

# **In margine al libro**

**L'industria editoriale libraria  
e le librerie indipendenti**

a cura de I Librivendoli  
e della redazione di LN LibriNuovi

*Abbiamo qui raccolto una serie di articoli apparsi sulla Rivista LN LibriNuovi nel periodo compreso tra l'autunno 1996 e l'inverno 2004.*

*Crediamo abbiano costituito, nel loro costante riferimento alla situazione commerciale e distributiva del libro in Italia, una prima introduzione ai problemi che tuttora il settore editoriale librario ha di fronte e presentino un quadro di insieme in termini di dati, cifre e osservazioni utile per una riflessione non superficiale sullo «stato» del libro in Italia.*

*Quando si è trattato di decidere se pubblicare nel sito il materiale il nostro principale timore era che testi e osservazioni risultassero, a distanza di un decennio, ormai definitivamente superate e anacronistiche.*

*Per fortuna (o purtroppo?) non è così.*

*Viene quasi da pensare che la situazione del libro in Italia – e forse non soltanto del libro – sia destinata a logorarsi senza mai giungere a un punto di svolta, a una crisi profonda e definitiva che obblighi i principali attori del settore a interrogarsi sul futuro dell'industria editoriale italiana e a cercare possibili elementi di rinnovamento e rinascita.*

*Se l'apparente calma piatta permette anche alle piccole realtà (librerie ed editori) di resistere e sopravvivere, anche se a costo di fatiche, rinunce, superlavoro e autosfruttamento, manca qualsiasi progetto o disegno per il futuro. Il libro rischia così di perdere terreno come strumento di comunicazione, approfondimento, riflessione e intrattenimento, senza peraltro aver trovato un degno sostituto.*

*Il disinteresse fin qui dimostrato da chi è chiamato ad articolare una politica del libro per il futuro del nostro paese è forse una delle migliori prove dell'inadeguatezza della classe politica italiana nel suo insieme.*

*Speriamo sinceramente che la primavera del 2006 possa diventare il punto di partenza per una nuova stagione di progetto per il libro e la lettura.*

*Lo speriamo, ma senza ottimismo.*

*La redazione di LN LibriNuovi*

#### **Articoli e interventi di:**

I Librivendoli (Massimo Citi, *libreria CS*, Torino, Rocco Pinto, *libreria La Torre di Abele*, Torino, Silvia De Vecchi, *libreria La Città del Sole*, Torino)

Alfredo Salsano

Cybermanuzio

Daniele Giovanardi

Rocco Pinto

Massimo Citi

Silvia Treves

Il Viaggiatore

## Indice articoli

### PRIMA PARTE:

- 5            *Redazione LN*, **LibriNuovi: da lettori irriducibili a lettori (r)esistenti** (da LN speciale librerie, primavera 1999)
- 8            *I Librivendoli: Marzo-Maggio 1999. Librerie Indipendenti: le ragioni per (r)esistere* (da LN speciale librerie, primavera 1999)
- 11           *Massimo Citi*, **La libreria No Future** (da LN 38/zero, inverno 1996)
- 15           *Massimo Citi*, **Compiti a casa** (da LN 2, estate 1997)
- 19           *Massimo Citi*, **Crepare d'abbondanza**. Ovvero: della morte dell'editoria per eccesso di pubblicazione (da LN 3, autunno 1997)
- 22           *Rocco Pinto*, **Le letture del libraio**. Il mestiere del libraio e la sua formazione culturale e professionale (da LN 3, autunno 1997)
- 25           *Massimo Citi*, **Ci pensiamo un'altra (s)volta**. Paperone Qfwfq e i bilanci degli editori (da LN 6 estate 1998)
- 28           **Intervista a Giuliano Vigni** – da [www.alice.it](http://www.alice.it) (febbraio 1998)
- 32           *I Librivendoli: Vivere vendendo (e leggendo) libri* (da LN 7, autunno 1998)
- 35           *I Librivendoli: L'importante è far finta di nulla* (da LN 8, inverno 1998)
- 39           *I Librivendoli: Libri subito o mai più*, una risposta a Luciano Mauri (da LN 9, primavera 1999)
- 43           *I Librivendoli: La cultura della rotazione* (da LN 12, inverno 1999)
- 46           Dalla prefazione di *Alfredo Salsano* al libro *L'Editoria senza editori* di André Schiffrin

### SECONDA PARTE:

- 49           *Rocco Pinto*: **Rottamiamo le promozioni!** (da LN 13, primavera 2000)
- 54           *Massimo Citi*: **Tirature: quando le librerie?** (da LN 13, primavera 2000)
- 59           *I Librivendoli: Slow Book*. Come si costruisce un Arcipelago (da LN 14, estate 2000)
- 60           *Cybermanuzio*: **Parlare per parlare, scrivere per scrivere** (da LN 14, estate 2000)

- 63 *Daniele Giovanardi: **Un commesso viaggiatore al Salone di Parigi*** (da LN 14, estate 2000)
- 64 *Massimo Citi: **Il prezzo della lettura*** (da LN 15, autunno 2000)
- 71 *Alfredo Salsano: **Book o e-Book*** (da LN 15, autunno 2000)
- 73 *I Librivendoli: **A sud del libro**. Librerie, editori ed intervento pubblico nel mezzogiorno italiano* (da LN 16, inverno 2000)
- 78 *Cybermanuzio: **Arrivano i loro!!*** (da LN 16, inverno 2000)
- 81 *Massimo Citi: **Febbraio 2001: la legge sul libro*** (da LN 17, primavera 2001)
- 82 *Cybermanuzio & Il Viaggiatore: **Protagonisti e comparse**: piani di sviluppo e censura del mercato* (da LN 17, primavera 2001)

TERZA PARTE:

- 87 *I Librivendoli: **I molti destini del libro*** (da LN 19, autunno 2001)
- 92 *Massimo Citi: **Editoria libraria, un anno da dimenticare*** (da LN 24, inverno 2002)
- 97 *Massimo Citi: **Linea di galleggiamento. Il libro tra crisi e resa*** (da LN 27, autunno 2003)
- 102 *I Librivendoli: **Libri contro libri, che guerra è?*** (da LN 30, estate 2003)
- 117 *Massimo Citi: **La sameness e la libreria*** (da LN 32, inverno 2004)

**Silvia Treves**

Forse lo sapete già, ma LN-LibriNuovi è nata molti anni fa (era il 1987) come impresa comune di un gruppo di lettori, clienti e soci di una cooperativa libraria: la CS- Cooperativa Studi.

Qualche anno fa, dopo un lungo rodaggio durante il quale altri lettori si sono aggregati a noi, offrendo nuove competenze e nuovi punti di vista, ci siamo sentiti più forti, abbastanza da diventare una vera, anche se piccola, rivista, indipendente e presente anche in altre librerie, che resta legata da rapporti di amicizia e di collaborazione con la CS, il nostro editore

La nostra esperienza positiva potrebbe essere semplicemente una storia simpatica, che riguarda soltanto chi l'ha vissuta e continua a farne parte. Invece, con i tempi, che corrono è una testimonianza di resistenza, la dimostrazione che un'iniziativa collettiva con un chiaro interesse (leggere e discutere di libri) e rifiuti altrettanto netti (non siamo soddisfatti di come se ne scrive e se ne parla in giro) può riuscire, anche se l'obiettivo (produrremo da soli una rivista «diversa» e più soddisfacente) può apparire sproporzionato alle forze.

Al di là delle nostre specificità (una redazione iniziale di formazione prevalentemente scientifica: grande interesse per le letterature di genere... ) credo che le nostre carte vincenti siano state:

1. un insieme di competenze e interessi molto vario (tra noi vi sono biologi, medici e operatori sanitari, insegnanti di varie discipline, ingegneri, chimici, una laureata in giurisprudenza, una laureanda in filosofia teoretica, una linguista ecc), difficile da armonizzare all'inizio ma, per sua stessa natura, aperto e possibilista. Tanto da consentirci di integrare senza scosse nuove entrate, nuove collaborazioni, contributi centrati sull'attualità e non esclusivamente sui libri. Essendo nati all'ombra di una cooperativa libraria, l'interesse per il libro anche come prodotto era scritto nel nostro codice genetico: molto presto abbiamo cominciato a ospitare interventi di «esperti» (ovvero librai, traduttori, ecc) fino a farne una presenza stabile e caratterizzante delle nostre pagine.

La mancanza di redattori esperti, un'apparente debolezza, si è rivelata invece una preziosa peculiarità: siamo dilettanti specializzati soltanto in lettura. Questo non ci esime dalla professionalità. Considerare i lettori più ingenui, faciloni, di bocca buona degli esperti è un pregiudizio (oltre che un errore commerciale). E dilettantismo non è sinonimo di pressapochismo – o almeno non dovrebbe esserlo. Non lo è, comunque, nel nostro caso. Sicuramente le nostre recensioni sono discutibili come quelle di chiunque altro, una recensione riflette sempre e comunque, i

gusti e le esperienze del recensore. Ma lavoriamo seriamente, leggiamo i libri dall'inizio alla fine, ci documentiamo, partecipiamo a seminari di lettura.

