registrazione dell'intervista che abbiamo fatto con gli autori, con gli editori, e allora, una persona che magari ha perso l'incontro, può anche recuperare, anche se poi recupererà solo una parte, nel senso che l'intensità, l'emozione, la serata non è che si può trasmettere, si sentono altre cose però, i contenuti tutti possono sentire, e che sono sempre recuperabili, e poi gli eventi vengono sempre rilanciati dai nostri tre profili personali su Facebook, del profilo della libreria, su Twitter, su Instagram, sui social network, e normalmente riusciamo anche a far arrivare quali che più classicamente sono i giornali cartacei soprattutto quelli della città o della regione, allora la Nuova Venezia, il Gazzettino di Venezia, o i Corriere del Veneto qualche volta ecco.

Z: Devono fare prenotazione?

F: No, diciamo che l'entrata è completamente libera fino a esaurimento posti, e poi uno può sempre stare fuori a ascoltarci incontro che viene comunque fatto con microfono e tutto, bevendo sia una birra. Come faccio io solitamente dall'altro perché incontri MarcoPolo sono così avvincenti che c'è sempre abbastanza gente che poi finisce che i librai sono i primi a rimanersene fuori ad ascoltare alla porta bevendo una birra. Però quando facciamo incontri, lo spazio che vedi qui viene un po' modificato, tipo che questo tavolo viene spostato o lì in angolo o nell'altra sala, questa banca viene addossata alla cassa, lì si siedono gli autori, e le persone poi vanno a intervistare l'autore, e tutto lo spazio da qua fino a qua viene riempito di alcune sedie come quelle a cui io e te siamo seduti, e la gente sta qua oppure anche, se è prevista tanta tanta gente non mettiamo neanche le sedie, la gente sono in piedi. Spesso con la vivo della stagione anche se quest'anno calda da arrivare la vera

primavera, le porte sono anche aperte, quindi la gente può ascoltare direttamente anche da fuori.

Z: Ho visto anche tavolino e sedie mettendo fuori, questa parte.

F: Sì, normalmente quando c'è bel tempo apriamo questa porta e mettiamo non sempre tavolino ma almeno uno o due sedie, perché è lo spazio che amiamo anche soprattutto noi librai per starci fuori fumarci una sigaretta intanto leggere e però, riuscire sempre in pochissimo tempo ad arrivare eventualmente a dare un consiglio, o un aiuto al cliente che viene a MarcoPolo e che però, come successo anche ieri che io ero sempre fuori lì a leggere e a fumare sigarette a bere birrette, e c'è uno dei clienti qua intanto mi diceva: ah Flavio vado devo pagare oppure vorrei un consiglio, allora mi alzavo e andavo a chiacchierare un po' con loro pur rimanendo sempre importante il fatto che il lettore, la persona che viene MarcoPolo è completamente libera di fare quello che vuole, questo deve essere fondamentale perché ho visto una delle tue domande è come nata questa nostra idea? L'idea è che noi volevamo una libreria dove stare bene noi per primi, dove sentirci bene noi per primi, dove sentirci a casa noi per primi, e siccome quando sei a casa è sempre atteggiamento accogliente e rilassato, noi vogliamo che questa cosa si senta anche in questo posto dove lavoriamo che è comunque la nostra casa, e che è la casa di tutti quelli che vengono a trovarci, ogni tanto se la musica non ci piace la cambiamo. E questa è l'idea vedi? È proprio relax. È proprio condivisione, le porte sono sempre aperte, non c'è chiusura, non c'è paura. E quando tu lavori su questi concetti, tu scardini anche un po' di quelli che sono, i brutti pensieri che ogni tanto in questi tempi in cui ci troviamo vengono sempre. E noi non abbiamo paura perché la casa è anche tua. E lo facciamo tornando

sempre alle competenze i libri dandoti proprio il massimo delle scelte più strane, diverse, inaspettate che sono quelle che ci piacciono, attraverso il lavoro meraviglioso di queste case editrici che abbiamo scelto di frequentare, conoscere, amare, e addirittura attraverso il consiglio dei clienti, delle persone che vengono a trovarci. Se qualcuno ci dice: sai, c'è un libro veramente interessante, molto bello e dovrete tenerlo. Noi lo prendiamo, lo leggiamo, se risponde all'emozione, alla bellezza grafica, alla bellezza di insieme anche come oggetto, quel libro che non è una nostra scelta ma che è una proposta tua entra in MarcoPolo. Il libro che viene ordinato a una persona viene ordinato a una persona. Ma quando noi vediamo un libro bello che ci viene consigliato, il libro entra in MarcoPolo in più copie. Tu tieni presente proprio queste cose che ci stiamo continuando a dire trovi le risposte a tutte queste cose qua.

Z: Quali tipi di gente sono la maggiore parte dei lettori o consumatori? Giovani? Perché la libreria è giovane.

F: La libreria è sicuramente giovane, però abbiamo anche una buona parte di adulti e qualche volta vecchi, anche del quartiere che vengono ormai in maniera stabile e fidelizzata a trovarci e prendere i libri, diciamo che proprio per la diversità delle tre sale che tu hai visto, la clientela è estremamente variegata, ci sono un sacco di bambini, ma ci sono anche le mamme con o senza i bambini, ci sono uomini, ragazzi, anziani, giovani, donne, è veramente molto molto ampia, non riuscirei a dirti a noi abbiamo soprattutto una clientela puntata, non solo sui giovani. Ad esempio, ma volesse solo un esempio: per come costruita e per quella che alla finalità della Cafoscarina, la maggior parte delle persone che entrano in Cafoscarina sono legate i motivi di studio per la frequentazione della

libreria. Noi che non siamo una libreria universitaria e che abbiamo tutto quello insieme di caratteristiche di cui stiamo parlando in questa piccola intervista, abbiamo una parte veramente variegata, anche nei diversi incontri che abbiamo fatto in questi giorni si vedeva proprio. Venerdì abbiamo fatto un incontro che raccontava il manuale dell'illustratore e cioè un manuale tecnico non solo su come diventare illustratore ma anche su come sapersi come proporre alle diverse case editrici, anche su quali festival di grafica illustrazione andare a vedere non solo in Italia ma anche in giro per il mondo, quindi era un manuale tecnico, e dentro però c'erano ragazzi interessati alla grafica e design, i disegnatori diciamo così di professione, ma anche vecchietti che vogliono ascoltare questa cosa oppure, uno o due mamme con dei bambini perché è anche un modo per insegnare un genitore a disegnare e a raccontare al proprio figlio, le storie senza per forza. Mentre ad esempio, la settimana scorsa che abbiamo avuto un autore americano, c'era un pater fatto di giovani adulti dai 25, 30 anni, fino ai 50, che volevano sentirsi raccontare quel libro perché avevano già letto magari alcuni titoli di quella casa editrice che pubblicava questo nuovo libro, perché la tematica gli interessava che allora c'era questo tipo di tema, la frequentazione quotidiana della libreria è assolutamente variegata. Se tu stessi qua con noi un giorno interro, vedresti quanta diversità umana entra dentro qua, e anche quanti animali, un sacco di cani vengono sempre a bere l'acqua.

Z: Cittadini, turisti, metà e metà?

F: No, non direi. Direi che ci sono dei turisti che vengono, questa cosa succede soprattutto magari la domenica dove il veneziano è a lido o in giro, e allora c'è una frequentazione, anche se non riesco a

quantificarla, ma c'è una frequentazione magari più ampia, ampia di turisti, però normalmente è proprio una libreria della città, e ancora meglio è una libreria che in qualche maniera riflette la vitalità anche del campo che è fatto di giovani, che è fatto di persone che abitano qui attorno, ma che si incrociano qui, anche perché c'è lo IUAV da una parte e Ca' Foscari dall'altra, c'è la biblioteca generale della Zattere in dietro, direi che è proprio un buon porto a cui a traghettare la libreria MarcoPolo, ma non riesco a darti delle percentuali.

