



Scuola per Librai
Umberto e Elisabetta Mauri

Programma Corsi Monografici 2019

Fondazione Umberto e Elisabetta Mauri
Corso Sempione, 4 20154 Milano
Tel. 02 794867 - 02 799652
www.scuolalibraiuem.it

La Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri è promossa da:
Messaggerie Italiane Spa
Messaggerie Libri Spa
Associazione Librai Italiani
Associazione Italiana Editori

Con il patrocinio di

Milano



Comune
di Milano

“È una passione, lavorare per il libro. Nella famiglia Mauri si è fedeli da anni a questa professione, che è una medicina straordinaria. Perché non ci si può fidare solamente della propria intelligenza. Bisogna andare oltre, aprirsi, collaborare all’intelligenza del tempo (...).

Tra le nostre mani di editori, distributori e librai scorre il pensiero del nostro tempo. Ne siamo consapevoli e attenti.”

Achille Mauri

Le risorse umane sono la carta vincente delle librerie del nuovo secolo; professionalità e qualità del servizio sono il tratto distintivo di una vera, grande libreria: è dunque importantissimo che i librai siano adeguatamente formati e che la loro preparazione venga periodicamente ampliata e aggiornata, mantenendo sempre vive passione e motivazione nello svolgimento del lavoro quotidiano.

I Corsi della **Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri** costituiscono in questo senso uno strumento prezioso per far sì che i librai divengano, o continuino a essere, **veri librai e non semplici venditori di libri**: è fondamentale che conoscano (o che vengano ricordati loro!) argomenti quali l’importanza di un buon assortimento, il valore del servizio al cliente, il prestigio e la storia delle principali case editrici e, nel contempo, il ruolo decisivo svolto dagli editori piccoli e medi, nonché come si gestisce una libreria.

I programmi della Scuola prevedono appositi moduli didattici centrati su questi e altri temi e, grazie alla qualità delle testimonianze portate non soltanto dai docenti ma anche da operatori del mondo del libro e della cultura in genere (editor, giornalisti, scrittori, intellettuali, librai, distributori, addetti stampa), e grazie alla competenza e alla cura con cui vengono elaborati i programmi didattici, rappresentano quanto di meglio un libraio possa trovare oggi in Italia per perfezionarsi, essere sempre al passo con i tempi, amare sempre più, e dunque svolgere sempre meglio, il proprio mestiere.

Al termine di ogni giornata, un incontro dedicato al tema **Essere editore**, per conoscere da vicino la realtà di alcune prestigiose case editrici attraverso le parole dei loro più autorevoli rappresentanti.

1. GESTIRE E APRIRE UNA LIBRERIA

Alberto Galla

25 febbraio 2019

Quali sono gli aspetti da conoscere e da tener presente quando si vuole realizzare il “sogno” di aprire una libreria nuova? Il corso si pone l’obiettivo di fornire ai partecipanti le principali coordinate entro le quali valutare questa decisione dal punto di vista economico e imprenditoriale, e come iniziare a organizzare la propria attività di vendita nel quadro attuale di regole di mercato e prassi commerciali.

Come stanno cambiando in questi anni i modelli di libreria? Quali servizi e quali assortimenti richiede il cliente? Quali spazi dare agli eventi o ad altre attività integrative alla vendita dei libri?

Il corso ha una prima funzione di inquadramento e fornisce le informazioni operative per una migliore messa a punto del budget, dell’assortimento, della comunicazione, della relazione con il cliente e delle componenti social. Tutti temi che gli interessati potranno approfondire anche nei corsi successivi.

9.30-10.00	Introduzione e benvenuto, Romano Montroni , Presidente del Centro per il Libro e la Lettura
10.00-10.30	Alberto Galla , presentazione e introduzione della giornata <i>L’evoluzione dei canali commerciali e delle formule di vendita</i>
10.30-11.30	Presentazione dati a cura di Giovanni Peresson AIE – Associazione Italiana Editori • Il mercato del libro e della lettura in Italia • La produzione editoriale e le quote di mercato
11.30-11.45	Pausa caffè
11.45-12.15	Alberto Galla • La definizione del bacino d’utenza e delle sue potenzialità • Il marketing mix della libreria
12.15-12.45	<i>Gli strumenti informativi a disposizione della libreria</i> Simonetta Pillon , Amministratore delegato IE – Informazioni Editoriali
12.45-13.30	<i>Utilizzo dei Social Network e organizzazione delle iniziative culturali per l’animazione e la promozione della libreria</i> Mariana Winch Marengi , libreria Il Covo della ladra e Isabella Raggi , Ubik
13.30-14.30	Colazione
14.30-15.15	<i>La scelta del Franchising come nuovo modello organizzativo della libreria</i> Tiberio Sarti , Amministratore delegato Ubik
15.15-16.30	Alberto Galla • La definizione dell’assortimento, la costruzione di rapporti tra libreria e casa editrice, gli strumenti di controllo del monte merci • Come organizzare i rapporti con i fornitori (editori, distributori, grossisti) e con gli agenti • La scelta della specializzazione: le valutazioni da compiere • Come sviluppare e verificare un’ipotesi di business plan • La normativa e gli adempimenti burocratico-amministrativi