Essere non esperti, dilettanti, significa fare per passione, in questo caso pretendere di provare piacere leggendo. Da dilettanti siamo più esigenti e abbiamo meno obblighi, non conosciamo e non vogliamo difendere, nemmeno inconsapevolmente ambienti, amici, privilegi di casta. Mantenere comunque la dimensione ludica del nostro impegno è fondamentale, abbiamo cominciato divertirci insieme – anche fare bene un lavoro può essere divertente – vogliamo continuare così.

2. La seconda caratteristica è, credo aver dato una risposta apparentemente stravagante ad un problema serio. È innegabile che in Italia troppo spesso si parli di libri in maniera accademica, poco stimolante, che le recensioni siano scritte da addetti ai lavori per altri addetti ai lavori, che le polemiche spesso travalichino il tema dichiarato, toccando aspetti più generali da cui chi legge si sente inevitabilmente tagliato fuori. Invece di limitarci a mugugnare noi abbiamo deciso di creare un prodotto più soddisfacente. Abbiamo imparato facendo, naturalmente... iniziare non è stato così difficile come renderci visibili: se adesso il nome LN-LibriNuovi comincia a riscuotere qualche «Ah, sì, ne ho sentito parlare» invece di un perplesso «Cos'è?» lo dobbiamo alla nostra tenace incoscienza, e all'interesse dei non pochi lettori che ci hanno incontrato strada facendo e hanno parlato in giro di noi. Questo ci ha dimostrato chiaramente che per costruire qualcosa – in termini di persone oltre che di strutture – è necessario innescare processi, tessere contatti, suggerire, far incontrare gente, ascoltare gli altri. Tutte cose lunghe, che non danno risultati immediati ma che, quando funzionano, creano qualcosa di duraturo, una sorta di effetto valanga.

Tutto ciò che ho detto: interessi comuni, rifiuti netti, obiettivi chiari, risposte originali a problemi apparentemente insolubili, effetto valanga, sono le cose di cui avrebbero bisogno i librai (r)esistenti per affrontare (e spuntare qualche vittoria) contro il Godzilla della Grande Distribuzione.

Le dimensioni contano, ricordavano le locandine del film Godzilla.... ma tutti i colossi hanno qualche punto debole.

Noi di LN-LibriNuovi possiamo offrirvi qualcosa di più della nostra solidarietà: i lettori non sono un anello da poco, lo sapete, senza di noi, il comparto librario non esisterebbe. Noi di LN siamo lettori resistenti: lo abbiamo dimostrato tenendo in vita per anni una rivista completamente priva di pubblicità che si autofinanzia completamente con gli abbonamenti e le vendite.

Ciò che LN può offrirvi è uno spazio stabile, pagine che ospitino vostri interventi di riflessione, di proposta, vostri pareri e suggerimenti. E LN on line potrebbe essere, invece, la forma più veloce per diffondere e sottoporre a librai e lettori proposte di discussione. La rivista in carta e quella in rete potrebbero diventare lo strumento

che ora non avete ancora per dialogare da lontano, per farvi ascoltare da altri librai e dai lettori.

Ci tengo a sottolineare che non siamo disponibili a diventare la rivista «sindacale» – sia pure alternativa – di un gruppo di librai, nè ad ospitare inserti. Vogliamo continuare semplicemente a fare ciò che già stiamo facendo, parlare di libri, parlarne da ogni punto di vista, difendere la nostra possibilità di continuare a scegliere e a trovare i libri.

## **Librerie Indipendenti: le ragioni per (r)esistere**

---

### **I Librivendoli**

Quando è nata l'idea di questa rubrica sui problemi commerciali del libro, ci siamo posti, tra i primi, il problema della firma e, insieme, quello di battezzare la rubrica in modo facilmente identificabile dai lettori della rivista.

Abbiamo lungamente brancolato nel buio, passando per soluzioni via via banali, enfatiche o ambigue, fino a quando non ci sono tornate in mente le immortali parole di Marco Polillo quando era ancora manager mondadoriano (e prima di diventare Polillo editore), pronunciate nel corso di una seduta della scuola librai di Venezia: «I librai non possono avanzare il diritto di non acquistare le novità (almeno di Mondadori, n.d.r.) perché sono frutto di investimenti per loro insindacabili».

Si è fatta così la luce nelle nostre menti anebbiolate: se non possiamo scegliere cosa comprare ci troviamo a essere automaticamente retrocessi al ruolo di venditori ambulanti che trasportano merci di altri e che saranno a sera bastonati se la vendita della giornata è insufficiente. Qualsiasi cosa...vendoli, in sostanza. Librivendoli, nel nostro caso.

Trovato il nome il resto è stato più facile. Le dichiarazioni di intenti, le riflessioni, gli interventi e le politiche dei giganti editoriali e distributivi – anche quando non sono autocaricaturali come quelle della Mondadori – offrono infinite risorse a chiunque voglia dedicarvi un po' di tempo, facendosi domande pericolose come: «Ma a cosa serve?», «Ma a chi serve?», «Che tipo di mercato presuppone?», «Come faremo noi librai a cavarcela?»

E così la rubrica si alimenta da sé, anzi faticiamo a mantenerla nello spazio offerto dalla rivista, tante sono le occasioni che ci vengono offerte.

Scriviamo per gli altri colleghi, naturalmente, ma soprattutto scriviamo per i lettori, coloro che in altri settori merceologici verrebbero definiti «i consumatori», per informarli, metterli sull'avviso, se necessario per allarmarli. Cerchiamo di ragionare su prezzi e disponibilità, ci sforziamo di chiarire i molti punti oscuri dell'attività commerciale/distributiva, sveliamo retroscena più o meno confessabili, sfatiamo convinzioni errate ma secolari sul nostro lavoro.

E l'interesse non manca, anzi. I lettori sono affascinati, incuriositi, ammaliati dalla possibilità di dare una sbirciatina all'officina del libro, anche se, duole riconoscerlo, nella maggior parte dei casi denunciano un pericoloso idealismo, ossia la fermissima e candida convinzione che la logica economica corrente non si applichi ai libri.

E invece si applica, ne siamo certi, anzi noi pensiamo che stia occupando anche spazi che non gli competono fino a minacciare da vicino taluni aspetti unici e preziosi della merce-libro: la sua qualità formale, la sua reperibilità, la sua unicità e originalità, persino la sua libera circolazione.

Sappiamo alla perfezione che il libro è un prodotto ambiguo, diviso tra la sua natura merceologica di prodotto industriale e la sua vocazione di oggetto immateriale, e non siamo tanto sprovveduti da credere che possano esistere libri che non producono un profitto, sia pur simbolico. Ma siamo ugualmente convinti che l'irruzione nel mondo del libro di logiche manageriali di corto respiro non potrà che recare danni irreparabili.

I sintomi non mancano: mentre aumentano i libri autoprodotti anche di buona qualità (si pensi alla recente trilogia *Il posto Italia* pubblicata a proprie spese da Sergio Astrologo) ampie sezioni di cataloghi di grande valore – e non soltanto storico – vengono mandati d'ufficio in esaurimento, in omaggio a una logica aziendale generalista che sogna librerie tutte uguali e lettori seriali.

Al malessere di librai e lettori si risponde con l'offerta del libro stampato a richiesta, trasformando così un'opportunità offerta dalla tecnologia più avanzata in un cortocircuito logico nel quale il libro di qualità e il libro autoprodotti finiscono per assumere la stessa sostanza di oggetti per svitati collezionisti o per eccentrici.

Ma è la logica stessa del commercio a mutare, a divenire sempre meno ospitale per le piccole e medie imprese.

Maggio 99: è appena entrata in vigore una nuova legge sul commercio appositamente ritagliata sulle esigenze della grande distribuzione e che non mancherà di creare ulteriore disagio, logorio, autosfruttamento, stanchezza, disaffezione. Tra le future vittime del nuovo credo aziendalista della sinistra italiana ci sono certamente anche molte piccole e medie librerie, che già ora, schiacciate tra l'iperproduzione editoriale, la centralizzazione della distribuzione e la drammatica recessione in atto resistono sul mercato solo a prezzo di ritmi di lavoro concitati e orari massacranti.

Con gli anni '90 la fase espansiva del mercato del libro in Italia si è definitivamente chiusa e l'intero comparto ha imboccato la strada di una stagnazione che di giorno in giorno, nonostante tutti i tentativi di mascheramento, si trasforma in recessione.

Logica conseguenza è la scelta, da parte della grande editoria, di strategie difensive: ridurre l'eposizione, azzerare gli oneri finanziari, snellire i magazzini, tagliare i costi, ridurre il personale, eliminare ogni forma di elasticità di credito.

La riduzione del numero di punti vendita e insieme la scelta di privilegiare le librerie di catena, la grande distribuzione, la vendita diretta anche attraverso Internet sono snodi perfettamente coerenti a questo nuovo progetto di editoria, l'editoria veloce.

