

# GIORNALE DEL BUONO DEL LIBRO

**Marco  
ci racconta  
il Ticino**



---

Sommario

**Editoriale**

Pagina 2

---

**In breve**

Pagina 3

---

**Ruota della  
fortuna**

Pagina 4

---

**42 risposte**

Pagina 5

---

**Leggere invece  
di scrollare**

Pagina 6

---

**Spazi per  
sé stessi**

Pagina 7

---

**Veloce,  
semplice e  
sicuro**

Pagina 10

---

**Vision 28**

Pagina 11

---

**Il meglio**

Pagina 12



**Gira la ruota:  
Andrea Kalt  
e Noémie  
Hieber portano  
sicuramente  
fortuna  
alle visitatrici e  
ai visitatori  
dei festival.**

Pagina 4



**Novità: con  
Print@home  
è possibile  
acquistare  
buoni svizzeri  
nello shop  
online e stam-  
parli diretta-  
mente a casa.**

Pagina 10

# BUONGIORNO



## Care colleghe e cari colleghi,

in questo numero ci spostiamo idealmente in Ticino. Marco Ambrosino ha attraversato la Svizzera italiana per osservare da vicino una realtà libraria che conosco bene. Il Ticino è spesso raccontato come la Sonnenstube della Svizzera, terra di vacanze e di palme, ma dietro l'immagine turistica esiste un mondo librario vivo, fatto di relazioni quotidiane, scelte coraggiose e grande passione.

Vale la pena ricordare una caratteristica di fondo del nostro mercato: gli editori ticinesi sono pochi e gran parte dell'offerta libraria proviene dall'Italia. Questo influisce sugli assortimenti, sulle dinamiche commerciali e sulle abitudini di lettura, creando un panorama diverso rispetto alla Svizzera tedesca e romanda.

Inoltre, qui lavoriamo esclusivamente in librerie indipendenti: non esistono grandi superfici né catene, ma realtà spesso di dimensioni medio-piccole.

Queste differenze non ci separano dal resto della Svizzera. Al contrario, ciò che ci unisce è la stessa passione per i libri, per il consiglio al lettore e per il ruolo culturale delle nostre librerie.

**Ed è proprio su questa passione comune che si fonda la forza del Buono svizzero del libro: uno strumento che unisce le regioni linguistiche, sostiene le librerie indipendenti e porta concretamente i lettori nei nostri negozi.**

Farlo conoscere, promuoverlo e utilizzarlo ogni giorno è un impegno condiviso che rafforza l'intero settore e contribuisce al futuro del libro in Svizzera.

Buona lettura e buon lavoro a tutti.

**Prisca Wirz Costantini, membro del Consiglio di Amministrazione della Cooperativa del Buono Svizzero del libro**

## Impressum

### Editore

Buono svizzero del libro  
6371 Stans

### Redazione

Christian Hug  
Loïc von Matt

### Testi

Christian Hug  
Marco Ambrosino

### Collaborazioni

per questo numero  
Prisca Wirz Costantini

### Concept creativo

Von Vorteil GmbH

### Grafica

syn für Gestaltung und  
Kommunikation, Stans

### Correzioni

Agi Flury, Anne Dürr  
Prisca Wirz Costantini

### Traduzioni

Francesca Baranzini  
Véronique de la Motte

### Fotografia

© dai fotografi

### Stampa

Druckerei Odermatt, Dallenwil

### Tiratura

700 esemplari

### Printed in Switzerland

© 2026 Buono svizzero  
del libro

### Online

buonodellibro.ch

### Seguiteci sui social

@buchbon  
#buchbon

# IN BREVE

## Finalmente sponsor principale



**Sempre bello: l'evento nel parco del museo durante le Giornate letterarie di Soletta.**

Foto: fotomtina



Le Giornate letterarie di Soletta sono il più grande festival letterario multilingue della Svizzera – e probabilmente il più conosciuto. Ancora più grande è quindi la gioia per il fatto che, a partire

da quest'anno, la Cooperativa del Buono svizzero del libro, insieme alla libreria Lüthy di Soletta, è sponsor principale del festival. Una situazione win-win-win per tutti.

## Julia si presenta

«Sono Julia Muff di Neuenkirch e lavoro per il Buono svizzero del libro da settembre 2025. Vivo immersa nel mondo delle storie e mi occupo di comunicazione digitale, campagne pubblicitarie e dei media delle imprese. In breve, in questo caso, mi occupo di tutto ciò che contribuisce a rendere più visibile l'idea del Buono svizzero del libro. Quello che mi stimola è proprio questa idea di unire le persone attraverso i libri, regalare momenti di lettura e rafforzare la diversità del panorama librario svizzero. Il buono svizzero può essere più di un semplice buono: un simbolo dell'aver più tempo, più consapevolezza e di tutte le storie che aspettano anco-



**Julia Muff, Responsabile dei social media**

ra di essere scoperte. Questo mi sta molto a cuore. Sono felice di poter contribuire a far conoscere meglio il Buono svizzero del libro e a mostrare le sue molteplici qualità ovunque possano essere viste e apprezzate.»

