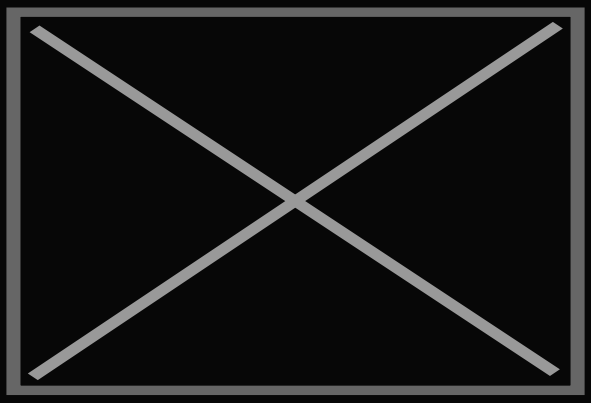
Nuova vita per i caffè letterari

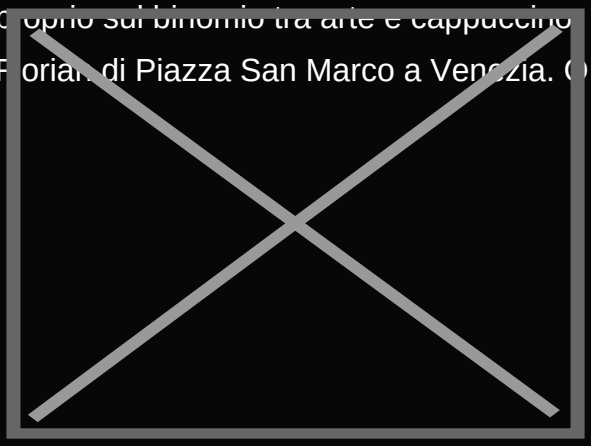
designlibrary-cafe-dadc8bf4

Scegliere un buon libro e conoscerne l’autore, scambiare commenti e idee, venire in contatto con le nuove tendenze che ritmano il mondo dell’arte. Il tutto sorseggiando una bevanda in un’atmosfera rilassante. è la formula del caffè letterario, un bar dove insieme a cappuccino, tè e brioche si può anche “assaggiare” un romanzo o “gustare” quadri e sculture.
L’idea non è certo nuova: nato alla fine del Settecento, il caffè letterario ha rappresentato infatti un punto di aggregazione cruciale nella vita culturale e sociale del secolo successivo e della prima parte del Novecento.
I giovani artisti di allora, non ancora famosi, lo avevano eletto a luogo privilegiato dove ammirare la produzione dei personaggi più illustri e magari sperare di eguagliarli per fama.



In questi locali nacquero movimenti socio-culturali, opere e idee in tema di pittura e scultura, che sono arrivati a dare vita a rivoluzioni culturali come il Futurismo, l’Ermetismo e le Neoavanguardie, solo per citarne alcune.
Al boom economico del Dopoguerra corrispose però una fase meno vivace per questi bar al servizio dell’arte.
Che oggi sono invece tornanti nuovamente di tendenza: il vecchio format sembra infatti vivere in questi ultimi anni una nuova giovinezza. Piace infatti la possibilità di scegliere un volume, magari dietro il consiglio dello stesso gestore, tra i titoli di archivi che di norma comprendono circa 200-300 libri. Piace l’opportunità di assistere alla presentazione di libri e opere da parte degli autori o di critici e docenti accreditati. Piace ancora l’eventualità di potere acquistare direttamente le opere nel locale.

Su questi presupposti si basa dunque il successo che continuano a “incassare” locali storici fondati proprio sul binomio tra arte e cappuccino come l’Antico Caffè Greco di via Condotti a Roma e il Caffè Florian di Piazza San Marco a Venezia. O come le Giubbe Rosse di Firenze.



Sorto nella centralissima piazza Vittorio (oggi piazza della Repubblica) alla fine del XIX secolo con la demolizione del cosiddetto vecchio ghetto, questo locale ha visto passare tra le proprie stanze premi Nobel per la Letteratura quali Montale e Quasimodo.

Il profilo dei clienti

E oggi continua a rappresentare un esempio tangibile di quanto questa formula continui ad essere apprezzata. «Occorre però - afferma Claudio Catalani, uno dei soci del locale - proporre sempre contenuti validi. Questo è infatti un elemento indispensabile che, nel nostro caso, ci ha permesso di attrarre nel tempo un pubblico molto competente. Un pubblico composto per lo più da persone di età piuttosto matura, anche se molto dipende dalle “rubriche” che proponiamo di volta in volta: per esempio, il nostro concorso letterario istantaneo, che richiede ai partecipanti la creazione di un mini-racconto di sole 6 parole, ha ricevuto una calda accoglienza anche da una platea più giovane, di età compresa tra i 30 e i 40 anni». Va tuttavia detto che alla buona riuscita della “ricetta delle Giubbe Rosse” contribuisce anche un altro ingrediente, la sua posizione strategica, «benché da qualche anno - osserva Catalani - i fiorentini stiano vivendo un periodo di disaffezione verso il centro città, considerato scomodo perché non raggiungibile in auto. Un fenomeno, questo, che si fa sentire soprattutto durante l’inverno e che cerchiamo di contrastare inventando appuntamenti sempre nuovi, capaci di stuzzicare l’interesse dei clienti. Penso, per esempio, alle “cene ad arte” che, coniugando un menu toscano ad eventi culturali, hanno raccolto un significativo gradimento». è tuttavia importante anche non tralasciare neppure la promozione attraverso i canali di comunicazione. «A questo proposito - spiega Catalani - abbiamo dato vita a un canale Youtube dove sono visibili sia le puntate della trasmissione dedicata ai nostri eventi realizzata per la rete digitale di Pisa Canale 50, sia quelle del programma bisettimanale in onda sul canale toscano Tvr. E, per informare sugli appuntamenti legati a letteratura, fotografia e pittura, utilizziamo anche la nostra pagina Facebook».