16.30-16.45	Pausa caffè
16.45-17.30	<i>Pensare, progettare, riprogettare gli spazi della libreria</i> Andrea Bonessa , architetto, Studio Bonessa Associati
17.30-18.00	<i>La promozione del libro in Italia.</i> Claudio Fanzini , Presidente Emme Promozione

2. IL BUDGET ECONOMICO E FINANZIARIO DELLA LIBRERIA

Alberto Galla

4 marzo 2019

Il corso si propone di insegnare a utilizzare il budget come strumento per individuare le leve gestionali da attivare e le aree di attività su cui intervenire al fine di migliorare i risultati economici della gestione. Questo anche alla luce dell'introduzione di nuove merceologie e di nuove tipologie commerciali e di servizio.

Docenti:

Carlo Marcon, Professore di Economia Aziendale, Università Ca' Foscari

Mirco Dordolo, responsabile controllo di gestione, Gruppo Libraccio

9.30 - 13.00

La programmazione economica

- Rappresentazione e misurazione dell'equilibrio economico, patrimoniale e finanziario
- L'analisi strutturale del debito attraverso il conto economico
- L'analisi del punto di pareggio e l'impatto sulla marginalità del mix delle vendite

13.00 -14.00

Colazione

14.00 - 15.00

Le modalità di costruzione del budget economico

- La costruzione del budget economico di una nuova libreria
- La costruzione del budget economico di una libreria già esistente

L'esposizione dei due casi terrà conto delle diverse criticità e problematiche legate all'apertura di una nuova libreria (e alle conseguenti decisioni iniziali) e di una libreria esistente (che presenta dei dati a consuntivo a cui in parte ancorarsi per formulare gli obiettivi di budget e di un piano di innovazione).

15.00 - 17.30

Esercitazione sul budget economico e presentazione dei lavori di gruppo

17.30 - 18.00

Come si rapporta il libraio al budget

Edoardo Scioscia, Presidente Gruppo Libraccio

3. VISUAL MERCHANDISING: COME VALORIZZARE L'ASSORTIMENTO E ORGANIZZARE LO SPAZIO DI VENDITA

Luca Domeniconi

11 marzo 2019

Come può una libreria fisica differenziarsi rispetto a uno store on-line? Come può aumentare l'attrazione, le vendite e la fidelizzazione? Certamente attraverso una maggiore attenzione all'assortimento e al servizio personalizzato al cliente, ma anche con l'utilizzo coordinato degli strumenti e delle tecniche di Visual Merchandising.

Visual Merchandising come marketing nel punto vendita e fattore essenziale strategico e operativo per valorizzare la libreria, realizzando aggregazioni merceologiche più funzionali per i clienti, layout meglio leggibili e fruibili, display più comunicativi e attraenti e spazi "promozionali" meglio pianificati e gestiti, in coordinamento con le vetrine e la comunicazione esterna on-line e off-line.

9.30-10.00	Introduzione Luca Domeniconi , direttore commerciale Librerie IBS.it
10.00-10.30	<i>L'offerta e l'assortimento del giocattolo</i> Paolo Taverna , Direttore generale Assogiocattoli
10.30-10.45	Pausa caffè
10.45-13.00	Cristina Ravazzi , consulente, docente e autrice • Visual Merchandising, comunicazione in-store e shopping esperienziale • Momenti essenziali e strumenti del Visual Merchandising • Aggregazioni merceologiche più funzionali per i clienti, più comunicative e performanti
13.00-14.00	Colazione
14.00-15.45	• Organizzazione dello spazio di vendita (layout): Percorsi, layout merceologico e delle attrezzature, punti focali, punti display, spazi di animazione commerciale
15.45-16.00	Pausa caffè
16.00-17.30	• Esposizione più comunicativa e attraente, più funzionale alle logiche di acquisto dei clienti e al sell-out: criteri espositivi, esposizioni preferenziali, chiaroscuri e variabilità • Pianificazione delle promozioni e della comunicazione in-store • Coordinamento con le vetrine e la comunicazione esterna • Gli indicatori di performance del punto vendita
17.30-18.00	<i>Il mestiere del grafico e l'importanza della copertina per il libro</i> Andrea Geremia , Graphic Designer