Z: È l'unica libreria in questo tipo per esempio come i libri speciali dagli editori piccoli in Veneto?

F: In Veneto no, a Venezia sì, abbiamo per la scelta dei libri che facciamo, e per gli orari di apertura che abbiamo, e per i fatti che facciamo molti incontri, se vuoi puoi anche venire a frequentare a partire da domani, ecco. Diciamo che sicuramente siamo una parte della particolarità delle librerie di Venezia, ma in Veneto ci sono altre piccole librerie che ragionano più o meno come noi. Tuttavia, siamo sicuramente speciali in primo luogo perché Venezia è una città speciale, cioè anche a Verona ci sono librerie più o meno come la nostra, nell'atteggiamento, nel modo di comportarsi, nel modo di sentire di questo nuovo lavoro di fare libraio, oppure ci sono anche a Padova, ad esempio di essere città dove le macchine, le automobili le fanno da padrone, lo rendono del tutto speciale il fatto che MarcoPolo si trovi a Venezia, perché è veramente bizzarro, cioè strano. Ti sei accorta che magari nei giretti che fai molte delle facce che vedi sono più o meno le stesse, poi una buona parte delle persone va a piedi, c'è una nel fatto di essere Venezia, c'è una immediatezza fisica che è difficile trovare nelle altre parti, prova a

pensare anche solo a casa tua dove il traffico, le auto, il fatto che uno non va a piedi, ma si sposta da un punto all'altro con una macchina, questo rende Venezia una città tutto speciale, perché la maggior parte delle persone va a piedi, e le persone di quartiere spesso se non per questioni di lavoro, non escono tanto dal quartiere, cioè è una vita cittadina che si fa nei diversi quartieri della città. Dopo è chiaro, c'è gente che prende va Mestre, però io ti posso dire sono 20 anni che abito qui a Venezia, e sempre in tutti i quartieri in cui ho abitato, prima o dopo entravi proprio nelle venne profonde del quartiere, perché riconoscevi il solito vecchietto, la solita vecchietta con il cane, il panettiere, il fornaio, il tipo che ti vendeva il vino, o il baretto del quartiere, e anche loro riconoscono te, come abitante del posto perché tutti vanno a piedi. Ad esempio, anche sulle tematiche dell'acqua alta, l'acqua alta per me anche se è un po' scomoda, però è veramente interessante come momento antropologico, perché parifica tutte le condizioni sociali, cioè tutti che tu sia ricco o povero, che tu abbia una casa o non ce l'abbia, che tu stia studiando o lavorando, tutti camminano nel mezzo all'acqua, e questo è un'altra delle particolarità della città. Quando io frequentavo l'università di lettere qui a San Sebastiano, la calle lunga San Barnaba che la calle che porta San Sebastiano era una delle calli che per prima ci riempiono subito di acqua che è la cosa bella, era vedere che i professori dell'università erano le persone prendevano sulle spalle i vecchietti con la spesa, o la ragazza che sia dimenticati gli stivali a casa, capisci? In quel senso, anche l'acqua alta come il fatto di camminare per strada, rende speciale questa città perché parifica la condizione delle persone, e allora diventa ancora più naturale entrare in un posto come MarcoPolo dove tu sei sempre alla pari. Guarda, la libreria MarcoPolo è nata con quei due colori che tu vedi che hanno riempito lo spazio dietro e attorno alla cassa, cioè il grigio

e il rosso. C'è un segno rosso che attraversa tutta la libreria, ed è sempre il segno o delle nostre proposte o dei libri che ci piacciono di più, sopra nella scaffale con il segno rosso, ci stanno o i nostri consigli o i libri che ci piacciono di più, ed è un filo rosso che si attacca le due panchine, e che quindi attornia e fa stare insieme tutti in quelli che sono i due oggetti emblematici della libreria insieme ovviamente al nostro Ipocalipo, ma le due panchine della MarcoPolo che hanno anche un profilo in Facebook e in Instagram e sono le panche rosse di MarcoPolo.

Z: E anche queste parti rosse sono nei posti più comodi per vedere.

F: Sì, è di dove tuo occhio arriva per primo, ma non perché abbiamo provato studio di marketing, ma perché proprio così che la volevamo.

Z: Più ideale che commerciale?

F: Sì, è partire dall'idea per arrivare ad un guadagno che però non è mai semplicemente finalizzato a fare soldi, noi facciamo soldi che cominciamo che questo è un posto buono in cui stare. E allora il mio lavoro è quello di consigliare sempre delle buone letture, perché consigliare sempre le buone letture è seminare qualcosa di buona, e se le cose germogliano dentro il cuore delle persone, allora tutto nella MarcoPolo, allora io avrò vinto lo stesso. E poi dentro c'è sicuramente il fatto che Claudio fa le bolle di resa oppure che fa gli ordini agli editori, ma l'idea di fondo è proviamo a regalare agli altri il senso di come avremo voluto anche noi sempre avere una libreria, e cioè accogliente, preparata, colorata, divertente, e con persone competenti che si rivedono di fare il loro lavoro, saperlo che poi c'è tutt'altra in panicatura che bisogna a pagare le fatture, ma la parte

fondamentale rimane la ricerca, l'allegria, la competenza e il fatto di provare sempre a far sentire gli altri come a casa loro, sempre, sempre.

Z: La storia, quindici anni fa?

F: Quindici anni fa circa, dal 2002 è nata l'idea di MarcoPolo. Come ti ha detto Claudio. È nata da un'idea di viaggio, e l'altra questione ma anche per letture nel mercato, tu pensa solo il fatto che da quando è nato internet, con Googlemaps, e con tutte le applicazioni con la persona può trovare nell'internet, ci sono addirittura ridotte nel mercato libraio la stampa delle diverse guide delle città, cioè Lonelyplanet, le grandi case europee che facevano ad esempio questa parte non sola, la guida della Francia, la guida della Cina, la guida dell'Italia, non le stampano più, perché oggi come oggi tu prendi, non è il mio caso perché ho questo telefono qua, ma tu prendi il tuo smart phone, e anche solo dopo che sei arrivata alla città in cui vieni a fare delle vacanze, tu puoi trovare dove andare l'hotel, comprato l'ultimo minuto tuo posto da dormire no? Quindi un po' perché è cambiato il mondo, è cambiata anche la finalità MarcoPolo. Sto rimanendo sempre, però attenti all'idea che il viaggio deve rimanere metaforicamente dentro la scoperta del libro per cui anche ad esempio, quello scaffale che tu vedi lì che è l'unica concessione che noi facciamo ai grandi editori rispetto alle 50 case editrici con cui lavoriamo normalmente è frutto di una scelta, e la scelta è la scelta dei libri che più ci piacciono, e che più sono piaciuti, e che più sono importanti per fare crescere una persona come lettore e dargli una struttura. Ora è sempre una scelta, una scelta che è la scelta di un percorso quando fai un viaggio, perché tu nello stesso punto puoi arrivare attraverso tante strade, noi scegliamo

un'altra strada, questa è parte sempre dell'idea MarcoPolo.

Z: È più intelligente tenere l'idea di fare la libreria come un posto turistico, viaggio nella libreria, invece di cercare informazione di viaggio.

