



L'editore Aragno

“Salone del Libro? Qui a Milano meno fatturato”

PAOLO GRISERI

Seduto sul divano di pelle bianca, circondato dai libri della sua originalissima casa editrice, Nino Aragno sembra identico a quello che abbiamo imparato a conoscere negli stand del Lingotto, inesorabilmente fedele al Salone del Libro di Torino. Ora invece legge una delle novità, il testo di Nerio Nesi sugli Olivetti, immerso nel padiglione 3 di “Fieramilanocity”, la nuova sistemazione della copia milanese del salone torinese. Come direbbero gli studiosi di storia della Chiesa, l'Avignone dell'editoria italiana. Inevitabile il confronto.

Signor Aragno, come va lo stand in versione milanese?

«Non molto bene. Non c'è l'atmosfera di Torino. Diciamo che c'è un pubblico più superficiale».

Nostalgia? Campanilismo?

«Macché. Tutto questo si traduce in fatturato. Qui vendo meno rispetto al Lingotto. Sono gli incassi a parlare».

Vorrà sostenere che i torinesi leggono più dei milanesi?

«Questo non lo so. Ma certo il pubblico che si vede qui è molto diverso da quello che arriva al Lingotto in maggio. A Torino vengono per tradizione i lettori forti, persone che

comprano tre, quattro, anche dieci libri nel corso della giornata».

Una questione di quantità?

«Anche. Ma soprattutto una questione di qualità. Il lettore forte non è solo un signore che acquista molti libri, ma anche un appassionato».

Come si comporta un lettore forte quando entra nel suo stand?

«Capita così. Entra nello stand e cerca. Guarda tutti i libri, scava dietro gli scaffali, va a scovare anche i volumi che non abbiamo esposto. Solo dopo, ma molto dopo, quando è diventato certo che la sua ricerca non avrà esito positivo, allora a quel punto, un po' affranto, si avvicina all'editore e chiede: ‘Ricordavo di aver visto un vostro volume, anni fa, un'edizione rara di quel classico...si ricorda? Ne vorrei una copia’».

E lei che cosa risponde?

«Quando posso accontentarlo lo faccio volentieri. Ma nella maggior parte dei casi non posso proprio accontentarlo perché quel libro l'ho esaurito e non c'è modo di recuperarne una copia».

Allora come se la cava?

«Eh, non ci sono molte possibilità. È una situazione che teme il lettore forte ma anche un editore come me che, nei fatti, è un lettore forte diventato editore. Allora,

quando capiamo che non c'è più nulla da fare, che il libro proprio non si trova, non ci resta che solidarizzare e piangerci sulla spalla».

Cose che a Milano non accadono?

«No, qui no. Il pubblico è diverso. Ma non potrebbe essere altrimenti. Perché la storia della fiera è diversa. Cambia proprio il dna».

In che cosa cambia?

«Il Salone di Torino è nato dal basso, dai piccoli e medi editori che trent'anni fa hanno deciso di mettersi insieme e proporre una fiera in grado di tenere unite le grandi case editrici e i tanti editori che normalmente non arrivano nelle grandi librerie. Per questo Torino è sempre stata una festa del libro, la possibilità di avere una di fianco all'altra la grande tiratura e il libro di nicchia».

Milano non è così?

«Milano non è nata dal basso ma dalla decisione dei grandi editori di farsi la loro fiera. Un'idea da manager, prodotta da gruppi di strateghi del marketing usciti dalla Bocconi che hanno scelto di provare questa formula. Per questo motivo i lettori forti non vengono qui ma aspettano maggio per ritrovarsi a Torino. Perché preferiscono il salone del libro a quello dei fatturati».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il Salone di Milano Fieramilanocity
la nuova sistemazione della copia milanese del Salone del Libro torinese

“
A Torino vengono per tradizione i lettori forti, persone che comprano tre, quattro, anche 10 volumi a giornata
”



L'editore

Nino Aragno ha la sua teoria: "Milano non è nata dal basso ma dalla decisione dei grandi editori di

farsi la loro fiera. Un'idea da manager, prodotta da gruppi di strateghi del marketing usciti dalla Bocconi che hanno scelto di provare questa formula"