

Inchiesta

Paola De Val,

Libreria Lovat, Villorba (Tv)

Posso dire che il riferimento ai premi letterari rappresenta, per prima cosa, un fattore di rilievo per noi librai. Dai premi letterari giungono indicazioni interessanti, indirizzi che sono frutto della conoscenza e dell'esperienza di giurati spesso di altissimo profilo. Un premio come lo Strega, caratterizzato com'è da diverse fasi che hanno il potere di coinvolgere l'attenzione e l'attesa dei lettori, si è dimostrato come il più efficace sotto questo punto di vista, forse anche perché è quello più conosciuto anche da parte del



grande pubblico. Tengo a sottolineare, però, che non sempre prevalgono scrittori già famosi e apprezzati, e che la ribalta di un premio letterario può essere calcata anche da un esordiente, o da un autore ancora poco conosciuto. In base alla mia esperienza, posso dire che le fascette e le indicazioni aggiunte dall'editore al libro vincitore di un premio destano l'attenzione del lettore medio, anche se bisogna ricordare che non tutti li conoscono. Intendo dire che, ancora una volta, è il libraio che deve saper evidenziare questo tipo di informazioni, suggerirle ulteriormente al cliente, magari creando uno spazio dedicato ai libri che si sono aggiudicati un riconoscimento letterario, o scrivendo brevi schede informative che possono aiutare ad avvicinare più facilmente e con maggiore interesse il libro. L'informazione rimane sempre

È UN DATO DI FATTO CHE IN ITALIA IL PANORAMA DEI PREMI LETTERARI SIA ORMAI SOVRAFFOLLATO E DIVERSE OMBRE SI SIANO POSATE SULLA LORO «TRASPARENZA».

MA DAL PUNTO DI VISTA DEI LIBRAI COSA SERVONO I PREMI LETTERARI? COSA CAMBIA NELLA PERCEZIONE DEI LETTORI LA FASCETTA CHE TESTIMONIA LA VITTORIA DI UN PREMIO?

E SOPRATTUTTO: I PREMI RIESCONO A FAR AUMENTARE LE VENDITE?

A cosa i premi

TRA "PRO" E "CONTRO" EMER
PROMOSSO DIRET

di Paolo

PER CHI STA DIETRO IL BANCO SOLO ALCUNI RICONOSCIMENTI SANNO COSTITUIRE UN'ATTRATTIVA IN PIÙ E QUEL RICHIAMO CHE SI TRASFORMA IN ACQUISTO. MA NON SEMPRE. E NON IN TUTTE LE LIBRERIE.

FORSE L'IPOTESI VENTILATA DALL'ASSOCIAZIONE LIBRAI ITALIANI DI ISTITUIRE UN PREMIO IDEATO E DIRETTO DAI LIBRAI POTREBBE COSTITUIRE UN'INTERESSANTE ALTERNATIVA: UNA POSSIBILITÀ DI RISERVARE ATTENZIONE A LIBRI CHE ALTRIMENTI PASSEREBBERO INOSSERVATI.

RIMANE IL FATTO CHE QUESTO TIPO DI INIZIATIVE NON COSTITUISCONO ANCORA UN VERO VOLANO CULTURALE, UN'EFFICACE CASSA DI RISONANZA PER LA DIFFUSIONE DELLA CULTURA E DELLA LETTURA.



servono letterari?

GE L'IDEA DI UN RICONOSCIMENTO TAMENTE DAI LIBRAI

Melissi

L'arma in più per il libraio, la possibilità di trasferire contenuti di qualsiasi tipo può trasformarsi in vendita anche presso i lettori deboli. Per questo motivo, abbiamo inaugurato la consuetudine di dedicare un apposito spazio/isola ai libri vincitori dei principali premi letterari italiani, sia in questa libreria sia nella nuova che abbiamo aperto a Padova. Tra l'altro, seguiamo questi libri anche molto oltre la loro vittoria, dal momento che spesso diventano dei long seller. Libri come quello di Paolo Giordano, ma anche *Caos Calmo* o il libro della Mazzantini sono stati caratterizzati da un incremento delle vendite all'indomani della vittoria allo Strega, il riconoscimento che insieme al Bancarella ha maggiore appeal presso i lettori.

