

Domenica 23 marzo 2014

Pagine a cura dell'Arcidiocesi di Milano -
Comunicazioni sociali
Realizzazione: Itl - Via Antonio da Recanati 1
20124 Milano - telefono: 02.67131651 - fax: 02.66983961
Per segnalare le iniziative:
milano7@chiesadimilano.it



Avvenire - Redazione pagine diocesane
Piazza Carbonari 3 - 20125 Milano
telefono: 02.6780554 - fax: 02.6780483
sito web: www.avvenire.it email: special@avvenire.it
Progetto Portaparola per Avvenire in parrocchia
tel: 02.6780291; email: portaparola@avvenire.it

a pagina 3

**Martedì in Duomo
seconda Via Crucis**

a pagina 5

**Cristiani e islamici,
studenti in dialogo**

a pagina 6

**Fidanzati, sabato
incontro diocesano**

la lettera pastorale in pillole

**La domenica è un bene per tutti
e tutti ne devono beneficiare**

La domenica [...] è il tempo della lode, della intercessione, della speranza, della condivisione e della letizia. È la festa cristiana. Non possiamo perciò evitare di interrogarci: perché il significato della festa cristiana è così smarrito tra i cristiani stessi? Se l'Eucaristia domenicale è il centro della festa ed è ciò che la rende bella, come avviene che sia così comune la distrazione? Se il riposo e la festa hanno il loro principio nella comunione, perché la domenica è così spesso motivo di dispersione? [...] La convinzione che la domenica sia un bene per tutti deve motivare i cristiani anche a quell'opera di persuasione per cui tutti ne possano beneficiare, evitando di cedere a logiche esclusivamente commerciali ed efficientistiche. Non è raro infatti che orari di lavoro e metodi di produzione possano compromettere la vita familiare, l'equilibrio delle persone, la possibilità di partecipare alla vita della comunità.



Dalla Lettera pastorale di Angelo Scola «Il campo è il mondo. Vie da percorrere incontro all'umano», Centro Ambrosiano, 72 pagine, 2,5 euro.

Vigini: «La sfida di oggi? Uscire dalle proprie mura»

DI LUCA FRIGERIO

«Oggi sulle librerie cattoliche si concentrano problematiche diverse, con fenomeni che si sono acuiti proprio in questo periodo di recessione». Giuliano Vigini, uno dei maggiori esperti di editoria religiosa in Italia, saggiista e docente di Storia e sociologia dell'editoria in Cattolica, invita a non semplificare, quando si parla di «crisi» di questo comparto. La situazione è complessa, avverte, e le cause arrivano da lontano. Dalla nota e scarsa propensione degli italiani a leggere, ad esempio. «Certamente. Il nostro Paese è in fondo alla classifica in Europa quando si parla di lettori e di libri letti in un anno. È un dato culturale che non può non influire, anche pesantemente, sul mercato editoriale. E purtroppo il discorso non cambia quando restringiamo il campo al mondo cattolico, poiché, per molti versi, abbiamo a una sorta di diffuso analalfabetismo religioso...»

La crisi del comparto librario, insomma, è «generale». «Sì, ma le librerie cattoliche devono affrontare anche questioni di tutto particolari. Molte di esse, ad esempio, sono legate a editori o istituti religiosi, dei quali, dunque, seguono le sorti in caso di difficoltà, come è accaduto anche recentemente. C'è poi l'aspetto dei costi di gestione, perché da sempre le librerie cattoliche sono posizionate nei centri storici delle città, spesso proprio a ridosso della cattedrale, quindi con affitti molto onerosi. Senza contare la "naturale" concorrenza fra le librerie cattoliche stesse, che devono "contendersi" un pubblico non certo grandissimo. Fino a qualche anno fa sembrava esserci ancora spazio per tutti, ma oggi, evidentemente, non è più così».

Cosa è cambiato? «L'affermarsi di megastore del libro, ad esempio, e, soprattutto, l'avvento di Internet, con la possibilità per i clienti di accedere a una scelta vastissima di testi che nessuna libreria cattolica potrebbe mai offrire nei propri spazi, acquistando comodamente da casa. In questo le librerie cattoliche, in generale, non sembrano ancora es-

seri attrezzate come dovrebbero... Ma quelle che l'hanno fatto, oggi sono fra le poche a non risentire dell'attuale stagnazione». Quindi non è il libro religioso, in quanto tale, a essere in crisi?

«Pur considerando la scarsa propensione alla lettura degli italiani, bisogna riconoscere che il libro religioso ha un suo mercato. E se ne sono accorte anche le librerie e gli editori "laici" che sempre più offrono testi di cultura religiosa sui loro scaffali e nei loro cataloghi, anche se, per lo più, si tratta di prodotti di "largo consumo"... È un dato di fatto, ad esempio, che l'esorazione apostolica *Evangelii Gaudium* ha venduto oltre 600 mila copie in pochi giorni, in diverse edizioni. O che, attualmente, sono in commercio oltre 200 titoli su papa Francesco, tutti appena pubblicati. È questo interesse non basta a sostenere le librerie cattoliche?»