## Promuovere la lettura

ISMR – un acronimo che sta per Istituto svizzero media e ragazzi. L'istituto si dedica a un unico obiettivo: entusiasmare bambini e ragazzi affinché diventino lettori appassionati. Da un punto di vista più commerciale si potrebbe anche dire: fidelizzazione precoce dei clienti. Il momento culmi-

nante dell'anno dell'ISMR è la Giornata svizzera della lettura ad alta voce, che quest'anno si svolgerà il 27 maggio. Voi avete già organizzato qualcosa per la vostra libreria? Il Buono svizzero del libro sostiene la promozione della lettura a livello nazionale con 10'000 Franchi di buoni.



**Nel 2024 l'attore Dimitri Stapfer ha letto ad alta voce presso la Scuola Speciale di Zurigo (SKB).** Foto: ISMR/Goran Basic

## Social media like Vali



**Porta i like al Buono svizzero del libro: Valentina Gallo**

Con molto umorismo e un approccio naturale allo storytelling, Valentina «Vali» Gallo di Langenthal è ora attiva su Instagram e TikTok come nuova collaboratrice del

Buono svizzero del libro. Vali ha un legame sincero con i buoni svizzeri e li regala spesso anche personalmente. Questa vicinanza si riflette nei suoi contenuti. I libri compa-

iono in modo spontaneo, con leggerezza e ironia, senza grandi messe in scena. Questo la rende una collaborazione genuina.

Perché il Buono svizzero del libro ci tiene a collaborazioni di questo tipo? Perché oggi l'attenzione nasce proprio anche sui social media, dove le persone condividono la loro quotidianità. In questo modo cresce la visibilità, si raggiungono nuovi pubblici e la notorietà si sviluppa in una maniera coerente con l'identità del marchio.

# 133'704

**Nel 2025 sono stati acquistati 133'704 buoni svizzeri del libro cartacei. Disposti uno accanto all'altro, formerebbero una striscia lunga oltre 20 chilometri.**

Ruota della fortuna del Buono svizzero del libro

# IL MOMENTO PIÙ BELLO CON LA RUOTA DELLA FORTUNA

**Le prime uscite sono state più che un successo, e ora la ruota che rende tutti felici va in tournée. La cosa più bella è che le librerie possono prendere in prestito gratuitamente questa meraviglia per i loro eventi.**

«Mais oui, avete comunque vinto, avrete un mazzo di fiori fra un po'» – diceva ogni volta «Mister Buono svizzero» Martin von Matt con un sorriso raggiante e in un francese im-

lizzata. «Volevamo provare qualcosa di nuovo», racconta l'attuale direttore del Buono svizzero del libro, Loïc von Matt, «e la gente faceva la fila per girare la ruota.»

**Non appena la ruota è stata inventata, sono arrivate richieste da parte delle librerie.**

peccabile consegnando al fortunato o alla fortunata che non aveva vinto girando la ruota, una cartolina con i semi come premio di consolazione.

In quell'occasione la ruota era al festival «Le livre sur les quais» svoltosi in settembre 2024 a Morges, sul meraviglioso Lago Lemano. Per la prima volta la Cooperativa del Buono svizzero del libro ha partecipato a questo grande evento letterario con la propria bancarella – o meglio, con la sua mitica ruota della fortuna. Era proprio anche la prima volta che la ruota veniva uti-

Dopo il successo di Morges, per i due von Matt era chiarissimo: «La ruota della fortuna è stata un'ottima idea e avremmo voluto continuare su questa strada», dice Loïc. Da allora sappiamo che tutti amano girare la ruota del Buono svizzero del libro e, in un modo o nell'altro, sono tutti vincitori – proprio come i buoni svizzeri stessi che sono sempre un premio per chi li riceve. E incontrare il team del Buono svizzero del libro fa sempre piacere.

Oggi i contabili e i dirigenti direbbero: il 2025 per la ruota

del buono svizzero è stato l'anno del consolidamento e dell'espansione. O potremmo anche dire che non appena la ruota è stata inventata, sono arrivate richieste dalle librerie per poterla noleggiare. Chiaro che sì! Abbiamo spedito tutto per posta – insieme a un considerevole numero di buoni come contributo di sponsorizzazione; le librerie hanno festeggiato e poi ci hanno rispettato tutto.

La domanda in costante crescita ha incoraggiato la direzione del Buono svizzero del libro a trasformare la ruota in un vero e proprio strumento pubblicitario e promozionale

con un roll-up di accompagnamento e premi di consolazione più svariati (la pratica borsa di stoffa, volantini informativi e molte più Sugus). E per finire si è aggiunto anche il personale dedicato, almeno per gli eventi che il Buono svizzero del libro prevede ai festival letterari: Noémie Hieber, una studentessa zurighe, Céline Chatelaine, anche lei studentessa residente a Zurigo e Andrea Kalt, insegnante di Buochs sono già state accolte nel nostro team. Tre giovani donne entusiaste e appassionate di lettura. In-

dosseranno le felpe e le magliette gialle del Buono svizzero del libro e lavoreranno sempre in coppia ai festival, con entusiasmo e passione. Attualmente stiamo formando altri team per gli eventi nella Svizzera italiana e in Romandia. Alla chiusura redazionale di questa edizione del giornale è già prevista la presenza della ruota ai festival letterari di Chiasso, Locarno, Soletta, Thalwil, San Gallo, Zofingen e naturalmente Morges – e se ne aggiungeranno ancora altri. Siamo veramente felici.