4. IL VALORE DELL'ASSORTIMENTO: UNA RICCHEZZA DA PROTEGGERE (alla Fondazione Feltrinelli)

Romano Montroni

18 -19 marzo 2019

Un buon assortimento è un elemento imprescindibile per raggiungere lo stato ottimale di una libreria ed è anche lo strumento attraverso il quale la libreria si dà un'identità; l'obiettivo di questo corso è spiegare il modo migliore per formarlo attraverso le testimonianze di librai, editori, scrittori, giornalisti, senza mai perdere di vista l'importanza di raggiungere e mantenere una adeguata redditività.

Prima giornata:

18 marzo 2019

9.30-10.00	Introduzione di Romano Montroni , Presidente del Centro per il Libro e la Lettura
10.00-11.00	• Le persone oltre i libri • Saper imparare • La libreria del nuovo secolo • Investire in conoscenza • Il segreto è motivare: l'esperienza di James Daunt, Waterstones UK
11.00-11.15	Pausa caffè
11.15-13.00	• La libreria come un'orchestra • Il talento • Il Merchandising
13.00-13.30	<i>Riconoscere l'identità di una libreria</i> Francesca Sforzini , Librerie.coop
13.30-14.30	Colazione
14.30-15.15	<i>Sinergie: dal marketing editoriale al marketing di libreria</i> Monica Albasini , Direttore Marketing Feltrinelli Milano
15.15-16.15	• Attenzione all'assortimento (film, <i>La qualità</i>) • Attenzione al rifornimento: quali danni può provocare?
16.15-16.30	Pausa caffè
16.30-17.45	• Cinque abilità cognitive • Lavorare in team (film, <i>Ogni maledetta domenica</i> – film, testimonianza di Julio Velasco)
17.45-18.15	<i>Il volto della Feltrinelli Editore nel 2019</i> Gianluca Foglia , Direttore editoriale Feltrinelli Editore

Seconda giornata:
19 marzo 2019

9.30-10.00	<i>Cosa un libraio NON deve fare</i> Loriana Ursich , Libreria Antico Caffè San Marco
10.00-11.00	• Come si valuta l'economicità del monte merci: l'analisi della rotazione
11.00-11.15	Pausa caffè
11.15-12.45	• La produttività (film, <i>La motivazione</i>)
12.45-13.30	<i>Assortimento: la qualità a colpo d'occhio</i> Alberto Rollo , Mondadori
13.30-14.30	Colazione
14.30-15.15	<i>Come gestire il capitale umano</i> Sandro Catani , Mercer Italia
15.15-17.45	<i>La qualità come valore irrinunciabile</i> Tavola rotonda – coordina Romano Montroni Andrea Bajani , Bollati Boringhieri Andrea Canobbio , Giulio Einaudi editore Marcella Meciani , Antonio Vallardi Editore Elisabetta Migliavada , Garzanti
17.45-18.15	<i>Solferino: un nuovo progetto editoriale</i> Luisa Sacchi , Solferino Libri

5. LA LIBRERIA COME PUNTO DI RIFERIMENTO: QUALE ATTENZIONE AI SETTORI SPECIALIZZATI?

Romano Montroni, Luca Domeniconi

25 marzo 2019

Una libreria (anche generalista) può e deve prevedere specifici settori di specializzazione, che devono essere caratterizzati da ampiezza e profondità di gamma (marchi editoriali, titoli, fasce di prezzo), servizi (incontri e presentazioni) e competenza di chi gestisce il reparto. Questi settori costituiscono infatti un importante elemento di differenziazione, rispetto alla concorrenza, e di proposta da parte della libreria stessa.

Ma quali potrebbero essere i settori a cui prestare maggiore attenzione e cura negli anni a venire? Sono quelli legati alle trasformazioni di gusti e interessi di un pubblico in continua evoluzione. Per questo sono necessari studio e osservazione costanti, che all'interno del corso si concretizzano attraverso le testimonianze di chi produce – gli editori – e di chi vende – i librai. I primi illustreranno i criteri che li hanno spinti verso determinate scelte produttive; i secondi ci parleranno della gestione pratica dei diversi settori, e di come una gestione accorta possa rendere produttiva la libreria.