I connotati di ciò che definiamo come «editoria veloce» li abbiamo, in quanto librai, sotto gli occhi tutti i giorni: un numero esorbitante di titoli, tirature ridotte all'osso,

scarsa disponibilità di titoli richiesti per il rifornimento, centralizzazione dei magazzini con stock insufficienti alle richieste, controlli di qualità scadenti, serializzazione della produzione.

«... Il ritmo di vita dei libri, che escono ormai nella quantità di 140 titoli al giorno, e sono in maggioranza veri e propri fast books che non resistono sui banconi più di 40\50 giorni, trasforma la libreria in una sorta di stazione ferroviaria: più è grande, più a lungo e in maggior quantità può ospitare quei “vagoni” in transito che sono ormai i libri.» Scrive Giulio Vignini nel suo articolo pubblicato a fine 1997 nel sito WEB dell'Associazione Italiane editori (pagg. 22 – 25 LN speciale Librerie).

A parte la convinzione che siano ben pochi i sedotti dall'idea della libreria come stazione ferroviaria, siamo convinti che l'Editoria veloce sia una sciagura da evitare e da combattere, non soltanto per le librerie indipendenti ma anche per i lettori e, più in generale, per chiunque abbia a cuore la sorte del libro in Italia.

Editoria veloce in troppi casi significa libri disponibili per troppo poco tempo, saggi poco curati e affrettatamente tradotti, l'affannosa e caotica rincorsa alle mode culturali e pseudoculturali più labili, la produzione di titoli apocrifi, estratti o ricavati da altri già pubblicati e la programmata indisponibilità di titoli a bassa rotazione, ossia una quota rilevante del fatturato del settore.

10 Ma Editoria veloce significa anche una profonda distorsione della nostra figura professionale, il logoramento del rapporto personale, quotidianamente costruito tra libraio e lettore, la fine di un rapporto di fiducia creatosi in anni di consigli e discussioni sulle letture, significa – in breve – l'irreversibile riduzione del libro a puro plusvalore, la sua definitiva normalizzazione.

Riteniamo che il libro debba rimanere un prodotto anomalo, una merce – certamente – ma anche una modalità unica di fruizione estetica e intellettuale.

E la nostra legittimità di operatori professionali sta tutta all'interno di questa unicità.

**Massimo Citi**

Il '96 volge al termine e, fatte salve le improbabili sorprese di Natale, sarà archiviato come l'ennesimo anno senza storia del comparto librario.

Le cose non vanno troppo bene da tempo, gli anni '90 registrano un calo lento ma costante dei fatturati, non sono poche le piccole librerie che chiudono ma soprattutto – indice questo di un settore in profonda crisi – non nascono nuovi punti vendita, se non a discapito di quelli già esistenti. E se qualcuno pensa che alluda a megalibrerie futuribili, magari ubicate in prestigiosi palazzi di proprietà pubblica, ha perfettamente ragione.

Interessante notare come, apparentemente in controtendenza, il rapporto ISTAT 1995, al capitolo sui consumi culturali mostri un lievissimo progresso della lettura (passata dall'essere praticata dal 36.6% della popolazione [1988] al 39.3% [1995]). Ma tenendo conto della bassa scolarizzazione delle classi di età più elevata, il lievissimo incremento indica probabilmente solo uno spostamento nella curva delle età, dovuta alla naturale scomparsa di non-lettori, sostituiti da piccoli lettori.

E i concorrenti del libro?

Scorrendo i dati si trova che un 40% della popolazione utilizza la TV come unico tipo di consumo culturale, che non solo non legge libri, ma neppure quotidiani e riviste, non va al cinema né in discoteca o a vedere una mostra. Stanti questi dati, azzardo che Internet come concorrente del libro – rischio paventato da qualche intellettuale – in un paese come l'Italia dove non più del 2% delle famiglie possiede un PC in casa (e le statistiche non dicono se sappia usarlo o meno) non sia un'eventualità poi troppo terrorizzante. Anche perché, verosimilmente, chi possiede e utilizza un PC sa fruire senza troppe complicazioni di un testo scritto.

Certo, la percentuale della popolazione che guarda la TV conserva livelli plebiscitari (96.7%) ma non riesco a immaginare un motivo ragionevole per il quale un lettore non debba mai vedere la TV, e quindi...

E quindi, dove sta il problema?

Nei non-lettori, ovviamente. Le menti più fine delle grandi case editrici in questi anni le hanno studiate tutte o quasi per coinvolgere questo enorme bacino di non interessati alla lettura: feste del libro, saloni del libro, promozioni, yoghurt, tortellini, sconti più o meno dissennati, tre per due, libri al chilo, programmi TV, collane supereconomiche, Miti e Millelire.

Il risultato finale è che si è riusciti nell'intento (sacrosanto, peraltro) di permettere ai soliti noti (ovvero il 40% scarso della popolazione, o probabilmente molto meno) di spendere meno leggendo all'incirca lo stesso.

I dati aggiornati al 1994 del mercato del libro [fonte: Catalogo editori Italiani ed. 1996 – in attesa dell'arrivo della nuova edizione] mostrano un fatturato globale aumentato dello 0.8%, il che significa, detratti gli effetti inflattivi, un decremento reale del 2-3%. Tenendo conto del calo di prezzo medio dovuto all'affermazione delle collane supereconomiche (-26.4) [ibidem] si può ben dire che fatturati in lieve calo o in stagnazione siano un risultato più che positivo per chiunque.

E intanto i non-lettori resistono. Sbuffano, ironizzano, persino affibbiano ai lettori la patente dei noiosi, asociali, imbranati, pallosi. (cfr. LN 37 – dati da «Rivisteria» n° 56)

Ma quale prezzo hanno pagato i lettori per poter leggere spendendo meno?

E quali sono le prospettive della lettura (e delle librerie)?

Basta una lettura non superficiale dei romanzi (ma, ahimè, anche dei saggi) per capire dove abbiano risparmiato gli editori per ridurre il prezzo medio del libro: su traduzioni, redazione, correzione bozze e, più in generale, su tutto ciò che rende un libro inanonimo, prezioso.

È sempre più facile inciampare in errori di stampa, traduzioni sciamannate, affrettate, rozze e malcerte, colossali abbagli, ridicoli equivoci, frasi incomprensibili – prive di soggetto o sospese nel nulla – autori (esordienti e non) mal o per nulla trattati in editing, bibliografie selvagge o latitanti, riferimenti errati, citazioni sbagliate o malamente orecchiate, introduzioni assenti o buttate giù alla viva il parroco, postfazioni e commenti oscuri e maldigeribili, risvolti disonesti o semplicemente idioti.

(e qui un esempio, almeno uno, devo metterlo. A pagina 76, 12<sup>a</sup> riga dall'alto di A voce alta di Bernhard Schlink – libro peraltro bellissimo – si parla di eruzione giuridica in luogo, evidentemente di erudizione.)

La palma del più allegro massacro va comunque sempre alla Newton Compton e ai suoi titoli inventati di opere ricucite insieme o estratte dalle viscere di altre (Nietzsche, E.A. Poe, Lovecraft, Seneca ecc. ecc.) il tutto per stare nelle 100 pagine 1000 lire o nelle 250 pagine a 2.000 lire.

«Ma sono scrupoli da puristi, manie da intellettualoidi» si dirà.

Non credo. A parte il disappunto di constatare di aver ricomprato un libro che si possedeva già, fuorviati da un titolo inventato, non c'è nulla di più irritante che scoprire che un libro, magari amato, non è in versione integrale (o vanta aggiunte posticce).

Ugualmente irritante (e pericolosa per l'intero mercato librario) è l'attesa del passaggio in edizione economica di un libro che si intende leggere senza spendere 30.000 lire (ma ormai anche 15.000). «Questo qui esce nei Miti, che lei sappia?»

In genere la risposta è no. No nel senso che proprio non si sa che cosa uscirà o meno nei famosi Miti (L. 5.900 copertina rutilante come un albero di natale, cartaccia pessima, caratteri da clausola assicurativa a piè di pagina).

Cosa fa il cliente così disinformato? In genere aspetta. Poi si dimentica di tutto e non acquista più nulla.

Forse sarebbe ora di piantarla con l'uscita ritardata in economica e fare come nei paesi civili, dove l'edizione economica è contemporanea o pochissimo successiva alla rilegata. Il danno per i fatturati sarebbe molto probabilmente inferiore al temuto e sensibile il beneficio per lettori e lettura.

E invece no, si continua con il piccolo e piccolissimo cabotaggio, con la mediocre astuzia divenuta ormai abitudine. Si stampa la prima tiratura di 3550 copie a lire 28.000 e si aspetta la resa di 1122 copie per fare l'edizione economica (talvolta rifilando e ricorpertinando le famose 1122 copie). Da notare: quando le 1122 copie sono rientrate è passato al minimo un anno e del nostro libro si è smarrita o quasi la memoria. Risultato finale: 755 copie rese dell'edizione economica e libro definitivamente morto.

Il bello deve ancora venire. La Mondadori, editore talmente grande e bello che tutti noi (librai, ma anche lettori) non ce lo meritiamo proprio ha avuto la sua grandissima idea.