F: Sì, sì, certo. Però ad esempio non so, tu puoi andare a Toletta o all'Acqua Alta, e magari avere uno spazio o uno scaffale legato i viaggi no? Con le guide della Michelin... Viene a vedere il nostro spazio di viaggio... Lo spazio di viaggio con libri particolarissimi, c'è una casa editrice con cui abbiamo un bellissimo rapporto e che normalmente fa libri fotografici come questi. Guide non c'è ne sono, queste che sono però legate a un concetto, cioè la guida alla Venezia ribelle, la Barcellona ribelle, quando l'aggettivo ribelle viene mostrato un tutto ecco significato dal significato storico delle rivolte parigini, ad esempio nelle giornate del 1840, della rivoluzione francese del 1790, 89, 93, 94, fino però magari alla prima donna laureata la Sorbonne, quello è un gesto di ribellione uguale a chi lancia una molotophone un sasso, perché segna un cambiamento nella città, queste guide sono fatte riflettendo su questo aggettivo che comprende tutti gli itinerari che troverai dentro a tutte queste guide fatte da una casa editrice che è Voland. Ma poi ad esempio, noi per un viaggio nella bassa California messicana non proponiamo una guida, proponiamo un libro che ti racconta di dove vanno ad accoppiarsi le balene. Quindi non è una guida ma può diventare una guida perché al suo interno ha foto e itinerari e anche una piccola cartina. Oppure per noi viaggio è anche parlare delle droghe. E lo facciamo attraverso dei libri che sono ad esempio questo qua, animali che si drogano, che è una ricerca antropologica fatta dall'ultimo grande studioso italiano che ha collaborato con Albert

Hoffman, che è insomma il più grande studioso di droghe anche chimiche, però l'idea è questo qua, il viaggio viene preso declinato in tutte le possibilità. Dal viaggio in senso allotropico mentale, e quindi anche allucinogene nel mito nella storia, quindi quasi una ricerca antropologica, passando per le vie dei canti ad esempio che ha un testo di Bruce in che racconta un viaggio in Australia, quindi più istituzionale, fino ad arrivare ad esempio, alla storia delle stelle, anche quello è un viaggio, ma non c'è neanche una cartina, non c'è neanche una guida in senso pratico tipo dove vado a mangiare, dove vado a dormire, quali sono i monumenti che posso vedere no? Anche qui tutto concettuale. Ti muovi per altri sentieri, anche qua, e questo per noi è estremamente interessante, estremamente importante, è quello che vogliamo offrire agli altri. Anche quando parliamo di architettura, o quando parliamo di fotografia, o di cinema, o di musica, lo facciamo sempre attraverso maniere un po' più speciali, tipo possiamo offrire anche il libro di Morresi e della sua dieta vegana, e lui è un cantante abbastanza famoso. Oppure abbiamo spesso la musica che incontra ad esempio, la politica, la società, l'economia, e quindi un'interazione di questo tipo.

Z: Quindi tutti i libri sono circo il tema, ma non solo il tema stesso.

F: Sì, sì, non sono necessariamente solo il tema, ma sono un percorso alternativo per arrivare allo sviluppo di quel tema. Non abbiamo il saggio in senso classico per esempio, oppure ne abbiamo molto pochi, perché rimaniamo una libreria non universitaria, ma abbiamo tutti quelli libri che possono essere collaterali, per arrivare a rendere il tuo saggio ancora più completo, ancora più a volte brillante, a volte interessante. Non abbiamo dei manga, oppure non vendiamo film, non vendiamo giochetti, ma ad esempio qua, quando parliamo dei

mondi dei film di Miyazaki, nel reparto cinema, offriamo un'interpretazione filosofica dell'idea di fare cinema di Miyazaki, e anche questo è il primo libro più venduto in MarcoPolo. Oppure quando vogliamo ricordarci dei robottini, dei robot giapponesi che facevano parte del nostro cartoni animato, lo facciamo attraverso una storia del Giappone che diventa la storia dei robot. Sempre così, è una libreria un po' strana no? Vedi questo libro ad esempio, vuole essere veramente una parte piccolina della storia di Frida Kahlo che è questa artista messicana, e però invece di essere semplicemente il saggio, il fumetto, è questa cosa qua, vengono presi dei capitoli della sua vita, raccontati attraverso pochissime parole quasi piccole poesie, la grafica, per noi diventa importante trovare questo tipo di libri... Sono tutti questi libretti quelli che ci piacciono, e vedi come viene rappresentata, questa maniera molto divertente. Ecco. Presentiamo lo stesso un'artista ma cerchiamo di farlo un percorso particolare.

Z: Ma proprio questo posto è iniziato dal?

F: Questo posto comincia dal 26 settembre del 2015.

Z: Quindi solo due anni?

F: Sì, sono un po' meno di due anni. Che fino a prima eravamo nel posto di cui ti parlava Claudio, e cioè vicino alla casa di Marco Polo. Direi che non c'è stato vero cambiamento della nostra idea iniziale, rimane questo perché ci piace da vero questa qua. Diciamo che siamo sempre pronti a dei piccoli accorgimenti, siamo sempre in viaggio, siamo sempre in movimento, ma dal 2015 quando Claudio, Sabina ed io abbiamo cominciato questa avventura, l'idea è rimasta fissa, sicuramente è un'idea che è sempre in divenire no? Però non ci

sono cambiamenti del tipo da domani quello scaffale con le letture di cui ti parlavo per strutturare lettore non esisterà più oppure, togliamo una parte. Questa è la nostra idea, lavoreremo per ampliarla per togliere magari alcuni libri e metterne di altri, e quindi si trova di cambiamenti e che riguardano le scelte magari piccole scelte di alcuni titoli, ma la linea filosofica, l'interpretazione dell'idea MarcoPolo è stabile, è quella.

Z: Adesso siete in tre?

F: Sì, siamo tre soci, tre soci che hanno fondato questa società e che hanno aperto questa libreria.

Z: Sai che c'era un altro studente precedente anche del mio corso Economia e Gestione delle Arti, nel 2014 aveva fatto un'intervista per MarcoPolo?

F: Sì, Matteo. Lo conosci?

Z: No, però ho trovato la sua tesi. Ma dopo il 2015, il suo lavoro è un'altra cosa?

F: Sì, diciamo che il suo lavoro si è fermato all'esperienza prima, perché in quel momento non avevamo ne ancora pensato a arrivare qua.

Z: Perché si trova qui? Abbiamo già detto però.

F: Perché anche è intersezione di questi spazi tra lo IUAV da una parte, Ca'Foscari dall'altra, ma anche abbastanza vicino anche alla stazione perché a lì dalla stazione in 10 minuti qua, e quindi noi rispetto alla posizione di prima che la più raccolta, più intima, e anche un po' più nascosta, abbiamo voluto uno spazio più ampio, ma

forse anche al centro di alcune vie che si intercettavano, che si toccavano, come potrebbero essere un punto delle due sedie universitarie di cui noi siamo una parte di incrocio diciamo.

Z: Quale spazio nella libreria è la tua preferita?

F: Questo qua! All'inizio quando abbiamo cominciato a pensare a che cosa al di là dei libri ma a quali oggetti mettere dentro e dove disporli, Sabina e Claudio ne abbiamo un concesso questo come se fosse mio ufficetto, in realtà è il mio serbatoio di caffè, però è veramente un posto dove mi sento al mio agio, perché posso leggere comodamente, mangiare un biscotto, bere un caffè, e allo stesso tempo, guardare più o meno tutta la libreria, ed essere sempre pronto a dare una mano al lettore o a chi arriva in MarcoPolo e vuole magari informazione, tu gli lo dai anche comodamente seduto, dici guarda sono di là, di là, è comunque uno spazio come vedi anche grazie a questa bussola, a questa porta vetrata, tiene comunque quel minimo di intimità, cioè tu sei qua, leggi, studi, comunque è lo spazio dove noi leggiamo i libri che arrivano, ci sediamo qui spesso per fare dei nostri riunioni con tre sedie, mangiamo anche qui, perché ci facciamo magari portare delle cose dall'Afgano o dall'altro ristorante che qui vicino. E quindi direi che proprio questo è il mio spazio preferito.

Z: Se c'è la grande alterazione come il design interno?