9.30-10.00 Introduzione a cura di **Romano Montroni**, Centro per il Libro e la Lettura

10.00-10.30 ***Perché alcuni settori vanno meglio di altri?***
Giovanni Peresson, Ufficio studi AIE – Associazione Italiana Editori

10.30-11.45 ***Cultura del Benessere***
Negli anni si è manifestata sempre di più la tendenza ad abbandonare uno stile di vita frenetico e a riappropriarsi di spazi e ritmi propri. Il panorama editoriale offre una scelta ampia di testi dedicati al benessere e alla cura di sé e il libraio deve sapersi destreggiare al meglio nella scelta di tale assortimento.

Giorgio Gustavo Rosso, Marco Edizioni
Igor Caputo, Libreria Arethusa

11.45-12.00 Pausa caffè

12.00-13.00 ***Diritti e doveri***
Gli editori dedicano molta attenzione al tema “diritti e doveri”, esprimendo preoccupazione per le tensioni sociali del nostro tempo: è il momento di evidenziare una proposta di titoli allo scopo di orientare i lettori su una serie di questioni che attengono alla sfera civica ed etica del nostro vivere.

Anna Gialluca, Editori Laterza
Giovanni Pilastro, librerie.coop Ambasciatori

13.00-14.00 Colazione

14.00-15.00 ***Orto e giardino***
La cura del verde coinvolge un numero sempre crescente di appassionati, che amano circondarsi di piante e fiori o che sono attirati dall'idea di portare in tavola prodotti coltivati da loro. Quale che sia la spinta, sono molti i “pollici verdi” che cercano libri cui attingere informazioni.

Mimmo Tringale, Terra Nuova Edizioni
Silvia Maranelli, Athesia Buch

- 15.00-16.00 ***Letteratura di viaggio***
Gli editori sanno che il viaggio è un tema che da sempre affascina i lettori, sia quelli che in questo periodo di crisi economica si ingegnano per trovare soluzioni per continuare a viaggiare, sia quelli che – almeno per il momento – rimangono a casa. La letteratura di viaggio è un settore da valorizzare!
- Sara Gaiotto**, Ediciclo Editore
Luigi Licci, Libreria Gulliver
- 16.00-17.00 ***Fumetti e Graphic Novel***
Un settore in espansione, al punto che molti editori hanno inaugurato le loro collane e si contendono i migliori fumettisti su piazza per conquistare lettori giovani e meno giovani. La produzione oggi è molto ricca e varia, merita di essere organizzata al meglio su tavoli e scaffali.
- Francesco D’Erminio**, Coconino Press
Laura Mango, Libreria Feltrinelli Duomo
- 17.00-17.30 Considerazioni finali di Romano Montroni
- 17.30-18.00 ***Il progetto editoriale di Ippocampo Edizioni***
Patrick Le Noël, Ippocampo Edizioni

6. L'EDITORIA PER RAGAZZI: LIBRI CHE AIUTANO A CRESCERE (a Bologna, Children's Book Fair, 1-4/4)

Romano Montroni

1 aprile 2019

Nonostante la crisi generale del libro, l'editoria per ragazzi continua a essere in espansione. Obiettivo del corso è rendere consapevoli i librai del grande valore culturale e sociale di questo segmento di mercato, proponendo ipotesi di operatività quotidiana e mettendo in evidenza la produttività e la redditività che ne conseguono.

Si metteranno a confronto due esperienze: da un lato, alcuni editor di importanti sigle editoriali offriranno uno sguardo sulla loro produzione; dall'altro, alcuni librai porteranno la loro esperienza, evidenziando le iniziative di animazione culturale, gli incontri e i laboratori che organizzano per dare identità alla propria libreria.

9.30-9.45	Saluto di benvenuto di Giampiero Calzolari , Presidente della Children's Book Fair
9.45-10.15	<i>I dati del mercato dell'editoria per ragazzi in Italia</i> A cura di Ricardo Franco Levi
10.15-10.45	<i>La gestione attiva di un settore ragazzi in una libreria di varia</i> Manuela Sabbioni , libreria.coop Ambasciatori
10.45-11.00	Pausa caffè
11.00-11.30	Incontro con gli scrittori Federico Taddia e Pierdomenico Baccalario <i>Il manuale delle 50 (piccole) rivoluzioni per cambiare il mondo</i>
11.30-13.30	<i>Come essere indipendenti in un mercato che cambia</i> Testimonianze di: Alessia Napolitano , Libreria Radice Labirinto Cristina Spallanzani , Libreria Semaforo Blu
13.30-14.30	Colazione
14.30-16.00	<i>Nuove prospettive dell'editoria per ragazzi</i> Tavola Rotonda – coordina Romano Montroni Daniela Gamba , Feltrinelli Kids Della Passarelli , Sinnos Editrice Giacomo Spallacci , Editoriale Scienza
16.00-16.30	<i>Il progetto editoriale di Topipittori</i> Paolo Canton , Topipittori
16.30	Romano Montroni Considerazioni finali

