

La polemica

«Ordinare con un click toglie ossigeno alle librerie»



Per il bene
dei lettori, [Paolo
Ambrosini](#)
invita scrittori
e editori a non
promuovere
modalità di
acquisto dei libri
che possono
penalizzare
le librerie

In queste settimane ha fatto rumore la notizia del cliente che ha acquistato i libri esposti nella vetrina della libreria Hoepli; altri poi l'hanno emulato, convinti del valore della libreria così come lo sono la maggioranza dei lettori.

Sono infatti oltre il 60% a varcare le soglie delle librerie: è il segreto di un mestiere che da secoli si tramanda e che scelte di parte del mondo editoriale e degli autori sembra voler superare; questo perché troppo spesso assistiamo, anche su siti di primari editori o degli autori, all'invito di ricorrere al click, con il «preorder», dimenticandosi che anche in libreria i libri si possono acquistare prima della loro pubblicazione. Tutto ciò è paradossale perché va contro la libreria, il canale d'elezione per la diffusione dei libri e mette a rischio la tenuta del mondo del libro stesso, un ecosistema nel quale la vera cifra è il pluralismo dell'offerta e dei luoghi di acquisto; il diffondersi di questa pratica spingerà il lettore a coltivare le sue sole passioni, chiudendosi quindi in una torre d'avorio. Che ne sarà del mondo del libro? In attesa di scoprirlo, quel che è certo è che quel click già oggi sottrae alle librerie fatturato, riducendone gli spazi di sostenibilità. Per questo chiedo agli editori e agli autori di evitare di indirizzare i lettori sul click e di limitarsi a promuovere i loro libri alimentandone la curiosità e lasciando poi al lettore a quale vetrina reale o virtuale rivolgersi, perché in fondo ciò che conta è fare ciascuno al meglio il proprio mestiere: gli autori scrivere buoni libri, gli editori pubblicarli, i distributori distribuirli e i librai venderli.

Paolo Ambrosini, Presidente Ali [Confcommercio](#)