«No, non è sufficiente. Così come non bastano le vendite nei "momenti forti" dell'anno, in Avvento e in Quaresima, anche perché si tratta per lo più di sussidi dal prezzo di copertina molto contenuto...».

Allora, cosa fare? «Rinnovarsi, cambiare strategie, adeguandole alle diverse zone e ai differenti bisogni del pubblico. Fidelizzando i clienti e i lettori, innanzitutto. Le librerie cattoliche del resto, solitamente hanno già un punto di forza, che consiste proprio nei libri stessi, che non sono semplici "commissari", come avviene invece ormai nei punti vendita delle grandi catene, ma sono degli esperti che sanno consigliare e indirizzare. E a volte devono perfino fare i padri confessori...».

Siamo, dunque, a una svolta epocale... «Proprio così. Si tratta di una vera e propria sfida, dove la libreria cattolica non può essere più soltanto un luogo che "accoglie" i clienti, ma deve uscire dalle sue stesse mura, portando i libri direttamente alla gente, soprattutto attraverso le parrocchie, collaborando con autori e associazioni. Facendo cultura, insomma. Senza dimenticare la propria natura commerciale, naturalmente».



Giuliano Vigini

Non solo punti vendita, ma riferimenti culturali sul territorio

Librerie cattoliche, la crisi esige passione e fantasia

DI VERONICA TODARO

C'è chi punta sui bambini, chi ha aperto uno spazio dedicato agli universitari, chi promuove testi locali, chi offre tour tra gli scaffali e chi ancora propone prodotti alimentari per catturare l'acquolina, ma anche per attirare possibili nuovi acquirenti. È una sfida continua, quella che attende ogni giorno quelle librerie cattoliche che, nel pieno della crisi, sono riuscite a tenere alzate le serrande. «Se dobbiamo paragonarci alle librerie milanesi che chiudono una dietro l'altra, siamo fortunati - spiega Renato Pavan, responsabile della Libreria Ceam Pime di Milano (via Mosè Bianchi 94) -». Negli ultimi anni abbiamo registrato un calo delle vendite pari circa al 10%.

D'altra parte la nostra sofferenza è dovuta a quella dei nostri referenti principali, le parrocchie, che hanno meno possibilità economiche. Piccole crisi, messe una dietro l'altra, portano a questa situazione. «Negli ultimi quattro anni - aggiunge Franco Azzetta, promotore della libreria -, abbiamo aperto un reparto per gli studenti del primo e del secondo anno che frequentano le facoltà di Scienze dell'educazione e Psicologia all'Università cattolica». «Per sopravvivere bisogna darsi da fare - sottolinea suor Giuseppina Carrara, responsabile della Libreria Paoline di Milano (via Francesco Albani 21) -. Ci consideriamo una libreria di quartiere, nella zona 8 della città. I nostri clienti sono laici, professionisti che lavorano in zona, mamme o gente occasionale». Una clientela di profilo diverso, a cui però la libreria sa andare incontro, puntando su piccola e media editoria e sui settori di nicchia, in campo religioso e laico: «Lavoriamo tantissimo con le iniziative, spostandoci su tutto il territorio per la presentazione di libri o per incontrare gli autori. Cerchiamo di rapportarci molto con le associazioni, con gli enti e con le scuole in particolare, portando i bambini in libreria e poi nei locali della casa editrice per scoprire i mestieri del libro». E se non c'è crescita, c'è però tenuta, che non è cosa da poco: «Alla fine del mese faremo un bilancio del primo trimestre e capiremo se tutte le attività messe in campo saranno state sufficienti». Quel che più preoccupa, però, è la politica dello sconto e dei prezzi bassi: «Ci farà "morire": al di sotto di certi prezzi non si riesce a mantenere la struttura, né chi lavora con noi...». Franca Galimberti,



coordinatrice di Ancora Store a Milano (via Pavoni 12), racconta della nuova realtà, nata poco più di un anno fa all'interno del gruppo Ancora srl: «Siamo uno store e quindi uniamo una libreria a una cartoleria, una caffetteria e uno spazio di vendita enogastronomica e oggetti per la casa, l'ufficio e la scuola. I tempi sono duri, anche se non ci possiamo lamentare, perché i clienti ci stanno sostenendo e seguendo in tutte le nostre iniziative. Arricchiamo la nostra offerta con laboratori, incontri, presentazioni, mostre, concerti per adulti e bambini; ospitiamo le scuole cui offriamo "magici" tour in libreria e nella nostra amness tipografia. Siamo un team giovane, che vuol far passare il proprio entusiasmo attraverso il messaggio che la cultura è un piacere e che la libreria è un'agorà di chiacchierate, discussioni, circolazione di idee, dibattiti. Abbiamo l'ambizione di diventare prima di tutto un punto culturale di riferimento». Anche la Libreria del Naviglio di Cernusco sul