**Tempo splendido, festival splendido! Martin von Matt al Livre sur les Quais di Morges. Le visitatrici e i visitatori fanno la fila per girare la ruota.**



**Premio: Loïc von Matt infila il Buono svizzero in una busta per la fortunata vincitrice.**



**Gira la ruota: Andrea Kalt (a sinistra) e Noémie Hieber hanno curato la presenza del Buono svizzero all'ultima edizione di «Zürich liest».**



**E qui ci rivolgiamo di nuovo a tutte le libraie e i librai:**

- Potete prendere in prestito la ruota del Buono svizzero del libro per i vostri eventi.
- Nessun costo di noleggio.
- Spediamo la ruota e tutti gli accessori per posta – voi ci restituite tutto per posta.
- Potete scegliere autonomamente il personale.
- Sponsorizziamo buoni svizzeri per un valore di 150 franchi – voi vi occupate solo degli altri premi.

**Buon divertimento!**

# 42 RISPOSTE E UNA CHE VINCE

**Domande che vengono fatte alle libraie e ai librai. E domande per le quali i librai avrebbero delle risposte ma che non vengono mai poste. Qui troverete tutte le vostre risposte. La migliore può perfino vincere un biscotto della felicità.**



La vita è come un biscotto nella carta dorata – o qualcosa di simile: 42 biscotti della fortuna sono il premio per la risposta migliore.

1. Avete il libro di cui hanno parlato ieri alla televisione?
2. Perché non ha il galateo nella sua libreria?
3. Perché non tenete i classici?
4. Avete del bianco sfuso?
5. Quante parole ci sono nella sua libreria?
6. Può consigliarmi un libro per qualcuno che non legge?



## 7. Quando finisce la giornata di lavoro?

«Quando mi ritrovo in giro, al mare o in montagna, con un libro sorprendentemente bello e la Chinderbuechlade è lontana.»

Ruth Baeriswyl, co-proprietaria della Chinderbuechlade, Berna

15. Quale libro vende contro voglia?
16. C'è il capo?
17. Quale libro rispecchia il suo umore del lunedì?
18. Cosa beve quando legge?
19. Leggere è un lavoro?
20. Ci sei o sei su tiktok?
21. Come sarà la sua libreria fra 20 anni?
22. Qual è il libro più divertente nel suo negozio?
23. Guardando il suo cliente capisce quale libro comprerà?
24. Si può pagare in Euro? (Il prezzo in Euro sulla copertina è più basso.)
25. Riconosce i clienti che si comprano i libri ma non li leggeranno mai?
26. E che cosa fa di mestiere?
27. Come dev'essere un divano comodo per leggere?
28. Preferisce servire lettori accaniti o gente che non legge?
29. Quale libro vende più spesso sottobanco?
30. Tre mesi fa là c'era un libro... (indica uno scaffale con un dito). Ce l'ha ancora?
31. Le hanno mai regalato un libro?
32. Compra libri per sé?
33. Se arrivasse una fatina: quale sarebbe il suo desiderio?
31. Dio ha il senso dell'umorismo?
35. A cosa le serve l'IA?
36. Cos'è la letteratura?  
Grazie, Jean-Paul Sartre



## 37. Che cosa ha imparato oggi?

«Oggi ho imparato che è rassicurante sapere di poter contare sulle proprie colleghe!»

Silvio Kohler, direttore della libreria Hirschmatt, Lucerna

38. Quando si è alzato stamattina, era contento di iniziare la sua giornata di lavoro?
39. Cosa fa quando finisce di leggere un libro?
40. Sta ancora scrollando o sta già leggendo?
41. Sono una buona idea le bibliocabine?
42. Altre domande?

Inviateci la vostra risposta preferita su una cartolina a vostra scelta. Tra tutte le risposte pervenute mettiamo in palio 1 confezione da 42 biscotti della fortuna.

Cooperativa del Buono svizzero del libro  
Domande verso la felicità  
Casella postale 246, 6371 Stans

Ritorno al reale

# STAI ANCORA SCROLLANDO O STAI GIÀ LEGGENDO?



Come facciamo a ricordarci l'auto rossa a pagina 270: è grazie alla tridimensionalità dei libri che fa bene al nostro cervello.

Illustrazione di Diego Balli

**Gli effetti negativi dei media digitali sulla nostra società rendono di nuovo attraente il libro cartaceo: una buona opportunità per il commercio librario. Proprio a questo si riferisce il nuovo slogan del Buono svizzero del libro per il 2026.**

Leggere invece di scrollare, tornare alla fisicità e al cartaceo: le lettrici e i lettori riscoprono il libro come alternativa allo schermo. Questo sviluppo, molto positivo per il settore librario, ha due motivazioni principali: una legata all'evoluzione biologica, l'altra alla vita sociale.

