

Altroquando • Roma

• • •

Intervista a Alessandro Alessandroni

Altroquando è il titolo di un racconto di Heinlein del 1941 in cui lo scrittore narra di viaggi nel tempo e nel multiverso. Per Heinlein la mente umana non è legata necessariamente al qui e ora, ma può viaggiare nel tempo e tra realtà parallele. È questo che fa una libreria? Guida l'uomo tra lo spazio e il tempo?

Sicuramente sì, anche. Diciamo che il nome è un po' un contenitore. Altroquando, al di là dello spunto letterario, in realtà è un termine che ho incontrato leggendo «Dylan Dog». Poi ho scoperto che c'erano tante altre cose dietro. L'idea è quella di varcare una soglia che ponga difficoltà, discontinuità, ma che allo stesso tempo dia stimoli e metta a confronto con altro. Quando si crea un posto

simile si tenta di creare una dimensione un po' diversa. Quando la libreria è nata, quindici anni fa, era più raro trovare un posto informale, non snob, accogliente per chiunque vi entrasse: da quello che legge il libro di Volo o Moccia a quello che legge Wallace. Adesso, invece, questo tipo di approccio al lettore è più diffuso. Un altro quando nel senso di un altro posto, quindi.

Cosa rappresenta il vostro logo?

In realtà la storia non è così entusiasmante. Dopo centinaia di proposte di loghi diversi, alla fine mi sono seduto davanti al computer insieme al grafico; lui ha disegnato una Q con una striscetta e, stremato,



ho detto: «Va benissimo così». Poi gli ho attribuito un significato negli anni. Ora, per me il logo, al di là delle sue origini, è un pianeta con l'ombra di un satellite che vi orbita intorno, un altro quando, un altro dove.

Che cosa significa gestire una libreria indipendente nel centro di Roma?

Paradossalmente è una sorta di trincea anche questa, come per la periferia. Perché il centro di Roma è sempre meno dei romani e sempre più dei turisti – e siamo circondati da realtà quantomeno discutibili, molto turistiche ma non solo. Il centro è una zona di passaggio, ha costi alti ed è un po' abbandonato; non è un vero quartiere quindi, non c'è uno zoccolo duro di residenti che frequentano la libreria. La maggior parte dei palazzi qui intorno sono affittati a b&b, i residenti non ci sono più, al massimo alcuni professionisti stranieri che fanno i lavori più disparati e si fermano in Italia per qualche anno. La situazione è quindi un po' cambiata negli ultimi tempi.

Quindi la clientela di Altroquando è molto varia.

Sì, è di tutti i tipi. E le persone che vengono qui chiedono qualsiasi cosa, c'è anche la vecchietta che entra perché deve comprare i biglietti dell'autobus, che ovviamente non abbiamo. Anni fa abbiamo tolto le porte; capita che qualche turista si perda in via del Governo vecchio, vicino a piazza Navona, e entri e ci chieda informazioni. Ecco il perché del famoso cartello fuori dalla libreria: SAPPIAMO DOV'È PIAZZA NAVONA. Sono anni che ci massacrano con la stessa domanda.

I libri sugli scaffali sono divisi per editore, come mai avete scelto questo criterio?

Solo il settore della narrativa è organizzata per editore, il resto per sezioni. La libreria ideale dovrebbe essere divisa per autore in ordine alfabetico. Bisogna però fare i conti con lo spazio. Una disposizione di questo tipo, che è più democratica, inciderebbe profondamente sugli spazi a disposizione. Se dovessi mettere la Piccola Biblioteca Adelphi accanto ai

«Si potrebbe pensare che un libraio stia tutto il giorno a leggere libri, invece, come qualsiasi altro lavoro, presenta molti altri aspetti. Prima di tutto è un'impresa, noi siamo a tutti gli effetti un esercizio commerciale. Certo, abbiamo tutti cominciato per passione e quindi siamo dei pessimi imprenditori.»