Battistina Delle Piane,
Libreria Libro Più, Genova

L'impressione che posso avere, anche alla luce delle ultime vicende che hanno coinvolto importanti premi letterari, è che in questo ambito non ci si possa molto fidare della trasparenza e, soprattutto, dell'attendibilità delle scelte fatte dalle giurie. I gruppi editoriali, sempre più forti, hanno un peso non trascurabile, e sarebbe meglio che fossero i lettori a decidere quali sono i libri migliori. Per quanto mi riguarda, i libri che hanno vinto un premio non hanno una forza commerciale diversa dagli altri: ciò che conta



è l'apprezzamento dei lettori e il potere del passaparola. Anche i libri di autori importanti non sono andati bene malgrado la vittoria di un importante riconoscimento. Il lettore forte sa scegliere, si lascia influenzare poco. D'altra parte, credo che la promozione culturale abbia la sua importanza, ma le grandi concentrazioni, che pure sono naturali fenomeni del mercato, rischiano di sottrarre spazio a chi è più piccolo, in particolare in mancanza di una legge che regolamenti il settore, come accade invece in Francia o in Germania. L'idea ventilata dall'Associazione Librai Italiani di creare un premio promosso dalla categoria potrebbe essere importante. Del resto, se gli addetti alla cultura continuano a costituire le giurie dei premi è proprio come se ai medici fosse affidato il compito di premiare i medicinali.

Inchiesta

Francesca De Cesare,
Libreria Minimum Fax, Roma

Confesso che, essendo anche una libreria di una casa editrice, saremmo molto contenti se un nostro libro entrasse nella cinquina di un premio prestigioso.



Tuttavia il rapporto è ambivalente. Da librai possiamo avere un po' di scetticismo riguardo ai criteri o alle modalità di scelta dei libri vincitori, ma è anche vero che alcuni premi sono anche propulsori di vendita indubitabili. Parlo del Viareggio, del Bancarella e dello Strega, in particolare, godono di una visibilità mediatica molto forte. Noi diamo spazio maggiore ai libri vincitori di un riconoscimento, che hanno un'attrattiva maggiore rispetto agli altri. Un libro che se non avesse vinto un premio avremmo fatto fatica a venderlo è stato quello di Mariolina Venezia: ha vinto il Bancarella, che dal nostro punto ha un valore superiore per certi versi, e ne abbiamo vendute 100 copie. Ora staremo a vedere come andrà il libro di Scarpa, recente vincitore dello Strega, premio che spinge le vendite per le letture estive: non so se riuscirà a far compiere anche a Stabat mater un salto a livello di vendite. Abbiamo preso parte al Premio Bancarella di quest'anno, e importante è stato leggere i libri che andavano letti, senza farsi influenzare

da "condizionamenti" esterni. La nostra scelta è caduta su Malvaldi. In fin dei conti aspettiamo la proclamazione dei premi per usufruire della spinta commerciale che da essi deriva grazie alla corsia preferenziale che sono in grado di aprire.

Paolo Nicoletti Altimari,
Libreria Koob, Roma

Nella mia precedente esperienza presso la Libreria Hoepli di Milano ho avuto modo di verificare che, da parte del pubblico, era riservata una certa attenzione nei confronti dei libri che avevano vinto qualche importante premio letterario. Oggi, nella nostra nuova libreria questo non accade, anzi, mi sembra che i lettori rimangano piuttosto freddi dinanzi alle fascette che gli editori appongono sulle copertine dei loro libri vincitori. Non so se questo dipenda da un cambiamento della tipologia di clientela con cui sono a contatto, oppure da uno scadimento dell'attendibilità o dell'interesse che i riconoscimenti letterari sono in grado di avere da parte dei lettori. Bisogna anche dire, comunque, che dopo gli episodi che hanno offuscato l'attendibilità di alcuni riconoscimenti letterari, tanto che a volte, anche dinanzi alla vittoria di un ottimo libro viene spontaneo chiedersi dietro quella vittoria cosa si sia mosso.