È da un paio di anni che la G. & B. (Grande & Bella) Mondadori se la studia.

Dovete infatti sapere che già nel '95, in un prezioso volumetto edito da Donzelli, titolo *A scopo di lucro*, il nostro augusto Kaiser Franz Tatonen enunciava la propria filosofia aziendale. Partito ora Kaiser Franz per altri più elettrizzanti lidi, il nocciolo della sua *Weltanschauung* (visione del mondo) è stato ereditato dai suoi successori. In poche parole: i librai italiani sono premoderni, patetici, vendono libri in locali troppo angusti, e, in qualche occasione, osano non acquistare le novità che la suddetta pubblica (e magari persino rendere l'invenduto).

Questo è sempre stato il tormentone della politica editoriale mondadoriana. La G. & B. M. non tollera semplicemente che i librai possano disertare (e in questo modo giudicare) la sua politica editoriale. Basta leggere l'intervista al burbanzoso signor Gian Arturo Ferrari (direttore editoriale Mondadori) pubblicata in *La Resa* di Emanuela Zurli editore Sonda (libro sicuramente prolisso ma ricco di notizie e profili davvero interessanti) per capire che per lavorare con Mondadori bisogna limitarsi a dire sì, senza titubare e soprattutto dimenticando gli assurdi scrupoli che un operatore economico non deve mai avere (ma che un libraio non del tutto degenerato a bottegaio viceversa ha).

E qui si vede come i Miti non fossero altro, in definitiva, che il lampo che annuncia il temporale, ovvero i modelli dell'editoria di domani: titoli prescelti dall'editore, tirature predefinite senza prenotazione, libri distribuiti capillarmente (librerie, supermercati, cartolerie, edicole), forte sostegno pubblicitario, autori sicuri e prezzo contenuto.

Il temporale adesso è alle porte. Incombe mentre scrivo queste note. Nel corso del 1997 la G. & B. M. abolirà la prenotazione, ovvero quella procedura paleolitica per la quale un cortese signore visita le librerie con un cartoncino in una mano e un album pieno di copertine nell'altra, chiedendo: «Esce questo, lo vuoi? E quanti ne vuoi?»

Tutto finito: la Mondadori ha deciso che adesso, grazie ai computer, sa tutto di tutte le librerie d'Italia, tanto da poter inviare autonomamente i titoli giusti e nelle quantità giuste a chicchessia.

«Ci sono troppe rese» dicono a Segrate (come se la scelta dei titoli, dei quali un 20% circa sono inviati senza consultare nessuno, fosse fatta dal libraio), «ragion per cui vi proponiamo un sistema che in Germania funziona benissimo»

Che dire? Provare si può anche provare, se non altro perché non si dica che siamo premoderni e perché, comunque, avanti così non si può andare, ma restano numerosissime, forse troppe perplessità.

Un facile meccanismo di pagamento / resa mette teoricamente il libraio a riparo dalle brutte sorprese, anche se il catalogo (ovvero l'insieme dei libri pubblicati da più di sei mesi) viene venduto a condizioni meno vantaggiose, ovvero viene penalizzato.

E qui siamo entrati quasi inavvertitamente nel secondo tema proposto: le prospettive della lettura e delle librerie. Cosa accadrà ora?

Esaminiamo la possibilità peggiore (che è anche la più probabile, peraltro): Mondadori è la locomotiva dell'editoria italiana, il minimo che ci si possa aspettare è che continui nel proprio disegno. Ma a ben pensarci il problema assume contorni inattesi, quasi epocali. Mi spiego: esiste una linea di condotta aziendale che preservi fatturati, grafici che puntano al soffitto come nelle barzellette e insieme permetta il libero e gioioso fluire di autonomie culturali, tutelando la piccola / media libreria che lavora sul catalogo e su filoni culturali ben individuati?

Calma, cerchiamo di non essere settari o addirittura comunisti. A pensarci bene alla Mondadori (o alla Rizzoli o a chi pare a voi) converrebbe, teoricamente, preservare alcune nicchie ecoculturali, parchi naturali, oasi di lettura. Ma c'è un ma. Stante il fatto i magazzini costano (ed è questo un assioma inviolabile per qualunque operatore economico che desideri continuare ad esserlo e non abbia denaro in sovrappiù da bruciare nella propria attività) quale politica aziendale sarà mai in grado di aiutare una libreria che vive (anche) di titoli non nuovissimi? Per esemplificare: attualmente il rapporto di vendita tra titoli di catalogo e novità è un R che oscilla tra  $1/3$  e  $2/5$ . Un libro su tre che venga venduto è un libro di catalogo, ovvero un titolo uscito da più di sei mesi. Tale rapporto R, per quanto riguarda la Mondadori, è già adesso pari a  $1/7$ -  $1/8$ . Se si introduce un ulteriore elemento di penalizzazione, peggiorando le condizioni commerciali di acquisto del catalogo come pensate che possa finire il nostro R?

Se la politica di Mondadori funziona, ovvero se diminuiscono le rese e le librerie si adeguano a tentare di vendere qualsiasi cosa l'editore decida di stampare, tutti gli editori che hanno abbastanza ossigeno (e denaro) si affretteranno a seguirla.

Non credo che il meglio dell'offerta editoriale sia necessariamente annidato nella produzione della piccola editoria, ma ipotizzando che i titoli di catalogo possano diventare anche più irreperibili di adesso e che, in un futuro prossimo, l'80% degli editori italiani difficilmente riuscirebbero ad arrivare in libreria, qualcuno

immagina come potrebbe mai sopravvivere un'offerta sufficientemente variegata? Chi si sobbarcherebbe la produzione di titoli e autori nuovi, sconosciuti, interessanti, chi pubblicherebbe saggi non ortodossi o decisamente scomodi?

Non cominciate anche voi ad avere qualche dubbio sulla possibilità di conciliare le politiche commerciali dei grandi editori con le librerie di cultura? (Questo anche senza votare per Bertinotti)

Probabilmente è stato proprio il sostanziale fallimento del tentativo di indurre i non-lettori a leggere (con montagne incommensurabili di rese di egregie scemenze) a indurre la G. & B. M. a infilare la strada della razionalizzazione forzata del settore.

Adesso vi invito a riflettere: in Italia non esistono le University Press come non esiste alcun tipo di intervento pubblico nei confronti dell'editoria di qualità, non c'è alcun sostegno per le librerie che si preoccupano di mantenere a stock titoli a lenta vendibilità né sono previste facilitazioni di alcun genere (fiscali, creditizie) per la piccola e piccolissima editoria.

Già adesso è veramente difficile (improbabile) riuscire a individuare nella montagna di titoli pubblicati quelli a bassa tiratura, soprattutto se di narrativa, o rintracciare libri usciti da appena un anno. Adesso provate, se volete, a immaginare una possibile libreria italiana del 2010.

Fatto?

Non vi piace?

Beh, leggetevi il signor Gian Arturo Ferrari. Lui ha sempre una risposta per tutto. (Da *La Resa* pag. 74 e segg.)

L'editoria è un commercio, è una roba destinata a fare dei soldi (...) E allora mi limito a pubblicare i libri che il pubblico ama leggere. Il mio giudice è il mercato.

(...) I librai invece di stare a rompere i (*omissis*) facciano bene le librerie, vadano in giro a vedere come si fa.

Per chi fosse interessato ad approfondire i temi accennati, leggendo direttamente le fonti e non solo le conclusioni del sottoscritto, allego qui una bibliografia essenziale:

F.Tatò, A scopo di lucro, Donzelli 1995, pp. 119, L. 18.000

E.Zurli, La Resa, Sonda 1996, pp. 208, L. 28.000

Prefazione di G.Vigini a Catalogo degli editori italiani 1996, Editrice Bibliografica 1995, pp. 770, L. 85.000

Idem edizione 1996

I S T A T - Rapporto sull'Italia ed. 96 - Il Mulino 1996 - pp. 163 - L. 15.000

## Compiti a casa.

---

### Massimo Citi

...Il corridoio, illuminato a distanze regolari da lampadine opache, si allungava interminabile davanti a lui, in lievissima pendenza, avrebbe detto. Le pareti alte e strette erano, per tutta la loro altezza, ricoperte di libri. Libri dello stesso formato e dello stesso colore: un verde oliva con appena una lieve traccia di azzurro. Una sottile striscia argentea di lettere sulla costa ne descriveva il contenuto.