7. IL DISTRIBUTORE PARTNER DELLA LIBRERIA (al centro distributivo Ceva)

Angela Di Biaso

15 aprile 2019

Nel rapporto tra libraio e fornitore, la distribuzione è il lato vicino al più libraio, è il servizio centrale per un efficace svolgimento dei flussi, è il cuore del mercato e ne permette lo sviluppo. Chi si occupa di distribuzione ama i libri, li sa maneggiare, ne riconosce il valore e la qualità. Conoscere la distribuzione, capire come funziona la logistica, vedere come vengono lavorate le rese, assistere alla lavorazione di un lancio, comprendere quanta complessità ci sia dietro la preparazione di un collo di rifornimento significa avere gli strumenti per interagire al meglio con i fornitori, capire come affrontare le problematiche sulle consegne e sulle rese. Oltre alla tecnologia, avanzata e industrializzata, c'è la cura, l'attenzione al dettaglio, l'innovazione continua. La distribuzione non si conclude con la consegna in libreria, ma si conclude con successo quando un libro viene comprato e pagato, con meno successo quando un libro viene reso ma comunque puntualmente accreditato.

In questa giornata visiteremo l'impianto della Città del Libro e ascolteremo le testimonianze di attori con ruoli e punti di vista differenti, ma senz'altro accomunati dallo spirito di servizio verso il libraio e appassionati di distribuzione nel senso più ampio del termine.

9.00	Incontro con gli allievi in Stazione Centrale Partenza per il centro distributivo CEVA (Stradella, PV)
10.30-10.45	Introduzione Angela Di Biaso , Messaggerie Libri
10.45-11.45	Visita al centro distributivo La Città del Libro Con Pino Omodei Salé , Messaggerie Libri, Alessandro Bonacina , Massimo Pisati , Messaggerie Libri e Riccardo Rodriguez , Rizzoli Libri
12.00-13.30	La distribuzione del libro Angela Di Biaso , Messaggerie Libri e Filippo Guglielmone , Gruppo Mondadori
13.30-14.30	Colazione
14.30-15.15	La promozione del libro Claudio Fanzini e Mauro Frigerio , Emmepromozione
15.15-16.00	Il progetto editoriale di Franco Cosimo Panini Editore Laura e Teresa Panini , Franco Cosimo Panini Editore
16.00	Partenza per Milano Arrivo in Stazione Centrale previsto per le 17.30

8. I CLIENTI SODDISFATTI SONO I CLIENTI MIGLIORI: RIFLESSIONI SUL SERVIZIO

Romano Montroni

29 aprile 2019

La libreria, intesa come luogo di incontri e relazioni, possiede una dimensione umana irrinunciabile. Nell'attuale congiuntura economica, i comportamenti dei clienti-lettori, una delle principali risorse della libreria, possono cambiare. Per fidelizzarli e attrarne di nuovi, la qualità e l'organizzazione del servizio sono quasi sempre decisivi.

L'obiettivo del corso è spiegare come sviluppare un insieme di strategie e strumenti volti a preservare il cliente-lettore, oggi sempre più "infedele" e tentato dalla crescita della concorrenza tra formule diverse di librerie. Il corso, partendo da un esame dei comportamenti di scelta del punto vendita e dei comportamenti d'acquisto al suo interno, induce a riflettere sul rapporto costi-benefici di un servizio di qualità. Al tempo stesso, propone diversi casi di eccellenza nel servizio e offre una serie di strumenti da usare nell'operatività quotidiana.