F: Il design interno non è mai cambiato da quando l'abbiamo costruito, se non per le piccole parti, perché qui ad esempio prima c'erano altri raccoglitori, mentre adesso abbiamo voluto fare come per diciamo convogliare ancora un maniera più decisa l'idea MarcoPolo, uno stesso scaffale, anche se come delle caratteristiche

leggermente diverse da questo, però dove l'idea, dove anche per l'occhio, che rimane per quello che vede sempre esattamente prima c'erano i raccoglitori di plastica come se fossero delle tasche, tutti questi libretti, che abbiamo formato più piccolo del libro normale, e poi tipo, il modo in cui apriamo la vetrina, e prima qui c'erano anche qui delle tasche di plastica con dentro i libretti, abbiamo deciso che invece ci piace di più quest'idea, anche se a volte un po' più scomoda, ma perché ci aiuta anche a regalare un maniera più ordinata, un bel colpo d'occhio colorato alla persona che viene qui a guardare i libri, e poi comunque puoi togliere questo, ti siedi, c'è uno sgabellino anche da sotto a cui si siede. Quindi direi che a parte questi piccoli ritocchi fatti in corsa dopo il primo anno, non c'è stato un vero e proprio cambiamento strutturale all'interno della libreria, i colori sono sempre rimasti, il rosso e il grigio, il logo da quando abbiamo scelto, è leggermente rivisto rispetto quando eravamo nell'altra sede quella vicina alla casa di Marco Polo. Dopo leggermente di toccato, ma da quel momento non è mai cambiato, sempre quello. Di cambiamenti magari quando li facciamo solo cambiamenti per magari ottimizzare il sito, oppure decidere se mettiamo in questo caso alcuni libri in 50% quindi leggermente scontati, perché sono una parte di catalogo di una casa editrice che non esiste più, e quindi sono queste le piccole scelte che facciamo in corso. Poi vedi, ecco stai assistendo quello che potrebbe essere un piccolo appunto cambiamento di alcune piccole idee, e cioè che cosa faremmo delle prossime borse che arriveranno in MarcoPolo, con il nostro motto oppure sono con la nostra scritta. Però sono come vedi, piccoli decisioni o piccole chiacchiere, ma che non riguardano a un cambiamento esterno, un cambiamento strutturale di libreria, ma solo piccole scelte per arrivare ancora meglio di cliente come magari perfezionali il sito, decidere il colore delle borse, come metter le

stampe sugli scaffali, sono cose piccole.

Z: Vendete anche alcune cose oltre ai libri?

F: No, le borse, ma quello è diciamo che l'unico forse sono le borse perché sono regate a un progetto, perché le borse vengono fatte dai ragazzi del carcere, e quindi diciamo che abbiamo deciso di fare queste piccole borse solo perché a fare sarebbero questi ragazzi del carcere a cui fa una parte dei soli ricavati dalle borse, perché serve a ridare dignità alle persone che si trovano in questo momento una situazione diciamo di costrizione fisica, noi stiamo a giudicare se è giusto o non è giusto se devono o non devono pagare rispetto al fatto di quando usciranno dal carcere, noi vogliamo provare per quella che è la nostra parte a dare a loro la possibilità di ripartire attraverso un lavoro dignitoso. Però a parte questo e parte stampe che tu vedi per terra che Sabina sta mettendo a posto e che sono fatte da un atelier di artisti di design ecco meglio che si trova qui vicino, tutto resto delle cose che vendiamo è il libro. Perché anche quelle parole magnetiche o quelle mattoni rosse che tu vedi sono dei magneti da frigo, ma sono fatte da una casa editrice di Roma.

Z: Anche come un regalo forse?

F: Sì, poi a volte la regaliamo tipo abbiamo anche creato delle piccole spille ma non le vendiamo, le regaliamo.

Z: Qualche attività?

F: Le attività che facciamo normalmente sono gli incontri di cui ti parlavo prima.

Z: E poi ho visto che ci sono anche i corsi fotografici?

F: E facciamo il corso di fotografia, sì, sì.

Z: E anche scrittura?

F: Una volta quando Claudio e Sabina erano nell'altra sede quella vicina alla casa di Marco Polo, c'era anche un corso di scrittura tenuto da uno scrittore che pubblica i suoi libri, alcuni per Voland, una delle case editrici che teniamo lì, però adesso non facciamo più corsi di scrittura, anche perché bisogna trovare lo scrittore, perché magari una è impegnato proprio a scrivere il proprio libro, deve stare in un giro per il mondo. Sa perché dovere garantire un corso anche garantire la tempistica del corso, cioè il fatto che si possa fare 8 lezioni in 8 settimane, una alla settimana, ma quindi bisogna avere anche la disponibilità e delle persone e anche di chi poi va tenere il corso. Proprio per questa cosa noi in questo momento teniamo diversi corsi di fotografia ma sempre con lo stesso fotografo che poi insegna sia il corso base di fotografia, il corso avanzato di fotografia, il corso di composizione fotografica, il corso di fotografia in bianco e nero, e il corso di street photography.

Z: Si paga al fotografo?

F: Diciamo che non mi ricordo bene le condizioni di tipo economico ma penso che ci sia una copartecipazione tra noi che diamo lo spazio e il fotografo che da il suo lavoro. Diciamo che poi i diversi corsi in base al numero di lezioni e anche al tipo di corso, hanno un costo diverso, ma il costo è sempre più o meno per quel che mi ricordo diviso a metà tra il fotografo che tiene il corso e da MarcoPolo che dallo spazio, e anche il video proiettore, la televisione, questa roba qua.

Z: Quindi quasi tutte le notte ci sono le attività, oppure corsi oppure

incontri.

F: Sì, diciamo che in una settimana tra i corsi di fotografia, gli incontri con gli scrittori, i lettori, e poi ad esempio il fatto che MarcoPolo si offre anche per essere punto di ricezione della verdura di un progetto che si chiama Donna Gnora, verdura biologica coltivata da questi ragazzi giovani che hanno dei campi fuori Venezia. E allora normalmente il mercoledì arrivano questi ragazzi con i remi e portano la verdura, e noi teniamo anche i remi per le barche di un'associazione che lavora sul recupero delle antiche barche a remi di Venezia e che poi offrono alle persone che vogliono ad un prezzo veramente più che socia, e dei corsi di voga in giro per i canali della città, e noi teniamo i remi, non teniamo le barche perché è un po' complicato ma teniamo i remi e diamo un appoggio appunto logistico alle persone che vengono qui a ritirare la verdura, ma questo è totalmente gratuito e per spirito appunto di appartenenza di un'idea. È il fatto che tutto questo insieme contribuisce a fare il modo che rimanga vivo un senso di cambiamento della città, verso il tipo d'idea città che abbiamo e contribuisce a fare il modo che sempre più sia chiaro l'idea MarcoPolo che si unisce in tutto questo spirito di accoglienza condivisione e possibilità di fare insieme delle cose, questa è le triple su cui arriviamo e ragioniamo.

Z: Come coincidono queste attività e la libreria?

F: Grazie ai corsi di fotografia, uno a fine alla sua capacità propriamente fotografica ma anche di tipo estetico, ma anche di tipo artistico. E allora magari proprio diventa più facile incontrare quel tipo di libro di cui parlavo all'inizio, mentre per quella che l'appoggio logistico alla verdura, alle barche e i remi, è proprio il fatto che come MarcoPolo e un'altra libreria per un'altra idea di città, tutte le cose

che ci stanno insieme sono un altro tassello per pensare una città in maniera diversa. Perché andare in barca a remi e pensare Venezia nella sua prima vera geografia che è proprio dell'acqua, e non attraverso il motore ma attraverso il tempo della remata che ti permette quindi di respirare, di guardare la città e di avere un tempo diverso che è quello del motore a quattro tempi.