Dulcemio si concesse qualche attimo di silenziosa e inquieta osservazione. Il corridoio, innanzi tutto. Non sembrava avere fine e, particolare curioso, pur allontanandosi da lui in linea perfettamente retta non sembrava soffrire di alcuna distorsione dovuta alla distanza. Possedendo una vista d'aquila Dulcemio avrebbe potuto contare altre migliaia di piccole luci davanti a sé, senza esserne ostacolato dalla curvatura della Terra. Era davvero strana la cantina del Commendatore: una cantina allungata nello spazio come un ridicolo braccio che qualcuno aveva attaccato alla Terra. (...) E adesso? Allungò un mano e prese dallo scaffale alla sua destra uno dei libri. *AJska adP?k/j,sd \_ æ!!auT.* era la scritta sulla costa. Lo aprì. In quanto a intelligibilità la cosa non sembrava migliorare. Lo posò e ne prese un altro: i caratteri argentei della costa recitavano: *AKSsoia )OAA□4 =?90421' )?=. A quanto pare il Commendatore amava collezionare libri incomprensibili, incredibili collezioni di errori di stampa. (...) Provò a prendere in mano un libro dallo scaffale di sinistra: *Guerra e Pane* di Lev Tolstoj. C'era qualcosa di molto strano, anche se, certamente, si andava già molto meglio. (...) »*

Prego perdonare la lunghissima citazione tratta da *Prometeo nel Retrobottega* di Roberto Donghi, Lexia edizioni. Ma, capitatomi in mano il libro per fortunata combinazione, non ho potuto resistere alla tentazione di usarlo per un breve commento sullo stato del libro nel 1997.

Senza arrivare a dover leggere *Tolstoj* in prima di copertina, nella produzione libraria corrente l'aumento di errori ortografici (ma anche sintattici e lessicografici), le sillabe e le parole saltate, le traduzioni alla bersagliera sono divenute, fatte pochissime eccezioni, la regola.

Negli ultimi anni il settore editoriale librario si è razionalizzato – parola difficile che, come competitività, rendimento e produttività serve a nascondere le vergogne – e le Case Editrici hanno ridotto il personale, spesso degradato a collaboratore esterno, mal pagato e ricattabile.

Che non si tratti di una mia illazione lo si può facilmente constatare sfogliando l'edizione 1997 de *Le cifre dell'Editoria*, a cura di Giovanni Peresson, editore Bibliografica. In particolare segnalo la tabella 11 della sezione 8 (Aziende). Può essere interessante comparare il numero di dipendenti del Gruppo di Grandi case editrici (1992 – 1995). Si passa infatti dai 4206 dipendenti del 1992 ai 3368 del 1995 con

una contrazione nei tre anni del 20 % circa. Questo con un fatturato che passa dai 1922.7 mld (miliardi) del 1992 ai 2142.9 mld del 1995 (+11%). È pur vero che, nello stesso gruppo di editori, il risultato di esercizio (in questo caso l'utile netto) passa dai 42.4 mld del 1992 ai 20.6 mld del 1995, ma questa cattiva performance si spiega facilmente con l'aumento degli oneri finanziari (interesse passivi su prestiti) e la diminuzione dei proventi finanziari (interessi attivi) nell'arco degli stessi tre anni.

Ma ancora più interessanti per gli operatori del settore (ma anche per i lettori) sono i dati relativi al fatturato per addetto, passato da 0.457 mld / pro capite / anno (1992) a 0.636 mld / pro capite / anno (1995). E, a ogni buon conto, il costo del lavoro è passato dai 282.5 mld del 1992 ai 267.3 del 1995. Fuori dal linguaggio delle cifre si può affermare senza tema di smentite che i 3368 poveri cristi superstiti del settore editoriale / librario sono riusciti in tre anni a lavorare per un 39 virgola spiccioli per cento in più. Sarebbe serio pensare che fino al 1992 i 4206 lavoratori del settore si prendessero interminabili pause caffè e facessero le parole incrociate, invece che produrre libri? No, non è serio, soprattutto in un comparto così altamente professionale. Allora bisogna proprio concluderne che – usando una parola assolutamente out – il grado di sfruttamento del personale nel settore editoriale- librario sia aumentato di un buon 40%.

Bene (cioè male), e allora?

Allora sarebbe mentalmente igienico smettere di fare le anime belle pensando che i libri si producano da sé: immacolati, coloratissimi, senza nemmeno un refuso, pure Emanazioni dello Spirito. No, gran parte dei libri in commercio vengono prodotti dai 3368 superstiti di cui sopra. (Dimenticavo, siamo nel 1997, e – vista la tendenza – è piuttosto probabile che siano anche meno, mentre sto scrivendo questo articolo).

E quindi, se non siete così gonzi da credere che i libri si compilino e si traducano da sé, dovrete ammettere che qualcosa nella vita reale di quattromila e passa nostri simili è profondamente cambiato. È mutato il loro ritmo di lavoro, è divenuta prepotente la necessità di fare presto, l'ansia di produrre è divenuta affannosa. Già, perché nello stesso arco di tempo gli editori hanno aumentato i titoli pubblicati (tabella 4, sezione produzione: 42.007 nel 1992, 49.080 nel 1995) con titoli tradotti passati dai 9.949 del 1992 agli 11.589 del 1995 (tab.7 sez.produzione).

I nostri pacifici lettori, che magari generosamente deprecano il peggiorare delle condizioni di lavoro in Fiat, hanno così qualche ulteriore motivo per preoccuparsi. Fonti ufficiose, ma molto ben informate, ci dicono che all'Einaudi, per esempio, nel volgere di qualche anno i traduttori regolarmente assunti sono passati da 40 a meno di una decina, con un fiorire – viceversa – di collaboratori e consulenti esterni, più liberi e più belli. Già Stefano Benni attribuiva a Romiti (si era ai tempi della marcia dei 40.000) la frase: «Perché scaldarsi tanto per un lavoro fisso? Non è meglio la libertà? Oggi qui, domani a New York e dopodomani ai Tropici».

Anche nel caso dei libri, come si vede, la libertà è un bene finito e non infinito, come a dire che la libertà della proprietà non è del tutto paragonabile alla libertà di chi produce (e anche di chi utilizza il prodotto finito). In sostanza per passare da un Tolsoti – ossia un errore di battitura – al modello di sviluppo capitalistico occidentale sono sufficienti tre pagine. Vi sembra un peccato veniale, tutto sommato, qualche errorino ogni tanto? Non ditelo a nessuno! Se lo sanno gli editori chissà cosa riusciranno ad inventare per ridurre ulteriormente i costi. Pensate piuttosto che gli editori hanno risparmiato sul personale per pubblicare (tre titoli a caso, recentissimi): Claudio Brachino e Guido Prussia: Ricomincio da Te, Maria De Filippi: Amici di Sera, Walter Veltroni: Governare da Sinistra (verso destra, verrebbe da aggiungere).

Concludo con un problema:

Sapendo che un manager costa quanto 10 direttori, e che 10 direttori costano quanto 50 redattori o 100 traduttori, calcolate quanto risparmierebbe un'azienda editoriale lasciando a casa il Manager.

Sapendo inoltre che in Ipazia i manager sono 10.000, calcolate ora quanto risparmierebbero gli Ipaziesi se tutti i manager fossero spediti a colonizzare Marte.

18

R. Donghi – Prometeo nel Retrobottega – Lexia – pp. 152 L. 22.000

G. Peresson – Le cifre dell'Editoria 1997 – Bibliografica – pp. 408 L. 90.000

Soluzioni:

Risposta 2: «Anche di più»

Risposta 1: «tanto»

## Crepare d'abbondanza

ovvero : della morte dell'editoria per eccesso di pubblicazione

### Massimo Citi

Nel Masscult (e nel suo figlio bastardo, il Midcult) tutto diventa merce, da spacciare per tanti e tanti dollari, da usare per qualcosa che non è, da Davy Crockett a Picasso. Una volta che uno scrittore diventa un Nome (...) il meccanismo del Masscult (o del Midcult) comincia a «costruirlo», a imballarlo come un oggetto da vendere in tanti pezzi identici, in grandi quantitativi. Egli può andare avanti per forza d'inerzia per tutto il resto della sua vita; gli editori gli verseranno cospicui anticipi solo per avere il suo Nome nelle loro liste.

(da Dwight Macdonald, *Masscult e Midcult*, e/o 1997, ed, orig. 1960)

Chissà quanti di coloro che stanno leggendo annuiscono davanti a questa citazione? Non pochi, immagino, dal momento che stanno leggendo LN e non Tuttolibri, ma non ho intenzione di intonare qui il consueto de profundis della Fine del Talento e la Morte dell'Arte. Procedo piuttosto con un'altra citazione:

... Nel caso dei best seller tale anticipo è molto elevato. Dal punto di vista contabile, i diritti d'autore rappresentano un costo variabile che incide sul reddito operativo di gestione caratteristica della casa editrice; gli anticipi sono invece contabilizzati nell'attivo dello stato patrimoniale come anticipi agli autori e considerati alla stregua di crediti. In caso di insuccesso di un titolo, l'impatto negativo è di natura patrimoniale.

(da: Paola Dubini, *Voltare pagina, economia e gestione strategica nel settore dell'editoria libraria*, EtasLibri 1997).