Prima di tutto parliamo di lettura verticale e orizzontale. La neuroscienziata americana e ricercatrice nell'ambito della lettura Maryanne Wolf spiega che il nostro cervello si è sviluppato attraverso connessioni di rete nel corso di milioni di anni. Ciò significa che, per orientarci nell'ambiente e comprendere ciò che accade intorno a noi, il cervello collega diverse aree cerebrali. Wolf parla di circuiti: abilità motorie, linguaggio, vista, tatto e così via. Diversi circuiti devono essere connessi e «lavorare» insieme affinché si formi una percezione complessiva e possano quindi agire correttamente. Uno dei circuiti più importanti è quello della spazialità, cioè la percezione tridimensionale.

Circa 6000 anni fa, afferma Wolf, alle nostre abilità, si è aggiunto il circuito della «lettura», ovvero del linguaggio scritto. Questo circuito è oggi strettamente interconnesso con gli altri – in particolare con il circuito della percezione spaziale. Per esempio, quando leggiamo un romanzo di 300 pagine e, a pagina 270 riappare l'auto rossa, il nostro cervello ricorda che quell'auto era stata menzionata per la prima volta più o meno verso la fine della prima parte del libro. In questo modo il cervello costruisce relazioni tridimensionali e può archiviare tutta la storia in modo duraturo così da poterla, in seguito, ricordare bene e raccontare con parole nostre. I neuroscienziati chiamano questo processo «lettura profonda».

La lettura su smartphone, tablet e computer funziona invece diversamente. Lo schermo è bidimensionale, manca la profondità. Non ci sono le pagine da sfogliare, né l'odore della carta e nemmeno le orecchie sugli angoli delle pagine. Il cervello può ricordare che si era già parlato dell'auto rossa che riappare a pagina 270; tuttavia, questa informazione non viene più collocata tridimensionalmente e, di con-

sequenza, ricordiamo meno accuratamente l'intera storia, perché non tutti i circuiti necessari partecipano all'elaborazione di ciò che leggiamo. Maryanne Wolf parla di una modalità di lavoro «orizzontale» del cervello.

In secondo luogo parliamo dell'uso dei social media, o meglio, di come il loro uso

un'alimentazione poco sana e la mancanza di movimento aggravano queste crisi – e, anche in questo caso, il cervello opera attraverso circuiti interconnessi.

In molti paesi, in tutto il mondo, si discutono misure per contrastare questa tendenza: divieti di smartphone a scuola, limiti al tempo davanti agli schermi, digital detox, restrizioni dei social media per i minori, strumenti di riconoscimento delle fake news e altre ancora.

## L'oggetto reale, fisico riacquista valore – e questo vale anche per i libri.

quotidiano ci sovraccarichi. Per anni siamo stati entusiasti dei social media e delle loro possibilità. Oggi, come società, stiamo però iniziando a comprenderne appieno anche gli svantaggi. Lo scrolling continuo può portare a una percezione distorta della realtà, a depressione e ad altri disturbi. Anche fattori come

Ed ecco che così tornano protagonisti i libri e con loro il commercio librario: tutte queste «contromisure» hanno fatto di nuovo oscillare il pendolo dalla nostra parte. Il reale e il fisico riacquistano valore – come dimostra, ad esempio, il ritorno dei vinili – e questo vale sempre di più anche per i libri. Il boom dei romanzi New Adult è la prova più evidente che i libri cartacei sono di nuovo richiesti dai giovani (anche se i booktoker raggiun-

gono il loro pubblico tramite TikTok). Il libro cartaceo è di nuovo molto richiesto. Studi recenti mostrano persino che chi legge molto vive più a lungo ed è meno stressato. La lettura fortifica l'anima – lo diceva già Voltaire.

Il boom dei libri cartacei apre ai librai nuove opportunità per incrementare il fatturato. Ora più che mai servono idee originali, capaci di andare oltre la classica vendita in libreria. Iniziative che valorizzino la lettura profonda e che propongano il libro come soluzione.

Il Buono svizzero del libro dà il buon esempio con il messaggio di quest'anno dedicato al meraviglioso mondo delle parole scritte: «Stai ancora scrollando o stai già leggendo?». O, ancora più semplicemente: «Leggere invece di scrollare». Un messaggio che può essere volentieri adottato anche in libreria.



Durante il suo viaggio  
in Ticino, il nostro  
autore Marco  
Ambrosino incontra  
Luana Albertini.

# SPAZI IN CUI RITROVARE SE STESSI

**Più che altrove, nella Svizzera italiana le librerie sono anche luoghi d'incontro fondanti per l'identità dei ticinesi e dei grigionitaliani. Il segretario dell'Alesi Marco Ambrosino si è messo in viaggio per interpellare le persone sul posto.**

**«Il solo vero viaggio non sarebbe quello di andare verso nuovi paesaggi, ma di avere occhi diversi.»**

Questa citazione del romanziere francese Marcel Proust data più di cento anni, ma sembra non invecchiare mai. Almeno per me, resta valida ancora oggi: mi sento esattamente come Proust quando, un po' intorpidito dai miei pensieri e dalle mie preoccupazioni, entro in una libreria, esploro alterni scaffali senza un obiettivo preciso e ne esco – spesso con il portafoglio meno pesante – rigenerato, rimpolpato nella mia essenza, come se avessi fatto un lungo viaggio da fermo e ora vedessi con occhi diversi, magari proprio quelli – sarebbe bello – di Proust!

