

Holden Libri: tutta un'altra storia

di Antonella Parigi

aprile 2001

"Sai che ho letto un bel libro?": è impossibile non dire questa frase a un amico quando hai letto un libro che per giorni ti ha impedito di dormire o ti ha fatto dimenticare la fermata dell'autobus per sapere come andrà a finire.

"Mi sai consigliare un bel libro?": è di nuovo impossibile non dire questa frase all'amico con cui sei entrato in libreria vagando tra i milioni di volumi, superando la pila del libro "The Best" in classifica.

Holden Libri risponde a tutte e due le domande. Innanzitutto è una libreria che "espone" solo 28 titoli. Ognuno di essi, però, è assolutamente raccomandato da un lettore, famoso e non. L'idea è di ridare lo spazio al libro, con il respiro e il tempo necessario. Ogni titolo è al centro di una colonnina, ben visibile come un primo attore e alla portata delle mani dei clienti che possono soppesarlo, sfogliarlo, e annusarlo con tranquillità. Sotto al libro ci sono delle cuffie: si schiaccia un tasto rosso e si ascolta direttamente la voce del lettore che lo ha scelto e che, per pochi minuti, offre il suo consiglio di lettura. Il lettore diventa così l'amico che consiglia e, in qualche modo, il garante del libro, una specie di marchio DOC sulla genuinità della lettura. In alto, sopra al libro, c'è una scheda con il nome e la fotografia di chi lo consiglia e alcuni dati sul libro (genere; storia; tipo di scrittura; difficoltà di lettura; ecc.).

Quindi, ricapitolando: si indossano le cuffie, si schiaccia un tasto, si prende in mano il libro, si sfogliano le pagine, si ascolta una voce, un consiglio di lettura... le cose possono avvenire non necessariamente in questo ordine, ma di sicuro il tempo dedicato al libro è diverso da quello concesso in una normale libreria. In Holden Libri il tempo è più generoso, l'acquisto è meno frenetico, e la sensazione è quella, ormai sempre meno avvertita, di non aver bisogno della quantità, per potere scegliere meglio, ma di uno scambio umano, personale e di pensiero.

Ventotto libri in tutto, quindi. Il numero dei libri in vendita non presuppone una mancanza di varietà: 28 libri sono sufficienti per coprire ogni genere diverso, dal classico all'ultima novità, dal giallo al romanzo di passioni, dalla narrativa alla saggistica... E ogni mese una rotazione: 10 nuovi arrivi sostituiscono 10 titoli presenti in libreria. Senza che nulla vada perduto, però: i libri e i relativi consigli di lettura vengono messi on line nello spazio Holden Libri all'interno del portale www.holdenlab.it dove si possono ancora acquistare attraverso un link con "B.O.L." (Book On Line) che rappresenta uno dei migliori servizi di libreria presenti sul mercato virtuale.

Holden Libri, dall'inaugurazione del 6 novembre 2000, sta così crescendo, grazie anche all'ottima presentazione e accoglienza del progetto da parte stampa italiana e straniera (ancora oggi continua il tam tam sui giornali con servizi periodici su "Musica" di Repubblica ad esempio) e al passaparola dei clienti che ritornano, portano gli amici, ne parlano in giro. E la clientela non è del genere pochi eletti, roba d'élite, il target è esteso, si va dai bambini (c'è anche una colonnina di libri per loro) allo studente universitario, dal docente, l'avvocato al pensionato... Holden Libri si rivolge a chiunque, accoglie il lettore più esperto offrendogli la possibilità di visionare titoli che forse in una libreria normale sarebbe stato più difficile incontrare o che non avrebbe cercato, e nello stesso tempo anche la persona meno avvezzata alla lettura che nelle altre librerie potrebbe non sapersi orientare. Ogni lettore che presenta un libro in Holden Libri è un pescatore che recupera dai fondali dell'editoria la sua conchiglia preziosa e la riporta in superficie: il gesto di portarsi la conchiglia all'orecchio e quello di mettersi delle cuffie è in qualche modo il medesimo.

Ecco perché il cliente di Holden Libri non viene trattato in modo anonimo, ma entra a far parte di un gruppo, di una comunità di lettori, di chi, ancora crede al rumore delle onde delle parole, delle storie. Il cliente, infatti, viene inserito nell'indirizzario e ogni mese riceve la newsletter con le novità e i progetti e può raccomandare a sua volta il proprio "bel libro" al nostro comitato di lettura per poi essere intervistato e inserito nelle colonnine della libreria.

Pochi mesi di esercizio sono bastati a rendere vincente l'iniziativa complice tutto il lavoro nel campo della narrazione della Holden s.r.l. che non smette di dare credito alla forza delle storie e al bisogno, completamente ignorato dalla cosiddetta globalizzazione, del pensiero individuale. Che Holden Libri sia un'idea vincente è palesato anche dalle continue richieste di franchising o di chi propone di acquistare colonnine per poterle inserire in spazi diversi. Insomma, anche un piccolo gesto alternativo - come trasmettere una sensazione con un libro - con i giusti strumenti della modernità riesce a disarmare l'omologazione del mercato. Il tutto senza perdere l'autenticità nella diffusione della passione del libro: il massimo per una libreria.