C'è una parola comune alle due citazioni – tratte da due libri molto diversi: un manuale di economia e un pamphlet sull'industria culturale – ed è anticipo. L'anticipo che i grandi editori versano agli autori affermati indicandolo in bilancio come credito, piuttosto che come costo. L'anticipo che trasforma gli autori in Nomi, brillanti ed effimeri produttori di libri di intrattenimento simili l'uno all'altro (come tante pagnottelle, dice Pennywise). Ma sono queste pagnottelle a permettere agli editori di lavorare su grandissime tirature che, come fanno ormai anche i sassi, consentono di ridurre i costi fissi di produzione. Grossolanamente: fatto 100 il costo redazionale e di composizione di un libro, tale cifra viene ad essere suddivisa su un alto numero di copie piuttosto che su un numero basso. Ad esempio, è a causa della bassa tiratura che LN costa L. 12.500 e non 6.000.

Che tipo di editore può permettersi di pagare forti anticipi? Qual è la sua politica aziendale? Quali i suoi scopi (al di là di quello – ovvio – di produrre ricchezza per la Proprietà)?

Attenzione, perché ora, con l'aiuto di Paola Dubini ed un pizzico di esperienza personale, stiamo per valicare le quinte della produzione editoriale.

L'editore che paga forti anticipi NON offre il proprio marchio come garanzia per il lettore (pochi lettori sanno distinguere a prima vista un rilegato Longanesi da uno Mondadori o da uno Rizzoli mentre molti riconoscono senza difficoltà un libro Einaudi, Boringhieri, Laterza o Adelphi) ma piuttosto il Nome dell'Autore. In linea di massima (con le dovute eccezioni, sia pur marginali) questo genere di editore non opera – per ricavare il grosso del fatturato – sulla varietà e la ricchezza del catalogo (divenuto semplicemente stock nel linguaggio aziendale) quanto sulla produzione costante di novità, ovvero titoli inediti.

La produzione continua di novità, d'altro canto, ha un senso se i mezzi di produzione, ovvero l'intera filiera redazione – tipografia – promozione – distribuzione fanno capo alla stessa società o gruppo industriale. Ed è chiaro che tenere ferma e improduttiva una tipografia e, a valle, l'intera catena produttiva, non conviene alla Proprietà. Ecco quindi che, tra una stampa di biglietti di auguri musicali e una di angioletti natalizi, si procede stampando libri, libri e ancora libri (o – soprattutto – non-libri, secondo la felice definizione a suo tempo coniata da Furio Colombo). Ma i Nomi sono pochi, come è evidente, e per questi la concorrenza è feroce. Urge quindi alimentare il moloch industriale di titoli purchessia che, tuttavia, rispettino alcune semplici regole: abbiano tempi di redazione ragionevolmente brevi, incontrino il gusto di lettori occasionali, possano essere stampati in quantità sufficientemente alte. Sia chiaro che non si tratta qui, in genere, di libri ma di oggetti cartacei di forma simile. Anche l'editore più rapace e spregiudicato conserva comunque alcune produzioni «di nicchia» (in termini di attività marginali) rivolte a un pubblico specifico o ai forti lettori.

Ma questo panorama, apparentemente coerente, appartiene, almeno in parte, già al passato. Sì, perché l'ultimo anello della catena distributiva – le librerie – disponendo dello strumento della resa lo hanno utilizzato, soprattutto nel corso di questi anni, per ridurre l'indebitamento e il monte merci immobilizzato. E così l'Editore in grado di pagare cospicui anticipi ai Nomi si è trovato in ambasce, alle prese con una crescente quantità di rese, insolvenze, crediti in sofferenza. Si sono tagliate le spese fisse, operate acquisizioni societarie, tagliate le redazioni (cfr LN 2 – Compiti a casa) trasferite attività a terzi, operati riciclaggi di materiali redazionali fin oltre il limite della decenza ma infine per gli editori in questione è divenuto inevitabile alzare la posta, ovvero aumentare ulteriormente la quantità (essenzialmente in termini di titoli) di merce in circolazione ( *ibidem*).

E qui tiro un attimo il fiato per dedicare qualche riflessione a un paradosso soltanto apparente. Molti lettori e frequentatori di librerie si sono più volte interrogati sull'eccesso di titoli pubblicati, osservando con logica stringente che in fondo tutti quei libri «dovevano avere un bel costo». Ma questa osservazione, come abbiamo visto, appare basata su una inoppugnabile logica quotidiana che NON è la logica in uso nel Nord del mondo alla fine del secondo millennio. In realtà il costo puro dei

libri commercializzati, definito in termini di investimento ovvero di produttività a fronte di costi fissi, diviene – nel disegno dell'editore – un pagherò che passerà all'incasso il più tardi possibile, quando finalmente gli italiani acquisteranno libri come panini.

Ma, intanto, diminuisce il numero di libri acquistati dai forti lettori segnale di insoddisfazione per la qualità della produzione nota Dubini, mentre i lettori occasionali non danno segni di divenire forti lettori.

Può l'andamento di questi ultimi anni del settore (in costante contrazione) mutare l'indirizzo dei grandi editori? Difficile crederlo o sperarlo. Nulla lascia pensare che il numero di titoli prodotti possa diminuire. «Un gran numero di titoli è sintomo di salute del mercato e quindi della cultura.» sostiene Gian Arturo (Artù) Ferrari, megadirettore editoriale galattico della Mondadori e come lui altri megamanager editoriali. Ed è difficile, di primo acchito, incarnare la parte degli oscurantisti che desiderano che voci vengano soffocate e libri non vengano pubblicati. Ma ciò che Gian Artù si dimentica di aggiungere è che:

1. la qualità di tali produzioni è per lo più troppo bassa, sia perché basata su riciclaggi redazionali (che i lettori sono in genere in grado di riconoscere) o su testi insufficientemente curati o frettolosamente tradotti, sia perché legata a effimeri fenomeni televisivi e di costume.
2. che l'eccessiva offerta disorienta i lettori abituali (il 5- 6% della popolazione) che formano il vero polmone del comparto, intasa le librerie privando il personale addetto alla vendita della possibilità di intervenire a valle, verso i lettori. (e chi se ne frega, dice Gian Artù) e, in ultima analisi, deprime il mercato piuttosto che stimolarlo.
3. Lo scopo essenziale di tale sovrapproduzione è di natura economico-gestionale e nulla ha a che vedere con la promozione della cultura.

Il fatto è che, secondo l'insegnamento confindustriale, Gian Artù e consimili scelgono di assumere – in rapporto alle circostanze – le sembianze di accorati paladini della cultura o di eroici difensori del profitto.

E qui il ciclo si chiude. Corrispondere anticipi eccessivi ai grandi Nomi è, coerentemente, la scelta di barattare il futuro con il presente, ovvero di costruire un'editoria che non sa né può guardare al domani, che non vuole investire in ricerca e sviluppo ma che vive nella successione annuale di bilanci da presentare comunque all'attivo. Ed è in fondo questa la dannazione dei nostri tempi.

## Le Letture del libraio

---

Il mestiere del libraio e la sua formazione culturale e professionale

**Rocco Pinto**

Le problematiche connesse all'esercizio quotidiano della mia professione, troppo spesso e da molti ignorate, e la mancanza di studi specifici sulla figura del libraio mi hanno stimolato ad intraprendere una ricerca che permettesse di capire, con l'aiuto dei colleghi, il ruolo che oggi ha il libraio in relazione soprattutto alla sua formazione culturale e professionale. La ricerca sul campo attraverso un questionario, articolato in 66 domande e inviato a 400 librerie rappresentative di tutto il territorio nazionale, è stata parte rilevante della mia tesi di Laurea in Letteratura Italiana, discussa nel mese di luglio di quest'anno presso l'Università degli Studi di Torino.

Dalla ricerca emerge una libreria in grandi difficoltà, derivanti sia dalla difficile situazione economica sia dalla perdita di identità del libraio, il quale valorizza sempre di più gli aspetti tecnici e di gestione commerciale a scapito di quelli culturali e di promozione della lettura.

Il libraio degli Anni Novanta ha un'età media di 44 anni: il 64% è costituito da uomini e il 36% da donne; il 13% possiede un diploma di scuola media inferiore, il 57% un diploma di scuola media superiore e il 30% una laurea. Dei laureati, il 55% ha una laurea in Lettere e Filosofia, il 15% in Scienze Politiche, il 10% in Giurisprudenza e il restante 20% in altre discipline. Ha una conoscenza delle lingue molto scarsa: solo il 4% parla un buon inglese e solo il 2% conosce bene la lingua francese. La scelta del lavoro di libraio è stata per il 39% casuale, per il 22,5% legata alla tradizione familiare e per il 38,5% dovuta alla vocazione.

Poiché il filo conduttore della ricerca è stata la formazione culturale e professionale di chi dirige le attuali botteghe librarie, è interessante notare come negli ultimi decenni il tempo dedicato alla lettura si è sempre più assottigliato per due motivi: complessità di gestione di una libreria da un punto di vista contabile-amministrativo, inserimento di operatori con un retroterra culturale e con interessi minori rispetto ai librai del passato.