Ci sono vantaggi e svantaggi ovviamente. Il vantaggio è che passano da qui persone diverse ogni giorno; potremmo avere gli stessi libri in vetrina tutti i giorni e li venderemmo comunque. Lo svantaggio è che quando si organizza un laboratorio è più difficile trovare qualcuno che si iscriva. Organizzando un gruppo di lettura, per esempio, è difficile trovare qualcuno che possa venire qui tutti i mesi o tutte le settimane. Soprattutto sul piano delle attività soffriamo un po', perché venire al centro è scomodo.

grandi Mondadori dovrei avere tutti gli scaffali alti. Se invece modulo per altezza, e quindi spesso per casa editrice, posso guadagnare molto spazio. L'ordine alfabetico avrebbe senso in una libreria molto grande, non in una come la nostra, che propone soprattutto un certo tipo di editori. In realtà i piccoli editori sarebbero in sé un settore. Il catalogo di Ipeborea ha un suo filo conduttore, così come quelli di Sur e Quodlibet. È vero che i libri sono divisi per editore, ma quell'editore ha un'identità così forte da



«L'idea di un luogo in cui poter stare in mezzo ai libri.»

giustificare il fatto che i suoi libri sono messi tutti insieme, al di là del risparmio di spazio. E anche visivamente fa un bell'effetto. L'unica pecca è che chi cerca un autore in particolare deve passare di scaffale in scaffale, o chiedere a noi. Però è anche un modo per dare visibilità a editori che hanno meno spazio nelle altre librerie. È importante per un editore emergente vedersi concedere uno scaffale col proprio nome.

C'è un settore che vi rappresenta di più e che curate in modo particolare, e che in altre librerie non si trova?
Purtroppo ha chiuso da poco l'altra nostra libreria,

dove c'era un settore di street art – che in parte è rimasto –, uno di tatuaggi e quello dei libri «zozzi» – come li chiamavamo noi. Attualmente forse non c'è un settore che riceve più attenzione degli altri, li curiamo tutti allo stesso modo. Sicuramente quello di narrativa è quello che rivela di più la personalità di una libreria; quando si ha uno spazio limitato bisogna fare delle scelte. È quello il settore che fa capire a chi entra chi siamo, più del settore ragazzi per esempio.

Come sei diventato libraio? Questo mestiere ha influito sul tuo rapporto con i libri?

«È importante per un editore emergente vedersi concedere uno scaffale col proprio nome.»

Sì, ha influito parecchio: leggo molto meno. Mi è sempre piaciuto leggere, stare in mezzo ai libri, però in realtà ho studiato Giurisprudenza. Più tardi, ho capito che non era quella la mia strada e sono tornato a quella che era la mia passione: i libri. Non solo da leggere: l'oggetto libro è importante. Anche solo spostarli e metterli a posto è una soddisfazione. L'idea di un luogo in cui poter stare in mezzo ai libri. Da qui nasce anche il locale che sta sotto, che è un posto dove rimanere, portarsi un libro e godersi le altre cose che ci piacciono: birra, musica, cinema.

Cosa consiglieresti a chi vuole intraprendere questo mestiere?

In primis direi che è importante essere ricchi di famiglia. Comunque, fare esperienza prima è

fondamentale. Anche perché ti fa capire in cosa consista veramente questo mestiere. Si potrebbe pensare che un libraio stia tutto il giorno a leggere libri, invece, come qualsiasi altro lavoro, presenta molti altri aspetti. Prima di tutto è un'impresa, noi siamo a tutti gli effetti un esercizio commerciale. Certo, abbiamo tutti cominciato per passione e quindi siamo dei pessimi imprenditori. Questo crea dei problemi perché nel nostro campo il margine è talmente ristretto che per fare questo lavoro bisognerebbe essere dei superimprenditori. Paradossalmente riescono meglio quelli bravi sul piano economico, quindi forse a un aspirante libraio consiglieri un corso in economia. Oggi ci sono vari modi per prepararsi, prima molti meno. La Scuola librai italiani qui a Roma è uno. Per chi non ha mai avuto



un'esperienza in libreria o per chi volesse aprirne una è assolutamente da consigliare. C'è anche la Scuola per librai Mauri, i cui corsi si tengono tra Milano e Venezia. Insomma, prepararsi credo sia fondamentale, anche perché oggi se sbagli sei finito. Non c'è più margine d'errore.

