



TRENDSETTER

Piccolo libraio batte grande critico

di Leonardo Martinelli

La sua libreria non è in centro. Ma a una mezz'ora di treno da Parigi, a Saint-Maur-des-Fossés. Eppure sono numerosi i "cittadini" che migrano in periferia per sapere cosa consiglia Gérard Collard fra le ultime novità editoriali di Francia. «Di sicuro *Inverno a Madrid* di C. J. Samson. E poi *Les morsures de l'amour*, il nuovo romanzo di Michel Monnereau», assicura il nostro, una specie di folletto che dorme poco, «per questo ho tanto tempo per leggere».

Se volete, vi mette anche in guardia da possibili delusioni, vedi i libri di Philippe Sollers («non sa scrivere») o Olivier Adam, l'idolo dei *bobo*, i borghesi *bohémien* («basta con questi scrittori che si guardano l'ombelico»). Ha aperto la sua libreria, *La griffe noire*, vent'anni fa, quando nel settore regnavano incontrastati la Fnac e gli altri supermercati del libro. Poi, però, lui e altri *marchands de livres* hanno iniziato a farsi un nome, a consigliare le letture estive a tribù di amici, perfino a passare sugli schermi televisivi. Sì, il fenomeno del piccolo libraio superstar oltre a Collard, ad esempio, Karine Henry (la trovate a *Comme un roman...*) o Marie-Rose Guarnieri (*Librairie des Abbesses*). Hanno iniziato a scrivere rapidi commenti su foglietti infilati dentro ai testi esposti, un'abitudine ormai diffusa in quasi tutte le librerie della città. Certe volte stroncando autori di grandi case editrici. Non solo: Collard scaraventa i libri "peggiori" in un wc a disposizione di tutti.

«Scrivo quei commenti e parlo ai miei clienti con un linguaggio semplice, quotidiano, al pari della gente della strada. Io voglio attirare chi normalmente non legge», precisa Collard. Che non ha fatto studi di letteratura, né è stato professore di francese («anzi, malgrado gli insegnanti che ho avuto a scuola, amo i libri»). Ovviamente Collard e compagnia sono odiati dai critici di giornali e riviste, che si vedono negare inviti alle trasmissioni tv per far posto al piccolo libraio superstar del momento. Anche solo mediante la propria libreria, riferimento di vasti bacini di lettori curiosi, si può determinare il successo di un illustre sconosciuto o il flop di uno dei favoriti dal sistema editoriale. «I libri che arrivano sul mercato sono davvero troppi - conclude Collard - e ce ne sono di sempre più validi. Il pubblico, però, non può crescere in maniera esponenziale. Bisogna fare una scelta. Drastica». Lui e i suoi colleghi (temuti, indipendenti, appassionati) non aspettano altro. ●