Le letture del libraio permettono di misurare la ricchezza e al contempo la povertà culturale degli operatori librari. La convinzione in base alla quale chi esercita questa professione sia un grande lettore è infondata, a meno che per grande lettore non si consideri colui che, secondo gli ultimi dati ISTAT, legge un libro al mese. In questo caso l'81% dei librai intervistati rientra in questa categoria. Il 16,5% dichiara di leggere fino a 10 libri all'anno, il 14,3% da 10 a 20 libri, il 22% da 20 a

30, il 9,9% da 30 a 40, il 15% da 40 a 50 e il 19,8 più di 50 libri all'anno. Un 2,5% sostiene di non leggere neanche un libro. Da parte dei colleghi intervistati c'è la percezione che il libraio legga poco (60%); il 34% dichiara che si legge abbastanza il 6% molto. Il libraio, quindi, sostiene di leggere abbastanza, ma è convinto che i colleghi leggano poco.

Per quanto concerne il tempo dedicato alla lettura, riferita non solo ai libri, l'intervistato dichiara di leggere più di tre ore al giorno nel 11,2% dei casi, tra i trenta e i sessanta minuti nel 49,4% dei casi e tra i sessanta e i centoventi minuti nel 30,4% dei casi. La lettura dei librai non è sistematica; solo il 9,7% dichiara di non interrompere o lasciare a metà un libro. Nonostante le letture siano poco costanti, è significativo che il 77% dichiara di leggere un libro per piacere, mentre il 23% dichiara di farlo per dovere professionale.

Le letture dei librai sono condizionate da diversi fattori: il 28,8% dichiara di scegliere in base alle recensioni, il 21,9% segue i consigli di altri e il 49,3% legge sulla base delle più svariate motivazioni (gusto personale, conoscenza dell'autore, interesse per l'argomento, curiosità intellettuale, interesse del momento, necessità di vendita, stimoli derivanti dalla lettura di alcune pagine di un libro).

Per quanto riguarda la lettura dei quotidiani, il più letto è La Stampa, con il 24%; seguono il Corriere con il 22% e La Repubblica con il 20%. Il Sole 24 Ore viene letto nel 9% dei casi, il 14% legge un quotidiano locale e il 13% legge altro. Degli inserti letterari i più letti sono Tuttolibri con il 63%, l'inserto della domenica del Sole 24 Ore con il 21%, il Corriere Cultura con il 9%, La Talpa con il 7%, Gutenberg del Quotidiano Avvenire con il 3%. Dei settimanali il più letto è Panorama con il 25%, segue L'Espresso con il 23%, Donna Moderna con l'8%, l'Europeo con il 7,5%, Epoca e Amica con il 4,5%, Famiglia Cristiana con il 4% e altri settimanali con il 24%.

Tra le riviste di settore la più letta è il Giornale della Libreria con il 33%; va tenuto presente che si tratta dell'organo ufficiale dell'AIE (Associazione Italiana Editori). Altra rivista che si occupa dei fatti editoriali e che ha al suo interno un inserto dell'Associazione Librai italiani è La Rivisteria, letta dal 19% degli intervistati. Le altre rivista con una connotazione più letteraria vengono lette con le seguenti percentuali: L'Indice (11%), Leggere (9,5%), La Rivista dei Libri (9%), Linea d'Ombra (8%), altre (9,5%). I notiziari delle case editrici sono letti nel 69,4% dei casi, il 30,6% dichiara di non leggere alcun notiziario. I più apprezzati sono quello dell'editore Laterza, Asterischi, e quello del gruppo Longanesi: Il Libraio.

Un altro aspetto importante del lavoro della libreria è il rapporto che si instaura con la clientela. Essendo l'80% delle librerie a libero servizio, il cliente ha la tendenza a ricorrere all'aiuto del libraio quando non riesce a trovare quello che cerca o quando ha bisogno di informazioni reperibili solo grazie alla sua competenza. L'81% dei librai sostiene di dare spesso consigli alla clientela, il 15,6% raramente e solo il 3,1% mai. I consigli riguardano quasi sempre la narrativa, genere preferito

dal 70% dei lettori. Il libraio tende a consigliare libri che ha letto nel 60% dei casi, libri di cui conosce l'argomento nel 40% dei casi.

Un altro dei punti su cui si è focalizzata la ricerca è l'introduzione dell'informatica in libreria. Il 65% delle librerie possiede un computer, e di queste il 45% ha un programma di gestione del monte merci, di cui il 20% è un programma standard e il 25% un programma fatto ad hoc. Un altro 20% prevede di informatizzarsi e un 15% ritiene che l'informatizzazione non sia necessaria. Questa è una delle questioni che genera i maggiori equivoci tra gli operatori del settore. Non basta un buon programma di gestione informatizzata per risolvere i problemi della libreria, è opportuno che chi la dirige abbia le capacità per farlo. Il tempo che il computer fa risparmiare nella gestione di operazioni abituali (prenotazioni, fatturazioni, ricerche bibliografiche, contabilità) dovrebbe essere impiegato dal libraio per seguire con maggiore attenzione il cliente, in molte occasioni abbandonato a se stesso.

In una delle domande aperte del questionario ho chiesto ai colleghi quale poteva essere la strada per favorire la diffusione della lettura nel nostro paese: il 47% ha posto l'accento sul ruolo della scuola, soprattutto dell'obbligo, che dovrebbe avere il compito di trasmettere il piacere della lettura, il 20% ritiene fondamentale l'uso dei mezzi di comunicazione, soprattutto della TV, per avvicinare più persone al libro attraverso campagne promozionali, il 10% sostiene la necessità di cambiare le politiche distributive con una diffusione più capillare sull'esempio dei giornali, l'8% sostiene che la famiglia possa avere un ruolo determinante, abituando i bimbi al contatto con i libri sin dai primi anni d'infanzia, il 7% individua nella teledipendenza il maggior concorrente della lettura, il 5% degli intervistati sostiene che un sistema bibliotecario efficiente e con personale preparato sia un buon metodo di diffusione, infine il 3% è convinto che una maggiore professionalità del libraio fornirebbe più stimoli all'incentivazione della lettura.

Dinanzi ad un panorama che vede avanzare altri canali di vendita, come la grande distribuzione, l'unico modo per salvaguardare le librerie è quello di accrescere la professionalità (non è casuale che il 30% dei responsabili di libreria interpellati abbia seguito i corsi di formazione della Scuola per Librai Umberto ed Elisabetta Mauri) arricchendo le conoscenze tecniche senza tralasciare la promozione del libro e della lettura. proprio per questo motivo diventa prioritario potenziare e migliorare il livello di cultura di chi opera in libreria.

## Ci pensiamo un'altra (S)volta

Paperone, Qfwfq e i bilanci degli editori

**Massimo Citi**

Zio Paperone, e in genere qualunque imprenditore comparisse nei fumetti di Paperino degli anni '60 (forse anche dopo, ma non posso esserne certo) aveva sempre un grafico alle spalle con una bella linea a zig-zag che puntava – nel caso di Paperone – immancabilmente verso l'alto, per i suoi concorrenti generalmente in basso. Da più grandicelli si arrivava a ipotizzare che la linea significasse «vendite» o «guadagni». Ripensandoci a più di trent'anni di distanza si finisce col decidere che, con un termine molto più raffinato, la linea spezzata dovesse indicare il «fatturato» o, più in generale il volume d'affari.

Come faceva Paperone a ottenere la sua bella linea? Beh, la desumeva dal bilancio, sembra ovvio. Ovvio, ma non poi troppo, vedremo poi il perché. Comunque immaginiamo un ipotetico signor Qfwfq che desideri sommare i fatturati di tutti i bilanci di tutti gli editori italiani per vedere se nel corso del 1997 le cose sono andate bene o male. Immaginiamo anche che – faticosamente – ci riesca. Qfwfq fa la sua bella sommetta, la paragona a quella dell'anno precedente e poi aggiunge una righetta alla sua linea spezzata. Se va in alto è andata bene, se va in basso è andata male, se resta dritta è andata così così.

La notizia interessante è che Qfwfq esiste davvero, si chiama Giulio Vigni, è accreditato come attento osservatore del mondo del libro e ogni anno compila un rapporto, allegato all'elenco aggiornato degli editori italiani, denominato: *Breve rapporto sullo stato dell'editoria in Italia*.

Nell'edizione 1998 del rapporto (pubblicata nel gennaio 1998 e finita di stampare a novembre 1997) Qfwfq/Vigni dichiara: «Per il 1997: dopo un primo semestre piuttosto altalenante e complessivamente al ribasso, si attende un buon recupero nel secondo e una chiusura in positivo, ma non saranno certo risultati eclatanti».

Infatti non lo sono stati. Basta un giro di telefonate presso qualche libraio disponibile per ricavarne la sensazione di un Natale 1997 almeno fiacco a coronare un anno piuttosto deprimente. Ma Qfwfq/Vigni non telefona ai librai, anzi, poco dopo (gennaio 1998) rilascia un'intervista al sito internet alice.it (www.alice.it) a cura dell'agenzia Informazioni Editoriali, nella quale si sbilancia ben di più: « Il Natale è andato benissimo... Nel secondo semestre c'è stata una ripresa che ha permesso all'editoria di tirare il fiato... il 1998 potrà essere l'anno della svolta...», e via disegnando magnifiche sorti e progressive. Nuovi giri di telefonate, nuovi incontri. Almeno per Torino e zone limitrofe le affermazioni di Qfwfq paiono un pochino troppo rosee. Nella famosa intervista, tra l'altro, Vigni fa alcune affermazioni sul

futuro del libro, delle librerie e dei librai che merita commentare, ma non roviniamo la suspense.