Z: Come selezionate i libri?

F: Noi selezioniamo i libri secondo quello che ti ho detto prima, cioè abbiamo dei rapporti con queste case editrici con cui lavoriamo, ma anche di loro non teniamo per forza tutto il catalogo nel senso che teniamo sicuramente le novità, le ultime cose che arrivano, ma poi anche una questione spazio, una parte del catalogo che magari non si muove, non riusciamo proporre, non abbiamo letto perché magari non ci piacciono nel tempo, viene ridato alla casa editrice per continuare invece a lavorare sulle cose su cui siamo concentrati sempre di quella casa editrice. Quindi per quello la scelta di libri è noi per la narrativa, la saggistica, la fotografia, il cinema, la musica, abbiamo rapporti con case editrici indipendenti che vengono integrati dalle scelte che facciamo noi che guardiamo anche altri cataloghi di altre case editrici che non abbiamo, oppure dei 5 grandi gruppi editoriali che magari hanno anche loro delle cose molto belle che noi inseriamo in qualche copia nel numero di qualche copia, così da integrare l'offerta che noi normalmente abbiamo attraverso le nostre case editrici con cui abbiamo dei rapporti diversi.

Z: Adesso vendete ancora i libri usati?

F: Sì, li vendiamo ancora, ma li vendiamo attraverso le piattaforme internet perché non abbiamo più uno spazio fisico dove dare una

vera visibilità ai libri usati, anche se grazie al lavoro di codificazione di Claudio, ogni tanto capita di trovare in mezzo di nuovi libri qualche libro usato, tipo nello spazio dei bambini, c'è un'edizione del Piccolo Principe degli anni 60, e lì anche vicino c'è l'edizione corrente, l'edizione attualmente in commercio del Piccolo Principe, ma tu puoi vedere anche l'edizione più vecchia, vedi qua, questa edizione è del 1949, ovviamente questa è un'edizione particolare, una persona può scegliere tra un piccolo libro usato che è qui e un libro corrente che è qui.

Z: Ho visto che a parte dalle editorie comprate anche dalla libreria online, Fastbook?

F: Fastbook è il nostro fornitore esterno, cioè tutto quello che non sono i nostri editori che ci mandano direttamente dalle loro case editrici i libri, tutto quello che sono Mondadori, o comunque i grandi gruppi editoriali, o le cose piccolissime di case piccole piccole che i nostri lettori ordinano, la facciamo arrivare dal nostra grossista esterna che è Fastbook.

Z: Anche Amazon?

F: Da Amazon non facciamo arrivare niente, però spesso ad esempio usiamo la forza di Amazon per vendere una parte di libri usati, perché Amazon ci serve come piattaforma per visibilità dei libri.

Z: Consigliano gli editoriali?

F: Per quanto possibile è comunque una collaborazione, cioè intanto bisogna dire che questa piattaforma di case editrici che abbiamo con noi, sono cominciate pian piano soprattutto all'inizio grazie al lavoro di Claudio e poi anche quello di Sabina, e poi anche di Claudio e

Sabina, e mio, ma io sono arrivato dopo, però ad esempio io ho fatto conoscere Claudio e Sabina una casa editrice in cui abbiamo molto che è Mattioli, una piccola casa di Fidenza e Parma, piccolina, che quando ha cominciato a incontrare Claudio, Claudio aveva l'altra libreria, e io me la leggevo facendomi mandare i libri direttamente dalla casa editrice, ho detto: Ah ma guarda questa perché ha una bella parte di letteratura americana. E quindi anche là vedi c'è stata interazione addirittura mentre io ero ancora un cliente, non socio di una libreria, però diciamo che insieme delle case è nato piano piano ed è cresciuto grazie al lavoro di Claudio e Sabina che hanno sempre cercato piccole case. E poi è chiaro quando tu poi vai a conoscere gli editori magari in appuntamenti quando vengono perché accompagnano lo scrittore oppure nei festival di letteratura dove incontriamo diventano anche consiglieri del nostro percorso, ci dicono: Ah guarda che c'è un altro editore che magari appena nato, piccolino e che fa questo tipo di lavoro prova vedere se può interessare. Quindi in questo senso c'è una interazione, poi è chiaro che l'ultima scelta rimane sempre la nostra. Perché entra in MarcoPolo solo un editore che in qualche maniera comunque continuare a rispecchiare l'idea MarcoPolo, non è che entrano tutti, tanto è vero che in Italia ci sono circa 800, 900 case editrici, e noi qua ne abbiamo solo una cinquantina. Questa dinamica è una dinamica normalissima in MarcoPolo, tu sei libero di far da solo e poi quando vuoi consigli, racconti di lettura, noi facciamo, ti raccontiamo libri interi, senza svelare il finale.

Z: Attività promozionale?

F: La nostra promozione per promuovere la libreria si fa attraverso gli incontri che facciamo. Noi non promuoviamo noi stessi con non

so un pacchetto special, natale, MarcoPolo, oppure con sconti che non siano le legati ad esempio, a quello che dicevo prima, cioè a queste piccole due case editrici che non esistono più, e di cui questa è la parte finale del loro catalogo. Ma la promozione noi la facciamo attraverso gli incontri e in cui offriamo comunque le possibilità di stare qua, poi ci sono i taralli, c'è il vino, le cose, però non c'è una scontistica in MarcoPolo, tanto è vero che non c'è neanche per noi soci librai, che tutti paghiamo tutti i libri a prezzo pieno. Perché a nostro avviso il prezzo pieno è rispetto della dignità e del lavoro dell'editore, e gli permette di continuare a fare i bei libri che ci piacciono, e proprio perché lo pagano tutti a pieno e li pagano a pieno anche a noi. E io ho ordinato un sacco di libri a MarcoPolo.

Z: Che cosa pensi delle librerie online e le librerie giganti di catena?

F: Ma io penso che le librerie di catena sono inserite in altra dinamica che escono dal fatto del libro, cioè nelle librerie di catena, anche tu che ci lavori dentro, tu commesso, non sei un libraio. Hai solo badge qui, e che forse accompagna alla cassa la persona che magari si è persa interno della grande libreria di catena. Ma il nostro lavoro è diverso, per noi non c'è un problema con le librerie di catena, nel senso che loro vendono un prodotto diverso, e il fatto è che al nostro avviso se non per una visione di libro supermercato, sempre più libreria di catena avranno una dittatura perché le persone ritorneranno al nostro avviso sempre più verso un'idea di questo tipo cioè la vera libreria, le persone sanno quello che ti consigliano, sanno quello che ti leggono o che vuoi leggere, e dove sempre più viene rispettato il rapporto con te, dove tu non sei solo un cliente, tu sei Stella ( il mio nome italiano) che si siede qua, si beve un caffè, si legge un libro. Le librerie di catena continueranno

ad esistere ma perché diventeranno punti nodali di quella specie di supermercato self-service per cui tu entri come uno scheggia impazzita, prendi e vai, e via. Invece non c'è un problema con le librerie di catena perché siamo proprio una roba diversa.

Z: Quindi loro offrono solo i prodotti ma qui voi offrite anche esperienze.

F: Sì. Ma tu lo puoi ben vedere, se ti fai un giro nelle due librerie di catena, Giunti che sono rimaste qui a Venezia, oppure se vai a vedere la libreria Feltrinelli in piazza barche. Pur avendo all'interno del loro contenitore, la stessa cosa che abbiamo anche noi qui cioè l'oggetto libro. L'ambiente, l'empatia che tu senti quando tu entri dentro il posto è diversa. Le librerie online, il vero problema è Amazon, ma neanche Amazon in realtà un problema. Anzi, Amazon è addirittura ad esempio per noi il più grande libraio del mondo, e ci aiuta a vedere se un libro è ancora in commercio oppure no? Se è facile recuperare oppure no? E noi a qualche volta visto che attraverso i nostri circoli del nostro fornitore esterno, non riusciamo a recuperare il libro, invitiamo anche a prenderlo su Amazon. Perché importante è che tu rimani nel numero dei lettori, numero che tu non perdi le abitudini a leggere, poi un giorno tornerai a MarcoPolo, non c'è problema.