Naviglio (via Marcelline 39) punta a essere un punto di riferimento per un progetto culturale a 360 gradi. A parlarne è il responsabile Guido Cavalletti: «Negli ultimi tre anni di crisi siamo riusciti a mantenere gli stessi numeri in termini di fatturato; se si rendesse di più sarebbe tutto guadagno, anche in termini di immagine». La libreria è di proprietà della parrocchia di Santa Maria Assunta ed è suddivisa in cinque settori. «In uno spazio di 150 metri quadrati - precisa Cavalletti -, il 20% è dedicato ai libri religiosi, un altro 20% alle novità editoriali, e un 20% anche per la manualistica, la saggiistica e i classici. Il punto forte è il 40% dedicato ai bambini e ai ragazzi, con un ampio spazio dedicato alla religione, oltre all'oggettistica per la Prima Comunione e la Cresima. Senza le piccole librerie storiche, le nostre città perdono identità. Nel nostro piccolo speriamo di poter contribuire alla crescita culturale di Cernusco attraverso la passione e la professionalità fin qui



Sopra, Ancora Store di Milano. Sotto, libreria di Cernusco

dimostrata». Nella Libreria San Nicolò di Lecco (via Mascari 5, Lecco), Graziella Mauri e Carlo Brigatti nel periodo natalizio hanno introdotto una novità rivelata proficua: la vendita di prodotti alimentari realizzati da frati e suore. «La nostra libreria è microscopica - spiega Graziella Mauri -. La crisi la sentiamo tuttora, la situazione non è delle migliori. La gente guarda a quello che spende. A Natale abbiamo quindi voluto introdurre prodotti alimentari provenienti dai conventi delle Carmelitane o da frati trappisti. A chi non sarebbe entrato a comprare un libro o dell'oggettistica, abbiamo offerto un'opportunità di trovare dell'altro. Un prodotto alimentare va bene a tutti: si aiuta chi li produce e sono utili a chi vengono regalati...». La libreria si caratterizza anche per la vendita di volumi di interesse locale (in modo particolare di tematiche mazoniane) e per la realizzazione di bomboniere e confezioni per Cresima e Comunione.

Ma il mercato dell'editoria religiosa tiene ancora bene

DI STEFANIA CECCHETTI

«La crisi si fa sentire, ma secondo i dati di vendita delle librerie cattoliche dal 2011 a oggi, il mercato dell'editoria religiosa tiene meglio di quello generalista. Con l'eccezione della Lombardia, che segue un trend paragonabile a quello del mercato generico, probabilmente per la presenza di una grande metropoli, dove la recessione morde di più». A parlare è Giorgio Raccis, presidente del Consorzio Editoria Cattolica (Cec), fermo sostenitore dell'importanza delle librerie cattoliche, in *prima* per la loro insostituibile opera di supporto

all'attività pastorale: «Soprattutto in provincia - osserva Raccis -, quando chiude la libreria cattolica, il cliente rimane senza alternative». D'accordo anche Enzo Pagani, vicepresidente dell'Unione editori e librai cattolici (Uelc): «Per formare una coscienza cristiana è orientata ci vuole tempo e il libro favorisce questo processo, attraverso un lavoro lento, ma ad ampio raggio. Se sparisce la libreria cattolica, questa funzione viene messa in pericolo. Si è visto che quando chiude un punto vendita librario, il relativo fatturato non viene assorbito dalle altre librerie cattoliche sul territorio e nemmeno dal mercato on line, ancora immaturo».

Secondo i dati di vendita meglio di quello generalista, a parte la Lombardia dove la recessione morde di più

Semplicemente, quel fatturato va perso». Da qui la preoccupazione degli editori cattolici: «Hanno capito che la crisi è anche editoriale, non solo commerciale». Come sostenere l'operato delle librerie cattoliche? Una strada possibile, secondo Raccis, è quella dello svecchiamento, peraltro già avviato: «Ormai da tempo le librerie religiose non sono più "monoprodotti", ma si sono aperte all'editoria "varia" e

all'oggettistica. Il nostro cliente, compreso quello per eccellenza, il sacerdote, vuole acquistare in una sola volta tutto quello che gli serve, dal sussidio per il catechismo all'ultimo saggio di Alan Friedman». Altro elemento cruciale è la cura della professionalità del personale. In Italia il grosso delle librerie cattoliche appartiene alle grandi catene (Ancora, Elledici, Paoline, San Paolo...) ma ci sono anche circa 200 librerie indipendenti, gestite da librai spesso autodidatti: «Soprattutto in questi casi - nota Raccis - c'è un limitato utilizzo degli strumenti tecnologici che consentono di gestire in maniera più oggettiva alcuni aspetti, dal

magazzino al controllo delle vendite. In alcune librerie giacciono libri invenduti da anni». Secondo Pagani, sarebbe utile anche un tavolo di confronto tra i diversi soggetti dell'editoria religiosa: «Serve un'analisi secondo criteri più ampi di quelli del singolo librario, in un'ottica di razionalizzazione e redistribuzione territoriale dell'offerta. Una libreria è in difficoltà? Chiudiamola, ma rafforziamo quella vicina, anche attraverso l'assorbimento del personale rimasto senza lavoro. Mi rendo conto che si tratta di un progetto po' utopistico, ma lasciar fare al mercato è molto pericoloso».