9.30-10.00 Introduzione di **Romano Montroni**, Presidente del Centro per il Libro e la Lettura

- Il servizio al cliente (film *Ogni maledetta domenica*)

10.00-10.30 ***L'attenzione al servizio in libreria***
Valeria Cavallaro, Librerie Feltrinelli Pasubio

10.30-11.00 ***La percezione del servizio***
Vittorio Graziani, Libreria Centofiori

11.00-11.15 Pausa caffè

11.15-11.45

- La psicologia del cliente
- Quanto costa perdere un cliente

11.45-12.45 ***Il ruolo delle emozioni nel servizio***
Valeria Locati, psicoanalista

12.45-13.30 ***Il valore del gioco di squadra***
Mina Fiorio, ex cestista

13.30-14.30 Colazione

14.30-15.30 ***La libreria che vorrei***
Silvia Meucci, agente letterario

15.30-16.30 ***Un'opinione sul servizio al cliente***
Chiara Moscardelli, Baldini+Castoldi

16.30-16.45 Pausa caffè

16.45-17.30 ***La libreria delle meraviglie***
Claudia De Lillo, scrittrice

17.30-18.00 ***Il progetto editoriale di NN Editore***
Serena Daniele, NN Editore

9. I SOCIAL NETWORK SALVERANNO LE LIBRERIE?

Luca Domeniconi – in collaborazione con le librerie Ubik

6 maggio 2019

Per una libreria, e in particolare per una libreria indipendente, oggi è imprescindibile essere presente sui Social Network. Per presidiare efficacemente questo spazio – che è uno spazio aperto, ma soggetto a regole ben precise – è necessario conoscerne a fondo le prerogative tecniche e lo specifico linguaggio: una pagina Facebook aggiornata, un account Twitter reattivo, un feedback Instagram ricco e vivace possono rapidamente evolvere in altrettanti canali, importantissimi per definire posizionamento e identità della propria libreria, oltre a rappresentare un volano di straordinaria efficacia per aggregare e coinvolgere comunità di potenziali clienti.

9.30-10.00	Introduzione Luca Domeniconi , IBS.it
10.00-11.45	<i>L'importanza del Social Media Marketing</i> Alessandro Magno , GeMS – Gruppo editoriale Mauri Spagnol
11.45-12.00	Pausa caffè
12.00-13.30	<i>La gestione di Facebook: linee guida e advertising</i> Isabella Raggi , Ubik e Matteo Baldi , Social Media Manager IBS.it
13.30-14.30	Colazione
14.30-16.30	Facebook, Instagram e altri canali social Isabella Raggi , Ubik, Matteo Baldi , IBS.it e Giorgia Russo , IBS.it
16.30-17.30	<i>Le testimonianze dei librai</i> Serena Casini , Libreria La libreria volante e Giulio Saltarelli , Libreria all'Arco
17.30-18.00	<i>Come un editore utilizza i Social Network: l'esperienza di NN Editore</i> Alberto Ibba , NN Editore

10. RESPONSABILE DI LIBRERIA: MODI DI ESSERE E DI FARE

Romano Montroni

20 maggio 2019

All'interno di una libreria, la funzione del direttore è fondamentale: per gestire bene deve saper impostare il gioco di squadra stabilendo competenze, ruoli e rapporti tra ruoli; deve inoltre saper motivare il gruppo attraverso la condivisione degli obiettivi, nella consapevolezza che il successo non lo si possiede una volta per tutte, ma deve essere mantenuto attraverso l'attenzione costante a quello che accade intorno, una mentalità aperta all'apprendere e coraggio di cambiare. Il corso fornisce ai responsabili di libreria una serie di strumenti per svolgere al meglio il proprio compito, focalizzando l'attenzione sulla valorizzazione delle risorse umane, la capacità di guidare il gruppo e l'organizzazione della libreria.

9.30-10.00	Introduzione di Romano Montroni , Presidente del Centro per il Libro e la Lettura
10.00-11.30	• Il successo del responsabile • La politica del personale e la pianificazione delle carriere
11.30-11.45	Pausa caffè
11.45-12.15	<i>Come coordinare con efficacia</i> Alessandro Cioppi , Librerie.coop
12.15-13.15	• Leadership forte con valori
13.15-14.30	Colazione
14.30-15.15	• La psicologia del responsabile (film, <i>Full Metal Jacket</i>)
15.15-16.00	<i>Coordinare il lavoro</i> Giuseppe Morici , Bolton Food – Bolton Group
16.00-16.45	• Undici regole • La gestione del tempo
16.45-17.15	<i>Mangiare meglio pe digerire meglio</i> Eleonora Buratti , sociologa aziendale
17.15-18.00	<i>La psicologia del leader</i> Mario Vittorangeli , psicoanalista
18.00-18.30	<i>Il progetto editoriale di La nave di Teseo</i> Elisabetta Sgarbi , La nave di Teseo