Ma un momento, forse sono andato un po' troppo di fretta... la passione a volte fa questi scherzi. Quindi riavvolgiamo il nastro: sono Marco Ambrosino e da ormai quasi tre anni sono Segretario dell'ALESI, l'associazione che ha il compito di rappresentare gli interessi delle case editrici e dei librai nella Svizzera italiana, terra di pellegrinaggio estivo per i turisti, ma anche di luoghi incantevoli e sì, anche di una valida tradizione letteraria e di editori e librai che si spendono in prima persona per il bene dei libri e per la bella lingua italiana. Ed è proprio il commercio librario che vogliamo osservare con attenzione.

Prima di partire alla scoperta di nuovi paesaggi, mi sono chiesto quali nuove prospettive potessero meglio affinare il mio sguardo. Quali sono i tratti più importanti della nostra regione da evidenziare per gli affiliati d'Oltralpe del Buono svizzero del libro? Che cosa distingue davvero la Svizzera italiana dalle altre regioni del Paese?

Mi sono presto reso conto che per tratteggiare la nostra realtà dovevo realizzare un mosaico più che un ritratto, poiché il nostro piccolo mondo è più variegato che omogeneo.

**Che cosa distingue davvero la Svizzera italiana dalle altre regioni del Paese?**

Si potrebbe addirittura affermare che il nostro panorama sia come una libreria: uno spazio in cui è possibile viaggiare in direzioni diversissime, senza una meta precisa, eppure trovare sempre qualcosa che ci richiami, che avvertiamo come nostro. Ho deciso di fare un viaggio che toccasse quattro librerie: Al Ponte di Mendrisio, Il Segnalibro di Lugano e, a nord del Monte Ceneri, vero spartiacque geografico e culturale del Canton Ticino, la Lulibri di Grono – nella parte italoфона del Canton Grigioni – e l'Ecolibro di Biasca. Si parte!

Prima tappa: la libreria Al Ponte, nel cuore di Mendrisio. Un luogo d'incontro per le famiglie, dove ci si sente come a casa e dove i clienti sono innanzitutto amici. Infatti non vengono solo per acquistare libri, ma anche per incontrare altre persone con interessi affini e per scambiare idee e opinioni in uno spazio letteralmente familiare. È con questo spirito che la titolare Antonella Janett gestisce la sua libreria e i tre collaboratori. Nelle sue parole, dal tono quasi poetico: «Ho il desiderio che la libreria sia un luogo d'incontro di persone con i libri, ma soprattutto tra le persone attraverso i libri». Questo vale sia per gli adulti – che spesso vengono in libreria anche solo per evadere dalla propria quotidianità – sia per gli adolescenti, ai quali la libreria ha riservato uno spazio dedicato.



**Antonella Janett: La Libreria Al Ponte di Mendrisio si presenta su più piani e Antonella, la responsabile, ci guida con il suo entusiasmo alla sua scoperta. Presso questa libreria troviamo non solo libri narrativa, ma anche di cucina, di fantascienza, fumetti e anche libri per i più piccini, un vero ponte fra le generazioni e i gusti.**

Il bacino d'utenza della Lulibri di Grono, in Val Mesolcina, è ancora più ampio. Lulibri è infatti l'unica libreria presente sul suolo del Grigionitaliano e proprio per questo è un vero e proprio punto di riferimento per l'intera popolazione locale. Secondo la titolare Luana Albertini: «Da noi bambini, ragazzi e adulti trovano libri in lingua italiana, un aspetto molto importante per l'identità dei mesolcinesi, siccome appartengono a un cantone in cui l'italiano non la fa da padrone».

La situazione è analoga a Biasca, presso l'Ecolibro: con la scomparsa di altre librerie nelle Tre Valli (ossia i distretti di Blenio, Leventina e Riviera), Ecolibro è diventata un punto di riferimento per coloro che vengono dalla Valle di Blenio e dalla Valle Leventina. La libreria è diventata un modo di essere comunità. La titolare Giorgia Schmid non vende solo libri, ma offre anche altri prodotti con valenza culturale: «Una volta ven-



**Giorgia Schmid: Ecolibro si situa nel cuore di Biasca. Diramata su un unico piano, la libreria è piccola e graziosa ed è abbastanza facile perdersi nel labirinto di proposte che Giorgia, la libraia, ci propone. Tra le tante offerte notiamo la volontà di poter offrire non solo libri, ma anche giochi da tavolo, tisane filosofiche e tante altre cose che permettono a Biasca di avere un luogo di incontro e di svago.**



**Luana Albertini: La proprietaria della libreria e cartoleria Lulibri a Grono è una giovane libraia che si è già affermata nel nostro settore. Ci illustra con gentilezza la sua libreria, che da un lato presenta le novità principali dell'editoria in lingua italiana, ma dall'altra non mancano anche articoli più legati alla cartoleria, ricordando così il passato della libreria che ha ritirato.**

Apprendiamo così che le librerie della Svizzera italiana si trasformano sempre più anche in luoghi d'incontro che contribuiscono a plasmare il tessuto socioculturale e l'identità della clientela, soprattutto nelle valli periferiche e alla luce del fatto che il numero complessivo delle librerie negli ultimi anni e decenni è diminuito costantemente.