Il libraio può essere considerato un direttore editoriale: fa delle scelte per costruire il proprio catalogo; idea collante, percorsi di lettura da proporre ai lettori. Per te è così?
Sì, per me è così. Ovviamente dipende dalla libreria o dal libraio a cui lo chiedi. Se vai alla Feltrinelli, o in generale in librerie molto grandi, forse lo è meno. Per le librerie indipendenti il discorso cambia. Che poi... cos'è una libreria indipendente? Sono anni che ce lo chiediamo. È un tema caldo sul quale bisognerebbe indagare.

In genere si pensa a quelle non di catena o lontano dai marchi dei grandi editori. Non è così?

Arion era una catena, ma si definiva «di librerie indipendenti». I franchising Ubik o Mondadori sono librerie indipendenti? La libreria Otherwise che sto aprendo in società con l'editore e/o potrà essere considerata indipendente? Sono domande non retoriche e di cui quindi non conosco la risposta. Trovo che sarebbe sia interessante che auspicabile arrivare a una definizione condivisa. Il problema è che quando si cominciano certi discorsi c'è poca serenità nella discussione, perché il termine indipendente assume automaticamente una valenza positiva, come se fosse un giudizio di merito, e chi se ne sente escludere la prende come una diminutio. In realtà ci possono essere librerie di catena migliori di alcune indipendenti e viceversa, bisogna uscire da questi luoghi comuni. In altri paesi, per esempio in Francia, hanno una definizione precisa di cos'è una libreria indipendente legata a dei parametri di vario genere e c'è un marchio di qualità che è assegnato sia alle indipendenti che a quelle di catena. Ma quando lo Stato decide, per esempio, di aiutare le librerie indipendenti loro sanno già quali sono. Se lo Stato

italiano dovesse proporre qualcosa del genere, quali librerie aiuterebbe?

E i fenomeni Amazon e ebook? Quanto hanno influito, se lo hanno fatto, sul lavoro del libraio?

Gli ebook quasi zero, che credo sia la percentuale di quelli che leggono solo ebook. Le statistiche dicono che è ancora il libro cartaceo a vincere. L'entusiasmo iniziale era dovuto alla novità, con un boom di download soprattutto perché i primi erano gratuiti.

«Le statistiche dicono che è ancora il **libro cartaceo** a vincere.»

Di certo è un ottimo modo di fruire la lettura, ma non può sostituire il libro in quanto oggetto.

Per Amazon il discorso cambia. Credo sia arrivato ad avere il quaranta per cento del mercato italiano, nel Regno Unito la percentuale è molto superiore. Il problema, però, non è Amazon in sé, che è una multinazionale, ma sono i governi che non prevedono una regolamentazione che permetta di competere ad armi pari. Mi ricordo di aver letto che Piacentini, vicepresidente mondiale di Amazon, si sia licenziato due anni fa per aiutare il nostro paese, lavorando gratis per l'Italia... Nel frattempo sono state sviluppate delle app come 18App e Carta del docente; ottime iniziative che incentivano gli acquisti, ma di fatto sono bonus che la maggior parte delle persone spende su Amazon, sembrano fatte apposta! Per chiudere: se Amazon può legalmente pagare le tasse non in Italia non possiamo certo fargliene una colpa, fa i suoi interessi.