Loretta Masini,
Libreria Ubik Voghera (Pv)

In generale ho un'opinione positiva dei premi letterari, anche perché sono sempre troppo pochi i canali e i mezzi di diffusione del libro. Tra i tanti, quelli che destano il maggiore interesse tra il pubblico dei lettori e tra noi addetti ai lavori sono lo Strega, il Campiello e il Bancarella. Probabilmente, l'eco dei premi minori, non essendo in grado di raggiungere una dimensione a livello nazionale, e non trovando spazio nei canali di comunicazione più importanti, può sembrare apparentemente inutile, ma credo che in molti casi il premio più che un modo per mettere in luce un particolare libro o autore o editore sia un pretesto per fare cultura, parlando di libri proprio là dove si è ai margini della vita culturale italiana. I libri che si



Paolo Benoldi, promotore ProLibro

Il libro che vince ha sicuramente una ripresa di vendita. Ma se vendeva già prima della vittoria l'impulso è notevole. Se prima vendeva poco l'incremento è inferiore. Dipende quindi anche dalla storia del libro fino a quel momento. Ci sono manifestazioni in cui la vittoria è "annunciata", e per questo i Premi perdono efficacia. Riconoscimenti come Campiello e Bancarella invece, con una certa trasparenza dei meccanismi, sono determinanti. Nel processo che porta un libro ad affermarsi c'è anche la prima fase. Quella della selezione e dell'indicazione dei finalisti del Premio. E ha un suo peso. Sono infatti passaggi che attirano l'attenzione dei librai, ma anche del pubblico, su determinati titoli, e prima ancora della vittoria fanno scattare l'interesse per un volume, accompagnata dall'immissione in libreria di un titolo che ha un crescente potenziale di vendita. In caso di vittoria, come accaduto con *Il suggeritore* di Donato Carrisi (Longanesi) vincitore del Bancarella, contatto i librai e verifico la necessità di riordini. Molte librerie però riforniscono autonomamente, prima ancora di un contatto. E nel caso di un libro come quello di Carrisi, pubblicato all'inizio dell'an-

aggiudicano un premio di prestigio non devono avere un'utilità: si cadrebbe così nell'equivoco che trasforma il premio in altro da uno strumento di diffusione culturale. Per la nostra esperienza, il riconoscimento letterario fa da volano solo nella fase iniziale, poi continuano a vendere solo i buoni libri, e sempre quelli davvero buoni incontrano il favore dei lettori più attenti. Generalmente diamo loro spazio in vetrina e ne ordiniamo quantità maggiori, ma se non crediamo nel singolo libro ci limitiamo a tenerne solo un numero di copie sufficiente a soddisfare la richiesta dei clienti. Anche il lettore più distratto nota la copertina di un libro vincitore.

Claudio De Signori,
Jolly Del Libro, Verona

La nostra è una libreria di periferia, con un pubblico eterogeneo, composto sia da non lettori, visitatori casuali, sia da lettori forti. Facciamo attenzione in modo particolare ai premi del settore ragazzi, dal momento che questo rappresenta un ambito importante. Il Premio Andersen, non ha un particolare richiamo per i lettori più giovani, ma costituisce un'indicazione importante soprattutto per noi. Naturalmente, le informazioni che ci giungono dall'Andersen le

no, prevedo, magari a settembre, una lieve crescita delle vendite. Il pubblico naturalmente ragiona in maniera differente. Una parte considera il Premio come un marchio di qualità e a volte richiede un libro solo perché si è affermato in quel premio o in quell'altro. La copertura mediatica è fondamentale. Per quanto mi riguarda, segnalo Acqui Storia, un riconoscimento meno in vista degli altri, ma di particolare prestigio e capacità di sostenere i libri che veicola.

L'ipotesi di un premio curato dall'Associazione Librai Italiani può essere utile; a patto sia un premio, come fatto negli anni scorsi da alcuni librai indipendenti con le loro segnalazioni di libri di qualità ma poco conosciuti, in grado di focalizzare la propria attenzione su libri e autori meno noti, che hanno certo maggiore necessità di promozione, a differenza di quelli delle grandi case editrici.

Voglio dire che, per un libraio è poco importante dedicare una vetrina a Faletti, tanto per fare un nome. Conta più lavorare, librai e promotori insieme, per valorizzare e incrementare le vendite di libri che passerebbero altrimenti inosservati e, al contrario, possono portare interessanti risultati.