## «Siccome appartengono a un cantone in cui l'italiano non la fa da padrone».

Luana Albertini



**Prisca Wirz Costantini: Il Segnalibro si trova in una delle arterie di Lugano e solo a entrarci ripulsa una voglia di mettersi a leggere. Costruita su due piani la libreria ospita sul primo piano opere provenienti dalla Svizzera italiana, ma anche le grandi novità e pure un intero scaffale dedicato agli Adelphi. Prisca, libraia dalla grande esperienza, ci spiega che per poter viaggiare con la mente possiamo salire al piano di sopra, dove troviamo libri in lingua originale e guide turistiche.**

Da anni ormai il commercio librario della Svizzera italiana si sta confrontando con i temi dello sviluppo tecnologico e dei social media, così come con le mutate esigenze della clientela verso la propria libreria di fiducia. Lo vediamo ad esempio dal caso della libreria Il Segnalibro, aperta nel 2002 nel centro di Lugano. Come spiega la contitolare Prisca Wirz Costantini: «In passato il passaparola era la migliore pubblicità in tutti i settori. Ma oggi da solo non basta. Sin dalla fondazione della nostra libreria abbiamo fatto ogni sforzo per stare al passo con le innovazioni tecnologiche: avevamo aperto un sito internet con uno shop online già prima dell'epidemia di coronavirus. Durante il difficile periodo del lockdown ci è stato molto utile, è valsa la pena fare questo investimento. Nel frattempo abbiamo lanciato anche una pagina Facebook e un profilo Instagram, ma creare i relativi contenuti richiede molto lavoro supplementare e spese non indifferenti. Per farlo bene e in modo efficiente, bisognerebbe avere la possibilità di investire molto di più».

devamo anche vinili. Con il tempo ho iniziato a introdurre nel mio spazio anche la vendita di giochi e di tisane letterarie. Si tratta di prodotti che ben si accompagnano alla lettura e questo permette alla libreria di svolgere una funzione che talvolta supera la mera fornitura di libri». Appare evidente dalle parole di Giorgia che il mestiere della libraia – o del libraio – può trovare, come ogni arte, la propria declinazione, il proprio modo di confrontarsi con la realtà circostante, senza dover seguire un cammino già tracciato.

Viceversa, i social media si sono pure trasformati in ottimi strumenti di marketing indiretto. Ci sono diversi casi di booktoker su TikTok e influencer a tema librario su Instagram che incentivano le vendite e riportano i giovani lettori nei negozi fisici.

Queste sono solo alcune delle tessere che compongono il mosaico del commercio librario della Svizzera italiana. Naturalmente non sono sufficienti per ottenere un quadro completo. Ad esempio, non abbiamo ancora parlato del particolare contesto economico caratterizzato dalla vicinanza con l'Italia. Per questo argomento, lo spazio qui non è purtroppo sufficiente.

Quello che va ancora detto, e in questo Prisca, Giorgia, Antonella e Luana erano concordi, è che nella Svizzera italiana, la promozione e la salvaguardia del libro come bene culturale sono spesso più importanti della redditività di singoli libri. Questo vale tanto per chi i libri li scrive, quanto per chi li vende. Infatti, la cultura genera confronto e il confronto è alla base dell'identità, un aspetto particolarmente importante per gli svizzeri di lingua italiana.



Print@home

# IN SOLI TRE CLIC – VELOCE, SEMPLICE E SICURO



È molto semplice e risponde a un'esigenza dei clienti: buoni svizzeri da acquistare online e stampare a casa.

## Ampliamo la nostra offerta di servizi per i nostri e per i vostri clienti con la possibilità di acquistare i buoni svizzeri online e stamparli a casa.

Nel settore degli eventi è ormai scontato acquistare i biglietti online e stamparli a casa oppure salvare il PDF del biglietto sul cellulare. Dallo scorso ottobre anche lo shop online della Cooperativa del Buono svizzero del libro è dotato di questo servizio digitale: sul sito buchbon.ch è possibile acquistare i buoni e stamparli a casa. Inoltre, per la prima volta nella storia del buono svizzero, è possibile acquistare buoni a partire da dieci franchi e di qualsiasi importo desiderato. Ci vuole poco più di un minuto. I buoni svizzeri print@home possono poi essere utilizzati alla cassa di una libreria e in un qualsiasi shop online che accetta i pagamenti con i nostri buoni.