Il problema più grosso per i librai è la legge sullo sconto al pubblico, questione, anche questa, priva di efficace regolamentazione. Attualmente lo sconto massimo praticabile è del quindici per cento, ma può arrivare fino al venticinque in alcuni periodi dell'anno. La legge Levi, attualmente in vigore, stabilisce inoltre che dopo venti mesi si possa fare

«Il libro
deve essere
un piacere
da tutti
i punti
di vista.»



sconto su tutto fino al venti per cento. Sui libri più vecchi del catalogo Amazon può quindi applicare uno sconto elevato. Tenete presente che il nostro margine di guadagno su un libro è circa il trenta per cento sul prezzo di copertina... All'inizio gli editori e i distributori si sono un po' consegnati a Amazon, adesso vorrebbero cercare di liberarsi ma sono un po' ostaggio di certe condizioni. Comunque Amazon più che per noi è un problema per le grandi catene. Se venire a Altroquando ha ancora senso, perché si ha un rapporto diretto col libraio, si conosce chi ci lavora e come, andare alla Feltrinelli ha forse meno senso perché basta andare su Amazon, on line, e ordinare il libro che si vuole. Il cliente fedele si trova più spesso nelle piccole

librerie che non in una libreria di catena, più simile a un grande sito. Urge una regolamentazione del mercato anche qui.

Abbiamo quindi inquadrato ben due questioni che andrebbero regolamentate: definizione di libreria indipendente e sconti.

Sempre in Francia, si sta facendo la guerra a Amazon, o almeno ci provano: lo sconto non può superare il cinque per cento, le spese postali non possono essere gratuite. Da noi invece il problema non è proprio affrontato.

E per quanto riguarda i promotori? Sono utili nella scelta del catalogo?

I promotori hanno senso eccome, ma dipende da come vengono usati. Un promotore può arrivare a gestire sessanta o settanta editori e tu in mezz'ora devi decidere le novità: si capisce l'impossibilità del compito. Tanti editori non li vedi neanche, non riesci a esaminarli. La promozione va rivista completamente secondo me. Oggi il ruolo del promotore è soprattutto quello di risolvere i problemi che possono sorgere per esempio quando ordino un libro e non arriva.

Quindi fa più da mediatore?

Sì, il ruolo che al momento ha è proprio quello del mediatore, non certo quello di proporre i libri. Questo perché i promotori stessi non ce la fanno a stare dietro a tutti. Escono una marea di novità al giorno, hanno troppi editori da gestire. Ripeto, loro non ce la fanno, ma noi non ce la facciamo a nostra volta.

«Più cura dell'oggetto libro, oltre al contenuto, è una cosa che apprezzo molto. La scelta della font, della carta, la copertina eccetera.»

E la scheda del libro? Come dovrebbe essere impostata, secondo te, una scheda del libro ideale? Cosa colpisce di più, cosa invece è inutile?

Per quanto possa sembrare ovvio, è fondamentale che ci sia la copertina, e invece non sempre è così. Per il resto, in realtà, spesso non c'è il tempo di leggere le schede dei libri. Ci sono frasi che risaltano, i riferimenti all'autore e a quello che ha scritto. Più che la quarta di copertina io richiamei le fascette. Servirebbero degli strilli che diano immediatamente la sensazione di quel libro. Sono molto comodi anche i rimandi, le associazioni per idee, per contenuti, quando sono onesti. Di nuovi

Foster Wallace ce ne sono stati talmente tanti che questo paragone non è più credibile. Posso però dire che, più che sulla qualità, è sulla contestualizzazione del libro, dell'ambiente, della scrittura che servirebbero indicazioni veloci. Qualcosa che faccia capire che, per esempio, a chi ha letto un certo libro possa piacere quello proposto perché è sulla scia di Wallace, di John Barth eccetera. Questo potrebbe servirmi per rendermi conto se un determinato libro può interessarmi, e quindi passerei alla lettura del resto della scheda. Noi siamo i primi acquirenti del libro, tanto quanto lo sono i lettori. Una volta in libreria, l'attenzione del cliente è catturata dalla copertina e dalla fascetta, e così funziona anche per noi.