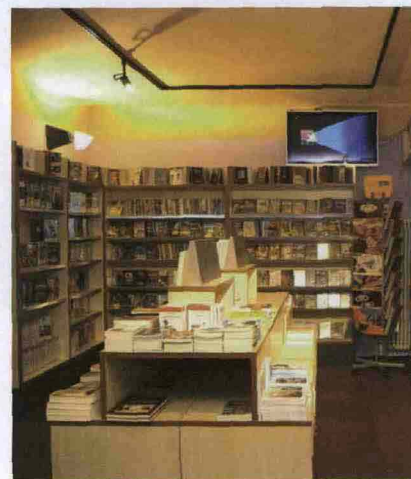


giriamo ai lettori, mettendo in evidenza i libri prescelti dalla Giuria. Riconoscimenti come il Campiello o lo Strega, invece, ricevono maggiore attenzione, visto che i clienti spesso chiedono i libri che si sono aggiudicati un importante riconoscimento. In questo senso, la fascetta in copertina ha un valore particolare, indubbiamente. Non sempre però il libro vincitore è da considerare il migliore. A volte, anche per chi frequenta la libreria, la scelta cade comunque su altri titoli, privi del potenziale aggiunto dall'affermazione in un premio. Un libro come *Rossovermiglio* o quello di Giordano hanno avuto un successo di vendite su cui ha influito sicuramente la vittoria di un premio, anche se poi molta parte dei risultati si ottengono grazie al passaparola dei lettori. Campiello e Strega sono quelli che hanno maggiore peso, gli altri hanno un'eco piuttosto limitata. Qui Verona, da 10 anni ormai, abbiamo il Premio Castello, dedicato ai libri per ragazzi. Con loro siamo riusciti a costituire una giuria formata da ragazzi e non addetti ai lavori: una scelta che serve a portare il giudizio nelle mani di chi è interessato direttamente a quel tipo di lettura.

Giuseppe Staffolani,
Libreria Anteo, Milano

Campiello, Bancarella e Strega hanno un sicuro impatto sul nostro pubblico. I prodotti culturali che partecipano ai premi, soprattutto quest'anno, mi sembrano di spessore notevole, attesi prima ancora della loro partecipazione alla fase conclusiva di un premio. Nel 2008 la vittoria di Giordano è servita a far aumentare sensibilmente le vendite. Il libro più venduto fino a quel momento era *L'eleganza del riccio*, su cui ha contato soprattutto il passaparola. Personalmente, sono d'accordo con gli agenti delle case editrici. In caso di vittoria, avrei atteso un secondo arrivo di copie dei libri in oggetto. Scarpa dopo lo Strega sta andando piuttosto bene, ma l'onda lunga si attende dopo le vacanze, a settembre. I premi sono "influenzati", ma da quello che percepisco un minimo livello qualitativo è sempre rispettato. La valutazione del libraio può essere anche diversa, ma bisogna tenere in considera-

zione i verdetti, perché offrono indicazioni che possono avere un peso nella vita della libreria. Oltre i tre premi indicati, gli altri non hanno grande peso. Il libro che ha vinto il Premio Calvino, *Splendido splendente* non ha nessun riscontro, eppure credo si tratti di un buon libro.



Anna Maria Iannielli,
Libreria Croce, Roma

Non abbiamo molta fiducia nei confronti dei premi, visti i "giochi" che si muovono dietro le quinte e, inoltre, siamo consci del fatto che i nostri clienti non sono sensibili al richiamo dei titoli vincitori: sono altre le valutazioni che facciamo noi come librai e loro come lettori nella scelta dei libri. Noi leggiamo prima di consigliare, e vendere dipende in primis da scelte dalla selezione. Mi sembra che l'unico premio interessante sia il Bancarella, al quale abbiamo preso parte come giurati lo scorso anno, dal momento che esprime il punto di vista dei librai, non solo il loro gradimento ma anche la valutazione del successo commerciale. Per quanto ci riguarda invece stiamo prendendo in considerazione la possibilità di istituire un premio letterario dedicato a Remo Croce, il padre di Rossella, con cui dirigo la libreria. Stiamo pensando a un'iniziativa, sorretta da una giuria di valore, di riservare la nostra attenzione e libri di qualità ma anche a esordienti, a nuove proposte da valorizzare.