Se il cliente o la cliente desidera usare il buono in libreria, la gestione al momento dell'incasso è semplicissima. Con soli tre clic e un po' di pratica, in pochi secondi si

registra l'acquisto. Questo è possibile perché Print@home utilizza il sistema già esistente degli ebuoni. I buoni svizzeri Print@home non richiedono quindi un terminale dedicato né un nuovo apparecchio. È

La contabilizzazione dei buoni svizzeri Print@home avviene a fine mese sul vostro conto, nello stesso modo degli ebuoni già esistenti. Per voi non comporta alcun lavoro aggiuntivo, non sono necessa-

## Per la prima volta è possibile acquistare buoni a partire da dieci Franchi e di qualsiasi importo desiderato.

sufficiente un qualsiasi cellulare dotato di fotocamera per scansionare il codice QR e riscattare il buono svizzero Print@home. Il procedimento funziona senza app e non lascia alcun dato sul dispositivo. Per ogni buono utilizzato, la libreria riceve automaticamente una ricevuta via e-mail.

rie modifiche tecniche e non vi sono costi supplementari. In tre parole: veloce, semplice e sicuro.

Un primo bilancio intermedio di Print@home è positivo: evidentemente anche le lettrici e i lettori sentono l'esigenza di acquistare i propri regali online in modo rapido e semplice.

## PRINT@HOME IN 3 CLIC

### 1. Shop online

Sul nostro sito [www.buchbon.ch](http://www.buchbon.ch) clicca su «Acquista buono», inserisci nel primo campo il numero di buoni desiderati e l'importo per ciascun buono; pagamento facile con Twint o carta.

### 2. Stampa

L'acquirente riceve un'e-mail con il PDF dei buoni acquistati. Clicca «Invio» e «Stampa» e il buono regalo esce subito dalla tua stampante. I buoni print@home possono essere stampati e confezionati con cura come regalo (versione old style) oppure si può regalare il buono inviando il PDF digitale via e-mail (versione digital native).

### 3. Alla cassa

La persona che riceve il regalo desidera riscattare il buono. A questo punto entrate in gioco voi e la vostra libreria. È semplicissimo: con il cellulare aziendale o con il vostro smartphone personale scansionate il codice QR che trovate sul buono – verrete collegati direttamente al nostro sito con il buono corrispondente già registrato: il PIN, il numero della carta e il valore del buono appariranno automaticamente. Poi cliccate su «Sono una libreria» → inserite il nome della libreria (si completa automaticamente già dalle prime lettere) → inserite il prezzo del libro → controllo finale → stampate la ricevuta. È fatto! La ricevuta arriva contemporaneamente anche in formato digitale all'e-mail della vostra libreria.

**Provalo subito!**  
Scansiona il codice e  
prova personalmente  
il buono Print@home



Marketing

# IL PROGETTO «VISION 28» SI SVILUPPA SU TUTTI I CANALI

**Ormai ci è chiaro che con la molteplicità delle nuove misure di marketing e il potenziamento di quelle già esistenti, il Buono svizzero del libro è sulla strada giusta. Ecco una breve panoramica.**

Tre anni fa, a settembre, durante l'Assemblea generale straordinaria di Berna, è stata presa una decisione fondamentale: i membri della Cooperativa del Buono svizzero del libro hanno approvato il progetto «Vision 28», aprendo così una nuova fase per il buono svizzero. L'obiettivo dichiarato del progetto «Vision 28» era quello di rendere il Buono svizzero più visibile e aumentarne la notorietà.

Il 2024 è stato quindi un anno di intenso lavoro: strategie pubblicitarie, restyling dei buoni, maggiore presenza digitale, iniziative in occasione

di eventi e molto altro ancora. Tutto quello che era stato pianificato è stato realizzato. Attraverso la newsletter del Buono svizzero del libro siete stati regolarmente informati sulle principali novità. Nel 2025 sono già arrivati i primi risultati concreti. Loïc von Matt, direttore del Buono svizzero del libro a Stans, si dice molto soddisfatto dell'anno appena trascorso: «Le misure adottate si sono rivelate corrette ed efficaci. Lo sappiamo per due motivi: da un lato, la portata sui social media è monitorabile con precisione in termini di clic, visto che il digitale è diventato il fulcro della nostra

strategia. Dall'altro, abbiamo testato diverse misure e le valutiamo costantemente. Nel corso di quest'anno possiamo quindi concentrarci sull'ampliare e rendere ancora più efficienti le nostre campagne pubblicitarie», afferma von Matt.

Nel linguaggio del marketing moderno, le misure sono suddivise nelle aree di intervento Awareness, Action, Engagement e Loyalty: in altre parole, aumentare la notorietà, stimolare l'acquisto, interagire con i clienti e creare un legame emotivo con il Buono svizzero del libro.

Per quanto riguarda la notorietà, il Buono svizzero del libro è attivo su tutti i canali disponibili: con inserzioni classiche sia sulla stampa sia online, con una presenza rafforzata sui social media da Facebook a Instagram fino a LinkedIn. Un ulteriore nuovo canale è rappresentato dalla pubblicità su schermi collocati nelle aree di incontro degli spazi pubblici. In ambito digitale sono state inoltre intensi-

ficcate le collaborazioni con Google Ads e con le Display Ads.

Le inserzioni sono utili, ma da sole non bastano più. Oggi servono anche persone che presentino i prodotti in modo credibile, perché vivono in prima persona lo stile di vita legato al prodotto promosso.