Com'è invece il rapporto con le case editrici o come lo vorresti?

Vorrei che ci fosse più contatto, anche se in realtà con molte c'è già. In fondo è una scelta reciproca. Se ci si piace... ci vorrebbe quasi un Tinder editori-librai. Però se a me piace molto l'editore X e a loro piace la mia libreria il rapporto diventa diretto. A quel punto è un vantaggio commerciale perché abbiamo entrambi più margine. Inoltre a me qualsiasi notizia arriverebbe direttamente dalla casa editrice e non dal promotore che deve gestire il catalogo (e conoscerne i libri) di sessanta e più editori. È molto diverso. L'esperimento Tribook si è rivelato ottimo. L'anno scorso a Abano per la prima volta si è tentato questo esperimento, qualcosa di simile all'American Winter Institute statunitense. Un evento durante il quale tutti i librai si riuniscono per un tot di tempo nello stesso posto, e gli editori vanno a raccontare loro il proprio piano editoriale. Ovviamente non nei dettagli, ma in mezz'ora illustrano le cose più importanti che si faranno durante l'anno. Una cosa molto utile. Mi piacerebbe quindi meno filtro da parte della distribuzione e della promozione, che ha paura di essere scavalcata. In realtà non è così, perché sono due cose completamente diverse.

Ci sono case editrici di cui ammiri particolarmente il lavoro?

Me ne piacciono tante, troppe, perché sono tutte diverse, con alla base idee molto diverse. Ammiro chi fa questo lavoro, perché è un lavoro da pazzi, come quello del libraio. Penso per esempio a L'orma editore che in poco tempo si è costruita un catalogo, una personalità, con una cura pazzesca. Quelli che ammiro di più sono quelli che curano il libro anche in quanto oggetto. Se ci si limita a fare un libro eccezionale ma di bassa qualità, con la copertina che si arriccchia dopo tre giorni, con le pagine che vengono via, è lo stesso libro a perderci. I libri marcos y marcos sono morbidi ma resistenti, perfino la carta ha un odore favoloso, il carattere è scritto abbastanza grande da fare in modo che sia un piacere da leggere. Nell'era dell'ebook, il libro deve essere a maggior ragione un piacere da tutti i punti di vista. Più cura dell'oggetto libro, oltre al contenuto, è una cosa che apprezzo molto. La scelta della font, della carta, la copertina eccetera.

Sulla homepage del sito, Altroquando è definita «una libreria artigianale con birre indipendenti», questo perché la libreria è fornita di uno spazio per gli eventi molto particolare. Come organizzate gli eventi? E qual è l'iniziativa che più vi ha entusiasmato organizzare?

Organizziamo moltissimi eventi. Non abbiamo però le energie per l'ufficio stampa, non abbiamo una persona che fa solo questo. Il lavoro ricade su noi che stiamo in libreria, per cui è un lavoro che si fa nei ritagli di tempo. Facciamo molte cose basandoci su eventi di ripiano. Molte sono presentazioni gestite dall'editore di turno, ed è chiaro che per noi è molto importante che l'editore faccia un buon lavoro di ufficio stampa. Quello che possiamo fare noi è stampare un flyer con gli eventi del mese, metterlo su facebook, sul sito, mettere la locandina in vetrina. Non abbiamo purtroppo le energie per fare altro, se non per pochissimi eventi durante l'anno che sono i nostri eventi del cuore: Il grande Lebowski Day o un'altra festa cara ai librai – e non

solo direi –, che è San Patrizio. Durante quest'ultima scorrono fiumi di birra. Comunque gli eventi che amiamo di più sono quelli con i nostri affezionati, quegli artisti, quegli scrittori, quegli editori che vedono questa libreria come la loro casa. Persone che qualsiasi cosa succeda, piccola o grande che sia, vengono da noi. Sono tantissimi i musicisti che ci tengono a suonare qui in cambio praticamente di niente, ma vengono qui perché è un posto diverso. Purtroppo, però, non abbiamo le forze per organizzare grandi eventi e curarli, ma approfittiamo del credito che abbiamo e degli amici che ci siamo fatti nel tempo.