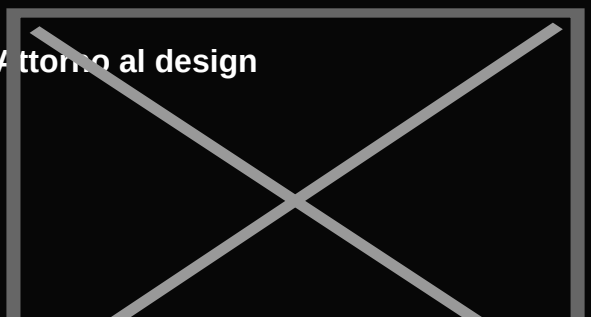
Oltre la tradizione



Il fenomeno dei caffè letterari non riguarda però solo i casi consolidati. Complice una trasformazione “trendy” del nome - oggi si preferisce parlare di book bar o library cafè - la formula si dimostra efficace anche in contesti diversi e inaspettati. Contesti frequentati da un pubblico giovane che, almeno sulla carta, poco sembrerebbe avere a che spartire con libri, musica e quadri.

E’ questo il caso del Caffè Letterario Lecce: nato nel 2000 come associazione culturale fondata da Marica e Paolo La Peruta, nell’agosto del 2006 si è trasformato in un pub/caffetteria a tutti gli effetti. Quindici tavoli e una cinquantina di posti a sedere, il Caffè offre ai propri ospiti una ricca caffetteria, una ricercata selezione di infusi, tè e tisane, un menu sfizioso e una generosa carta dei vini. Il tutto accompagnato da una vasta scelta di libri, riviste e fumetti da consultare liberamente e da una rassegna artistica, che prevede concerti, performance teatrali, mostre, presentazioni editoriali, letture, corsi e altre attività culturali. «Quando tredici anni fa decidemmo di intraprendere questa avventura - racconta Marica La Peruta - scegliemmo Lecce perché la consideravamo la città della Puglia che meglio poteva comprendere ed apprezzare il progetto. E così è stato: dopo un inizio piuttosto faticoso che ci ha visto costruire un’offerta di eventi legata a pittura e letteratura sulla scorta della collaborazione stretta con la casa editrice La Manni, il nostro Caffè è riuscito a conquistare una clientela giovane e dinamica che ci accompagna con costanza e fedeltà da molti anni. Oggi possiamo contare su uno “zoccolo duro” di affezionati trai i 30 e i 40 anni, cui si è aggiunto un corposo gruppo ancora più giovane, di universitari. Senza contare che abbiamo potuto beneficiare anche dell’esplosione vissuta negli ultimi anni dal Salento sotto il profilo turistico grazie alla quale abbiamo ricevuto “in dote” un ulteriore flusso di avventori». Fondamentale per la riuscita dell’iniziativa è stata però la scelta del locale. «Al contrario di quanto si potrebbe pensare - continua La Peruta - non abbiamo avuto bisogno di grandi spazi: 80 mq sono sufficienti. Imprescindibile invece è la collocazione in una zona centrale che nel nostro caso corrisponde a una via frequentata, giusto alle spalle della cattedrale».

Attorno al design



Milano. Nella cornice di uno dei più suggestivi scorci della centralissima zona di via Tortona,la biblioteca diventa un luogo di ritrovo dove godere ogni sera un aperitivo nello storico spazio verde della Fabbrica dei Giardini approfittando del bistrot permanente allestito nei mesi più caldi. «Ispirata a un concept ideato e realizzato su progetto di James Irvine e Maddalena Casadei che ricorda molto lo stile newyorkese sia per i suoi colori freddi e lo stile minimale, sia per la commistione con i libri - racconta Stefania Silvestri, segretario di DesignLibrary Associazione Culturale - Designlibary è la prima biblioteca italiana dove è possibile consultare libri, riviste e pubblicazioni internazionali su design, arredamento, fotografia, comunicazione, food e graphic design; ma qui vengono anche organizzati dibattiti, mostre, incontri. Si tratta, insomma, di uno spazio polifunzionale, che si unisce e collabora sinergicamente con il Cafè». Uno spazio che ha dimostrato di saper conquistare non pochi clienti. «DesignLibrary conta quasi 1.900 soci attivi che rappresentano un pubblico molto variegato: si spazia dagli studenti - non necessariamente di design - agli architetti, passando per liberi professionisti e giornalisti. E sono spesso loro a essere i maggiori frequentatori del Cafè, presso il quale in qualità di associati godono di un modesto sconto del 15% durante le ore di apertura della Library».
La tradizione insomma guarda avanti. Si tratta solo di lasciare spazio alla fantasia.