Z: Sovvenzione?

F: La risposta è no.

Z: Per che cosa i clienti si complimentano di più con voi?

F: Io credo proprio per tutto quello che abbiamo detto fino adesso cioè sia per la scelta dei libri, ma anche per l'atmosfera che c'è in

MarcoPolo, e che ti permette sempre di sentirti tranquillo. Poi ogni tanto succede come ieri o l'altro ieri che qualcuno ti fa davvero il complimento per il libro che gli hai consigliato l'ultima volta, la volta precedente, ma è un'arma a doppio taglio, perché c'è sempre da sperare vada bene gli consigli altrimenti.

Z: Per voi cosa significa ad essere indipendente e come mantenere l'indipendenza?

F: Per noi essere indipendenti è soprattutto avere dei rapporti commerciali che non riguardano i grandi gruppi editoriali e i grandi distributori che sono sul territorio nazionale con cui non abbiamo nessuno contratto firmato, questo in senso economico legale è indipendenza. Poi l'indipendenza per il resto è anche il fatto che noi facciamo veramente quello che vogliamo, e penso che possiamo continuare a rimanere così proprio perché quest'idea la portiamo avanti insieme dal primo giorno, e quindi se rimaniamo di quest'idea o se mentre facciamo le nostre riunioni, rimiamo, organizziamo la nostra idea, ma continuiamo a pensarla per quello che sono le linee generali della filosofia di fondo alla stessa maniera rimaneremo sempre indipendenti. Ma non è legato a una questione di qualcuno ci può comprare, no, se non ce la volessimo più fare cosa che per adesso per fortuna è esclusa e lontana, ma al massimo chiudiamo, non ci facciamo comprare da nessuno, ma non succederà, vai tranquilla.

Z: Lavorate solo per la libreria o avete anche altri lavori?

F: No, no, questo è il nostro lavoro, solo questo. Prima Claudio era titolare dell'altra parte, cioè non titolare, comunque era nell'altra libreria, Sabina è arrivata nel 2011 nell'altra libreria con Claudio,

perché lei è di formazione di architettura diciamo e quindi lavorava nell'architettura, nel design, poi ha fatto anche la commessa, ed io ho fatto lavapiatti, cuoco. Da quando ci siamo messi insieme e abbiamo deciso della nostra voglia, del nostro desiderio di stare insieme, aprire una libreria insieme, facciamo solo libraio, e va molto bene, siamo molto contenti.

**08.05.2017**

## **L'intervista del Lu Ming Bookstore**

*Intervistata: Chen - Ch*

*Intervistatrice: Zhang - Z*

Z: 主要卖的书籍就是汉学、汉语言、文史、考古？

Ch: 对对，就是文史哲的，针对研究生群的，学术研究的，有文字考古，历史是我们最主要的特色，就是跟别的书店是不一样的，别的书店这方面就少，因为受众群体小。

Z: 所以针对的主要消费人群就是学者，像学生和教授？

Ch: 搞学术研究的，就是文史哲这一块的，因为文史哲是相同的嘛，有的搞哲学的也会买古文字的或者古代历史的书。

Z: 然后还有一小部分是旧书对吧？

Ch: 对，旧书其实也是这方面的。

Z: 有什么成就？

Ch: 成就怎么说呢，应该说现在实体书店越来越难生存，我们书店还能够经营二十年，还是值得骄傲的地方，因为还是挺下来了，我们坚持自己的原则，反正在这个商业社会里还是不容易的。

Z: 创立时间是九七年？

Ch: 对。

Z: 为什么想到开这家书店？

Ch: 因为当时他们两个学生都是中文系的，自己都喜欢书，买书买

得也比较多，最初的想法只是说开个书店自己买书也便宜一点，其实也没多大的想法。

Z: 只是说有一个更方便的渠道去获取书籍，也方便自己身边的同学。

Ch: 对，主要的目的就是自己买书，反正最原始的想法嘛，后来就慢慢坚持下来了。

Z: 所以这个理念到现在也还是方便这一块的学者、学生。

Ch: 对对，一直就没有便。

Z: 书店一开始不是在这里？

Ch: 不是在这里，但一直是在复旦周围，所以店面的选择基本上是围着复旦转的。

Z: 好像就去年搬到这里的？

Ch: 不是不是，是一四年。

Z: 然后是跟复旦后勤合作，但复旦后勤就只是提供场地。

Ch: 我们这个就是说风险共担吧，当然我们租金是比外面便宜嘛，反正他们也需要有一个文化的氛围给学生，而且我们书店一直在复旦周围的口碑还比较好，所以正好他们找别的书店不愿意，然后我们书店就过来了，正好是两方面有个契机。

Z: 就是书店跟高校的合作。好像复旦本来周围又六七家书店，后来都...

Ch: 对，后来他们都倒了。然后他们周围就只有一家他们自己的书店，因为那个门面是不要钱的嘛，就是那个前面的经世书局，复旦

出版社的自己的书店。他们因为门面是单位的嘛，这个成本就低多了。

Z: 我看这边布局很像图书馆，从一开始就是这种构造吗？

Ch: 对，我们因为这个架子是可以移动的，方便搞活动的时候，我们有时候会做点人文方面的讲座，有时候比如有海外学者来，因为有老客户正好在复旦讲座的时候，如果我们能请得到的话，他们会友情来客串一下，在这里再给大家一次听讲座的机会。

Z: 那对你自己来讲最喜欢书店的哪个部分？

Ch: 作为我们经营者来说，我们还是希望能看到，比如像暑假，我们看到有些中学生，他们有的会经常来泡在这里，这对于我们来说是后继有人吧。就像昨天有一个华师大附中的，他马上读高二了，他就来我们这里买了，第二次来，买了两三百块钱的书吧，而且好像是本科生都不大看的书。他第一次来是前一个礼拜，他当时来我们书店也是一个偶然的的机会，他为什么到我们书店来呢？他就是说暑假里面，他想把上海的书店都跑光，然后他到我们书店是跑的第二家还是第三家吧，他后来就喜欢上我们书店，昨天又来了，然后来的时候我们跟她聊了一下，他感觉挺好的，而且他们的老师是复旦历史系毕业的，现在也教他，他们老师也在我们书店买了二十年了，我们都熟了，他一提起他很兴奋的。

Z: 就从一开始就一直在这里买，老顾客了。

Ch: 对，就是他们的老师，而且他们老师虽然也教书教了十几年了，来了之后都像老朋友一样，对于我来说肯定这方面是比较开心的事，总是有人来，总是不断的有新的血液。

Z: 那平时一般都是大学里面的学生？

Ch: 对对，现在我们放假的时候，暑假的时候，经常好多中学生过

来，有的中学生就把我们书店当成一个旅游的景点来感受一下。

Z: 那周围居民什么的呢?

Ch: 周围居民有的呀，他们比如晚上散步的时候过来，当然也是喜欢书的，不喜欢书的他也不会过来。

Z: 而且今天我过来的时候这边一片遮着嘛。

Ch: 对对，他们都不一定看得到。而且像开学的时候，比如复旦附小的呀，附中的学生有时候到这边，就是放了学之后，坐着看看书，做做作业。

Z: 平时都会坐满吗这里?

Ch: 平时不一定，上课的时候坐不满的，也要看时间段的。

Z: 一般什么时候比较热闹? 除了做讲座。

Ch: 这个说不清。当然新生来的时候会热闹几天。

Z: 那除了书，就是茶、咖啡这些，其他还有什么吗?