Qual è secondo te la formula più efficace per la presentazione di libri? Ormai sei un esperto.

Nessuna. Anzi urgerebbe trovare un modo per non far annoiare le persone durante le presentazioni. A volte è una sofferenza per tutti, autori compresi. Secondo me le presentazioni, ma anche le letture, funzionano molto poco. È importante farne una a ridosso dell'uscita di un libro, per dagli un senso preciso. Non mancano autori che fanno trenta presentazioni tutte a Roma: sono inutili. Altra cosa importante è il conduttore-presentatore-relatore, al di là dell'autore e del libro stessi. È il conduttore a fare da garante con il pubblico per quello che viene a sentire. Questa potrebbe essere la strategia vincente: creare un rapporto con il conduttore, che sta lì e fa da mediatore tra scrittore e pubblico. Se uno scrittore, o una figura culturale in generale, tenesse sempre nella stessa libreria una presentazione al mese, per esempio, il pubblico ci andrebbe anche perché sa già che proporrebbe libri di un certo tipo, in un certo modo, che c'è un filo conduttore dietro. Oppure, forse sarebbe più utile organizzare un incontro con l'autore. Magari far sapere che parteciperà a un aperitivo e che gli si potrà fare una domanda, conoscerlo, senza che lui stia sul palco ma in mezzo ai lettori. Un'altra alternativa potrebbe essere quella di cancellare gli autori dalla presentazione. Presentare i libri e non gli autori; anche proponendo un libro

uscito anni fa, ma anche qui il conduttore sarebbe fondamentale. Un libro una volta pubblicato non è più dell'autore, ognuno può vederci qualcosa che secondo l'autore stesso magari non c'è. Il libro ha una vita indipendente dal suo creatore; senza contare che spesso l'autore è deludente, come tutte le cose. Rimettere al centro il libro potrebbe essere una buona soluzione. I gruppi di lettura stanno rimontando proprio perché fanno questo: mettono al centro il libro. C'è un filo conduttore perché c'è qualcuno che conduce lo stesso tipo di serate. Quando Falcinelli ha presentato qui il suo *Cromorama*, con Pacifico che faceva da relatore, ci siamo divertiti tantissimo. Un libro interessante, che dà molti spunti. Le solite presentazioni ormai hanno fatto il proprio corso, non se ne può più. Proponiamo un forum alcolico con gli esponenti dei librai, degli editori e di Oblique per studiare una nuova rivoluzionaria forma di presentazione.

Un libro meno noto, o sottovalutato, che secondo te va assolutamente letto?



Questa è difficile. Da poco è uscita l'edizione speciale di un libro al quale siamo molto affezionati: *L'uomo dei dadi* di Luke Rhinehart, edito da marcos y marcos. Un libro unico nel suo genere, originale anche per la trama. Un testo che non piace a tutti ma che i cosiddetti lettori forti dovrebbero leggere, secondo me. Non è mai stato sulla cresta dell'onda, se non per un articolo uscito l'anno scorso su «Internazionale» di Carrère, che lo scoprì per caso e ne è subito andato pazzo. L'autore è Luke Rhinehart ed è il protagonista del libro, anche se non è un'autobiografia. Un libro curioso, che la libreria ha preso a cuore da tanti anni e che lo ripropone approfittando di questa nuova edizione. Adesso sarà anche al centro del nostro gruppo di lettura. Un altro libro, un po' più per tutti, che consiglieri è *La morte dei caprioli belli* di Ota Pavel (Keller edizioni), un autore ceco. Un libro dalla struttura semplice: una serie di racconti legati da una cornice; incredibilmente semplice e incredibilmente bello allo stesso tempo, raramente le due cose coincidono.