È un grande impegno, che richiede di rimboccare le maniche. Per questo Loïc von Matt è particolarmente felice di avere una nuova collaboratrice: «Con Julia Muff abbiamo trovato una persona intraprendente e appassionata di libri. Julia conosce molto bene il mondo dei social media, sa individuare le tendenze e av-

## «Le misure si sono rivelate corrette ed efficaci.»

Loïc von Matt

Esatto: si tratta di influencer e ambasciatori. Non promuovono solo il buono svizzero, ma trasmettono messaggi. Per questo il Buono svizzero del libro ha avviato collaborazioni con diversi influencer che lo sostengono non solo sui propri canali social, ma anche dal vivo durante eventi e apparizioni in pubblico. Creano così contatti diretti con lettrici e lettori e, di conseguenza, un legame emotivo con il buono svizzero.

Naturalmente il Buono svizzero del libro va anche direttamente «tra la gente». Le sponsorizzazioni di festival letterari e di altri eventi legati ai libri sono state ridefinite e potenziate, garantendo una forte visibilità sul posto. Inoltre, grazie alla ruota della fortuna, è possibile instaurare contatti diretti e positivi con i visitatori dei festival. Non da ultimo, con nuovi servizi come i buoni Print@home, il buono svizzero risponde in modo mirato alle esigenze dei clienti.

viare collaborazioni mirate. Per noi è stato un vero colpo di fortuna.»

Un altro punto importante resta ancora da menzionare: i clienti aziendali. Come dice Loïc: «Le aziende e i gruppi hanno esigenze specifiche, sia per i loro collaboratori che per i loro clienti. Per il Buono svizzero del libro queste imprese rappresentano dei clienti ideali. In futuro vogliamo quindi rivolgerci sempre di più alle aziende di ogni tipo e proporre loro collaborazioni interessanti.» Un'ottima idea. Infatti i primi grandi ordini sono già stati confermati.



**Il buono svizzero è «live su tutti i canali», dal vivo, in digitale e fra la gente.**

# Il meglio arriva alla fine

# 4/ 30

**La newsletter digitale questo mese è cartacea: vi raccontiamo quattro motivi di grande gioia.**



SECNODO UN PFROSSEORE DE L'UNVIESRITA' DI CMABRDIGE, NON IMORPTA IN CHE ORIDNE APAPAINO LE LETETRE IN UNA PAOLRA, L'UINCA CSOA IMMORPTATE E' CHE LA PIMRA E L'ULIMTA LETETRA SINAO NEL PTOSO GITUSO. IL RIUSTRATO PUO' SERBMARE MLOTO CNOFSUO, MA NOONSTATNE TTUTO SI PUO' LEGERGE SEZNA MLOTI PRLEOBMI

**Promuovere la lettura** La Cooperativa Schweizer Buchzentrum ha lanciato il suo progetto Lesebox. Il progetto che si svilupperà sull'arco di cinque anni, prevede che librerie e case editrici elaborino insieme iniziative per stimolare nei bambini in età scolare, a partire dai sei anni, l'amore eterno per la lettura. Noi del Buono svizzero del libro troviamo che sia un'idea meravigliosa – e sosteniamo il progetto Lesebox con una bella somma in contanti.

**Small talk** A proposito di lettura, ecco una curiosità divertente: sapete che il nostro cervello, quando leggiamo, non elabora le parole lettera per lettera, ma le riconosce schematicamente nel loro insieme? Per questo si riesce a leggere senza problemi anche se si scambiano alcune lettere. Quello che però in pochi sanno è che esiste persino un termine specifico per questo fenomeno. Si chiama effetto di superiorità della parola. Chissà perché?!



**Happy Birthday** La libreria Buchzeichen, a Egg nel canton Zurigo, festeggia il suo decimo compleanno. Tanti auguri! Visto che lì da marzo è in vigore un divieto di fuochi d'artificio, ne accendiamo uno qui da noi a Stans. E questo ci fa venire in mente che nella nostra offerta di merchandising non abbiamo ancora i segnalibri (Buchzeichen)... Rimedieremo presto!



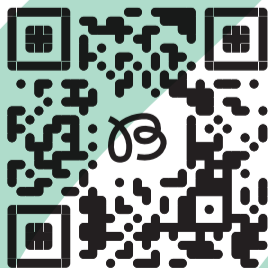
**Benvenuti** Dallo scorso agosto due giovani professionisti appena diplomati hanno rilevato a Sion la libreria L'Entremonde, garantendo così la disponibilità di fumetti, manga e romanzi fantasy in Vallese, almeno in francese... L'entremonde si è appena unito a noi come nuovo membro. A loro diciamo: benvenuti! E anche per loro accendiamo un fuoco d'artificio!

**E con questo è tutto. Alla prossima.**

**ALTRE AVVENTURE,  
INFORMAZIONI E NOTIZIE,  
SEMPRE ALLA FINE DEL MESE.**

**Iscrivetevi alla nostra newsletter.  
Basta scansionare il codice QR.**

**Vi piacerà.**



#### Contatti

Buono svizzero del libro  
Casella postale, 6371 Stans  
buonodellibro.ch

#### Seguiteci sui social

@buchbon  
#buchbon