Ch: 对，其他没什么了，我们觉得主要还是把书做好。

Z: 其他活动也主要就是学术讲座。

Ch: 对对，学术讲座。

Z: 除了就是一个人在上面讲，还有...

Ch: 我们还有座谈会啊，比如学生的读书小组呀，还有一些导师呀他给学生上课嘛，比如带的学生有四五个嘛，那么这里如果有什么书，他就直接到书店里面边看边讲比较直观。

Z: 那么像这些活动就还是针对书店主题的。

Ch: 对，跟书店主题相关的。好多人跟我们要借场地，说搞些其他的活动，因为觉得我们这个背景对于他们说好像是提升了品味吧，有的比如搞些时尚专业的，“哎呀，我们能不能跟你们在这里来搞一个珠宝的什么讲座”，我们都不接受的，我们都要相关的。比如你说研究瓷器的，你来做各方面学术讲座，我们会接受的。我们还是宁愿不挣那个钱，但是一定要把品味坚持下去。

Z: 那么选书是根据什么来选的呢？

Ch: 选书就是根据这么多年下来我们这些顾客的需求，而且眼光当然是跟他们的学术眼光有关的，因为做了这么多年，基本上也应该说近一二十年了，能够抓得住顾客的心理吧。因为我们这个本来就是比较小众的，所以也不用说像别人搞得很复杂的东西，就是简单的东西你做细就够了。

Z: 那有经常长期合作的出版社吗？

Ch: 对，像古籍出版社都是我们一二十年的合作伙伴

Z: 那像一些小众的出版社呢？

Ch: 我们也挑的，我们也比别人全的，就是说你像书城啊什么其他的地方找不到这种小众的，我们就是挑这些专业里面需要的。

Z: 那有没有想过自己出版一点什么东西？

Ch: 自己出版因为国家限制的呀，那就是书商，那就是另外一个层次的。像我们就是不能出书的，出书的话就是跟出版社合作，当然我们也有这样的资源，但是我们没做，还是在经营的框架里面吧。就像比如有些什么台版的、或者是有些港版的、外国的书我们都不能卖的，这个是国家政策规定的。

Z: 那有些书店他也有这种渠道的话...

Ch: 但是那个应该是通过中国的进出口公司，他们有这个经营权的。  
如果我们书店摆着这方面的书，被查到那肯定是要罚的。

Z: 选书方面店内员工会讨论吗？书商有推荐吗？读者呢？

Ch: 店内员工是不用讨论的，书商出版社推荐也有的，还有读者建议需求也有的。

Z: 就是比如他们有什么想找的书万一找不到，跟你们说，你们可以帮他们去找。

Ch: 对，而且毕竟大家的视野更开阔，可能有的信息我们不一定完全掌握。

Z: 员工基本上都是学校退休的老师？

Ch: 不是学校退休的，我们各行各业退休的都有。

Z: 也是喜欢书的人。

Ch: 对，而且因为我们雇他们成本低一点嘛，年轻人成本比较高，因为书店的盈利还是很微弱的，所以开支不了的。

Z: 有什么促销活动吗？

Ch: 一般很少，以前我们搞过店庆，但是近几年没有搞了，因为本来就没什么利润，除非出版社跟我们一起合作，出版社来降低他的折扣，然后他说，“我们出版社的书最近搞活动，你们也书店里面...”  
那我们配合出版社的活动我们也会搞的。

Z: 而且其实像这种专业性比较强的书他也不需要去靠这块...

Ch: 不是，就是出版社的书因为有的印数是三百五百，他本来就不挣钱的，出版社是贴钱的，他给书店的折扣都比较高的，不像那些

普及读本，一印印十几万的，这个成本不一样的，折扣高十几个点吧，所以不一样的。

Z: 对于网上书店和连锁书店有什么看法？

Ch: 网上书店和连锁书店的资金雄厚，量比较大，肯定是在挤压实体书店的生存空间，所以国家也看到了，给了实体书店一些支持，不然的话，大家都在网上买，那整个国家的文化气氛越来越差了，其实是影响很不好的。但这个是没有办法的，网上购物是一种趋势，我们也没有办法，所以现在不是出了各种各样的独立书店嘛，他们也是为了在网上书店和连锁书店里面找到夹缝，这个夹缝里面找到一条自己的路。

Z: 那你觉得这条路怎么走下去呢？

Ch: 走下去只能是我们把对顾客的服务越做越好，你顾客没了的话，你再怎么...反正是，总的来说，要更具有人性化，要比网上书店和连锁的做得更有人性化才对。

Z: 更有人情味。

Ch: 对对，让他们感觉不一样了是吧。

Z: 有没有得到过什么资助？

Ch: 有得到过资助，但是不多，地方、上海的也有，国家的也有，不多。

Z: 是以什么形式？

Ch: 他们就是给实体书店的补贴，文化补贴。

Z: 实体书店只要去申请都可以拿到吗？

Ch: 当然不是每个书店都可以拿得到，当然要有影响力的，我们拿的不多，几万块钱也不算什么，也就一次。

Z: 顾客最多的赞美是？

Ch: 就是书比较专、比较全，还有我们的阿姨都比较好，服务比较到位。

Z: 独立意味着什么？

Ch: 独立意味具有情怀，我觉得应该有情怀，你有情怀的话，你想把这个事情做好，你才能够那个的，你没有这个情怀，你有挣不了钱，那你说你这个书店坚持不下去，独立就是说应该是有某种情怀的吧。比如他们有得做音乐书店，那肯定对音乐方面有情怀的，还有的比如建筑的，上海不也有建筑书店吗？肯定各种各样的情怀，像我们这个是因为人文情怀嘛。我觉得就这样的，肯定是独立意味着某种情怀，而且比较理想化的嘛，他对物质要求不是很高的，反正能生存，能凑活下去。

Z: 那原来两位老板为什么现在只剩下一位了？

Ch: 另外一个他是复旦里面当老师，因为他初衷只是买书，但是他更喜欢做学问，就是志向不一样。

Z: 那另外一位现在是专职吗？

Ch: 专职，对。

Z: 那怎么保持下去？就还是像刚才说的那样。

Ch: 对，你只要做的好，就还是有顾客愿意找上门的，而且我们现在单位里面也比较相信我们的服务，我们当然是靠个体，靠零售的话肯定是早就垮了的，主要是还有些单位。

Z: 哦就是相当于批发？

Ch: 对，资料室呀，因为我们提供他们信息比较全嘛，然后我们服务业比较全嘛，研究单位，比如像复旦的图书馆，还有复旦不是有各种各样的，比如有中文系呀，史地所呀，各种各样的，他们都有图书馆的呀，那他们也需要这方面的书，那么我们会时不时地给他们信息嘛。

Z: 那他们没有自己的渠道吗？

Ch: 他们不可能为一本书去找吧。

Z: 你们这边就是比他们掌握的信息更多以店。

Ch: 对，我们就是新书会不断地给他们推送。比如他们要人文方面学术类的，如果有书单子给他，他们会去看的。像复旦图书馆当然是大部头是给的上海书城，知道了吧，因为那是国营单位，他要支持国营的嘛，但是国营单位做不到的地方我们来做，就是这种夹缝中生存，是吧。

**17.08.2017**

## **L'intervista del Upper Bookstore (questionario)**

### **硕士毕业论文《论独立书店之独立：上海与威尼斯部分个案的比较研究》之问卷调查**

毕业生：张佳程

#### **1. 定位与特色**

##### **1) 所卖的书籍主要包括哪些类型？**

教材、教辅、工具书、经管类不卖，建筑、城市、艺术、设计、文学主打。

##### **2) 针对的/光顾最多的读者/消费者主要包括哪些人群？**

30 岁以上，中深度阅读者。

##### **3) 有些什么引以为豪的成就？**

无。

#### **2. 渊源与历史**

##### **1) 创立时间，距今多久？**

2015 年 5 月 2 日开店。

##### **2) 最初为什么想到开这样一家书店？**

换一种生活方式。

**3) 最初的理念到如今是否有所变化?**

没有。

**3. 店址设定及店面设计**

**1) 为什么将书店开在这里?**

这个区域新旧杂陈，有市井生活气息。

**2) 最喜欢店里的哪个部分?**

夹层，可以看到店内店外的风景和人。

**3) 曾经有没有过重大的改建或搬迁?**

无

**4. 周边业务**

**1) 除了书籍还卖些什么别的商品?**

书籍占比 80%，另售咖啡和文创产品，包括半层自己的文创产品。

**2) 除了销售还提供什么其他服务/组织什么其他活动吗?**

学术讲座、艺术沙龙、微型展览、电影放映。

**3) 这些商品、服务和活动与书店自身的主题有哪些关联?**

以书为核心，围绕书经营。

**5. 选书机制**

**1) 依据自己的品味和眼光?**

合伙人选书制，内容装帧并举。

**2) 店内员工讨论?**

员工根据自己的特长向合伙人推荐图书，经后者同意后采购。

**3) 书商/出版社推荐?**

接受推荐，符合本店选书要求则采购。

**4) 读者建议/需求?**

读者的建议和需求，符合本店选书要求则采购。

**5) ...?**

**6. 通常在什么时期开展哪些促销活动?**

正常会员折扣，无促销活动。

**7. 对于网上书店和大型卖场式连锁书店有什么看法?**

网上书店对实体书店是毁灭性的打击，不限价的客观事实很奇葩。  
大型连锁书店同独立书店的读者群有区别，互相补充，无太多竞争。

**8. 有没有得到过国家/地方的政策性补助?**

曾有，不多。

**9. 听到顾客最多的赞美是关于哪些方面的?**

空间棒，选书好。

**10. 对于你们来说，独立意味着什么? 如何才能保有书店的这种独立性?**

卖我们想卖的书而已。



## Bibliografia e sitografia

Zeng, F. (2018). *图书以外，实体书店应该做什么？*. [online] 北京开卷. <http://t.cn/R1HlCiL>

Il Libraio. (2018). *In Italia il mercato del libro torna a crescere "a copie" dopo 7 anni - I dati (comprese le stime di Amazon)*. [online] <http://t.cn/RmQyaW5>

Giornale della libreria. (2018). *Il mercato del libro in Italia nel 2017*. [online] <http://t.cn/RmQfB4v>

Barbi, R. (2018). *In Italia Mercato del Libro in Timida Ripresa nel 2017*. [online] VATICAN NEWS. <http://t.cn/RmQfOi7>

Taglietti, C. (2018). *Libri, il mercato cresce del +5,8%, Amazon dà slancio alla ripresa*. [online] CORRIERE. <http://t.cn/RuxbyMt>

Finanzialatuaidea.it. (2017). *Aprire una libreria indipendente*. [online] <http://www.finanzialatuaidea.it/aprire-una-libreria-indipendente-355>

Sgobba, G. (2017). *Librerie indipendenti: piccole, ma grandi baluardi di cultura*. [online] La Difesa del Popolo. <http://www.difesapopolo.it/Archivio/Cultura-Tempo-libero/Librerie-indipendenti-piccole-ma-grandi-baluardi-di-cultura>

Wang, P. (2017). *几乎干掉了整个实体书店行业之后，图书电商开始自己开店了*. [online] 中新经纬. <http://t.cn/R1H6WFE>

Zeng, F. (2017). *书店人的焦虑*. [online] 北京开卷. <http://t.cn/R1HSu04>

上海长宁文明网. (2017). *百新书局·缤谷店：给“百”姓以“新”视野、新格“局”*. [online] <http://t.cn/R1HKC2B>

豆瓣. (2017). *我想和你虚度时光 「汉源书店」*. [online] <http://t.cn/RTpQ5gu>

个人图书馆. (2017). *汉源书店*. [online] <http://t.cn/R1H06le>

Shengshan, J. e Li, J. (2016). *Yu jian peng ran xin dong de xiao shu dian*. Haikou: Nan hai chu ban gong si.

Mazzucco, M. (2016). *Bellezza in libreria. la Repubblica*, pp.7 - 8.

Il Post. (2016). *Le librerie indipendenti puntano su internet*. [online] <https://www.ilpost.it/2016/11/07/le-librerie-indipendenti-puntano>

o-su-internet/

简书 . (2016). 中国独立书店汇总 . [online]  
<https://www.jianshu.com/p/fe3848fe1231>

新华网 . (2016). 11 部委联合发文助力实体书店发展. [online]  
<http://t.cn/R1HWkVY>

Pauletto, C. (2015). *Una giornata tra le librerie più interessanti di Venezia.* [online] Nuok.  
<http://www.nuok.it/venessia/una-giornata-tra-le-librerie-piu-interessanti-di-venezias/>

Il Post. (2015). *Come funziona una libreria indipendente.* [online]  
<https://www.ilpost.it/2015/09/25/come-funziona-una-libreria-indipendente/>

IL GAZZETTINO (2014). VENEZIA "Acqua alta" nella lista delle dieci più belle secondo la Bbc La libreria in gondola nella top ten mondiale. p.23.

Mazzotta, C. (2014). *Le librerie (indipendenti) e il distributore - BookBlister.* [online] BookBlister.  
<https://www.bookblister.com/2014/11/27/il-libraio-indipendente/>

Lin, Y. (2014). 复旦大学施援手 鹿鸣书店进校园. [online] 新浪.  
<http://t.cn/8Fj9sKK>

Zou, R. e Xia, Y. (2014). 上海鹿鸣书店“老店新开”谋多元发展. [online] 中国新闻网. <http://t.cn/8sLJN1n>

Zhang, T. (2013). 实体书店不断萎缩 路在何方? . [online] 中国网.  
<http://t.cn/R1HMOVh>

Xu, Z. e Gao, Z. (2010). *Wo ai zuo shu dian.* Beijing: Zhong xin chu ban ji tuan gu fen you xian gong si.

Tamma, M. e Curtolo, (cap. 2) in Brunetti, G. e Rispoli, M. (a cura di) (2009). *Economia e management delle aziende di produzione culturale.* Bologna: Il Mulino, pp.77 - 79.

Chen, L. e Qiuqin, W. (2004). *Tu shu shi chang ying xiao.* Beijing: Qing hua da xue chu ban she you xian gong si.

Marasco, R. (n.d.). *Le librerie indipendenti sono le piccole La La Land di noi lettori?* [online] Il Libraio.  
<https://www.illibraio.it/librerie-indipendenti-la-la-land-461347/>

百度百科. (n.d.). 独立书店. [online] <http://t.cn/R1Hy907>

百度知道. (n.d.). 什么是独立书店. [online] <http://t.cn/R1Hc2wF>

知乎. (n.d.). 什么是独立书店? 与传统书店相比, 独立书店的优势是什么? . [online] <http://t.cn/R1Hcplr>

参考消息. (n.d.). 传统书店在数字时代如何生存? . [online] <http://t.cn/R1HxQYL>

百度百科. (n.d.). 鹿鸣书店. [online] <http://t.cn/R1H9yMz>

科房. (n.d.). 『艺术创客』 半层书店: 简洁而不简单的创意空间. [online] <http://t.cn/R1HOaLl>

东方网. (n.d.). 半层书店: 有故事的复式阅读空间. [online] <http://t.cn/RRDIQcv>

Luo, Z. (n.d.). 伟大的事物, 会被发明两次. [online] 得到. <http://t.cn/RuLmhWq>

天涯社区. (n.d.). 传统书店的未来在哪里? . [online] <http://t.cn/R1HXCvf>