Perplesso, provo a cambiar fonte: *Tirature '98*, curato da Vittorio Spinazzola, editore il Saggiatore.

Abbastanza interessante senza essere prodigiosa, la raccolta di articoli di Spinazzola non presenta dati diretti, ma ospita un intervento intitolato *L'Enigma dei lettori* di P. Attanasio e E. Carfagna ed uno intitolato *Niente Maastricht per i libri* di Giovanni Peresson che, esaminando alcuni parametri come il grado di istruzione, la sua qualità, le caratteristiche del sistema bibliotecario nazionale, le politiche per la lettura attuate o meno dai governi succedutisi in Italia, l'arretratezza del Sud, la scarsa abitudine alla lettura, non danno molte speranze non solo per il 1998 ma anche per diversi anni a venire.

E allora da dove nasce l'ottimismo di Qfwfq, pardon, di Vigini?

Dal buon risultato dell'editoria per ragazzi? Dallo sviluppo dell'editoria elettronica e multimediale? Dalla sua buona volontà e dal fiuto?

Ritorniamo a Zio Paperone.

La sua linea spezzata nasce dai dati del bilancio. Ma i bilanci degli editori si basano in buona parte sulle vendite alle librerie. E le vendite alle librerie, a differenza di quelle di lavatrici o di cocaina sono suscettibili di resa da parte del cliente (la libreria) verso il fornitore (l'editore).

Ne avevamo già parlato in un vecchio numero di LN, addirittura il numero 12 della vecchia serie, uscito nel marzo '90. All'epoca si polemizzava con il signor Ungarelli, allora megaboss della Rizzoli, che accusava i librai di non conoscere la struttura dei bilanci delle case editrici. Ungarelli sottolineava – piuttosto irritato – l'esistenza di una voce passiva nel bilancio dedicata alle rese da pervenire relative all'anno di esercizio, ovvero rese fatte l'anno prossimo di libri fatturati quest'anno. Su LN si notava – all'epoca – che probabilmente tale voce di bilancio era un pochino sottostimata, ma non per malizia, per carità.

Come è andata poi la vicenda Rizzoli lo sanno tutti e, diciamo così, nessuno di noi è stato costretto a cambiare parere sull'argomento.

Ma questo incidente ci permette anche di comprendere il filo del ragionamento di Qfwfq/Vigini, ovvero quali sono i suoi dati di partenza e qual è il loro grosso vizio di forma. La somma paperonesca dei fatturati, infatti, non è in grado di imputare l'incidenza delle rese relative alla produzione di quel particolare esercizio sull'esercizio stesso. Se si ha buon senso e buona volontà si può iscrivere in bilancio nei passivi: rese da ricevere relative all'esercizio in corso, seguito da una cifra in rosso, ma si tratta non solo di fantascienza economica, ma anche di fantascienza catastrofica. Chi sarà tanto masochista da ipotizzare rese del 35-40% del fatturato? Il guaio è che tali percentuali di resa esistono davvero, ma un manager che abbia il fegato di inserire nello stesso anno di esercizio le rese relative all'esercizio precedente e quelle relative all'anno in corso si deve ancora vedere.

Anzi, il sospetto che si proceda in modo esattamente opposto è molto forte.

Immaginiamo un grosso editore che a fine anno, nonostante gli invii a pioggia di novità, si trovi ugualmente in affanno. Siamo a fine dicembre, che fare? Semplicissimo: si spedisce nel mese di gennaio 1998 con bolle di consegna in data 30/12/97 e 31/12/97 una mezza vagonata di libri alle tremila e passa librerie italiane. Ed ecco che il gioco è fatto: il bilancio 1997 è salvo. Alle rese del 1998 ci penseremo nel 1999.

Sotto questa luce la frase «il Natale è andato benissimo» comincia a prendere contorni inquietanti. A chi è andato benissimo il Natale, agli editori fatturatori o ai librai affatturati?

Vizio di forma, si diceva: gli editori scopriranno a marzo-aprile 1998, quando contabilizzeranno le rese (a meno che – realtà romanzesca n° 2 – i colli e i bancali non vengano proprio aperti per guadagnare spiccioli di tempo ) che l'allegro Natale 1997 è stato in realtà una strage degli innocenti. Ecco quindi il «Primo semestre 1998 altalenante» a cui fa seguito, necessariamente (come da bilancio) un ottimo Natale.

In più, il 1997 è stato l'anno del Nuovo Modello Distributivo Mondadori, ovvero (vedi LN 1) quello nel quale la Mondadori ha iniziato a inviare libri e fatturarli ai librai senza chieder loro se pensano di poterli vendere a qualcuno, uomo, cane o gatto. Così facendo Mondadori ha fatturato un 35% in più, un risultato davvero prodigioso che fa davvero ben sperare in una svolta, almeno finché non arriveranno le rese... Ma le rese stanno già arrivando e infatti da Aprile 1998 Mondadori cambia la formula degli invii, accorciando i tempi di pagamento sulla prima fornitura (quella di gran lunga più corposa) e allungandola sulla seconda, cioè sugli spiccioli e introducendo clausole restrittive sulle rese... Ma sicuramente è solo per difendere «la grande svolta del 1998» dai librai perfidi che si ostinano a rendere gli invenduti per sabotarla.

Bisogna adeguarsi, scrive in Internet Qfwfq/Vigini. «Non hanno futuro le librerie troppo piccole. Il ritmo di vita dei libri (...) trasforma la libreria in una sorta di stazione ferroviaria: più è grande e più a lungo e in maggior quantità può ospitare quei vagoni in transito che sono ormai i libri. (...) Sarà il libraio a dover acquisire competenze sempre maggiori, anche informatiche, anche di gestione economico-finanziaria».

Il rapido non ferma più nelle stazioni troppo piccole, in sostanza, e il libraio deve passare la vita davanti al computer per calcolare attentamente la data della prossima resa (se vuol tentare di sopravvivere).

C'è qualcuno che trova esaltante l'immagine della stazione ferroviaria?

Dovendola rendere con due parole sceglierei Caos e Anonimato, due vocaboli che non si sposano bene con l'immagine della libreria così come la concepisce un lettore.

Già, e i lettori?

Superflui, anzi esuberanti. È sufficiente che le librerie diventino ancor più simili a stazioni ferroviarie e riescano a resistere a invii sempre più ingenti e dei lettori se ne potrà anche fare a meno, perlomeno per il bilancio dell'anno in corso... per il prossimo anno qualcosa si farà. Insomma, ci pensiamo un'altra (S)volta.

Dopo una lunga crisi, sarà l'anno della ripresa

**Politica della lettura, tendenze del consumo, settori in crescita, librerie, distribuzione... molto sta cambiando, e forse gli anni della «grande depressione» del mercato editoriale stanno per finire. Dal suo osservatorio privilegiato Giuliano Vigni, direttore dell'Editrice Bibliografica e «mago dei numeri» dell'editoria italiana, guarda al 1998. Con ottimismo**

### **Come è stato l'anno appena terminato?**

Il 1997 è stato ancora un anno incerto e altalenante, un anno difficile.

Però il Natale è andato benissimo, e in generale nel secondo semestre c'è stata una ripresa che ha permesso all'editoria di tirare fiato. Forse ci siamo. Non abbiamo ancora dati precisi, ma tutto lascia sperare e pensare che siamo davvero alla fine degli anni bui.

### **Che sono cominciati quando?**

Nel 1992, quando crollarono tutti i consumi. In questi casi il libro non fa eccezione, anzi. Risente molto dell'instabilità politica e della depressione economica: in più, esiste una sorta di «sindrome da baratro» che fa svuotare le librerie, per esempio sotto elezioni. Questo accade, è vero, anche in occasione di grandi eventi come le olimpiadi o i mondiali di calcio, che spostano su di sé tutta l'attenzione del pubblico, ma è un fenomeno di altro genere.

### **E il 1998 come sarà?**

Se il 1997 è stato un anno di transizione, il 1998 potrà essere l'anno della svolta. Continueranno a consolidarsi quei settori che già negli ultimi mesi sono cresciuti, in percentuale, più degli altri. Penso ai tascabili, ai best-seller sia in hard cover che in edizione economica, ai comici, che sono un fenomeno ciclico ora nuovamente in ascesa, per esempio con *La smorfia* e *Benigni*. Penso ai libri per ragazzi, un settore che ha guadagnato moltissimo grazie al lavoro di scuole e biblioteche, e alla forte politica di marketing di editori come Mondadori e Piemme. È sicuramente in crescita anche la manualistica tecnica-professionale, tutta l'area della formazione e più in generale tutta l'editoria educational: cresce il bisogno di acquisire competenze che superiscano alla mancanza di flessibilità del mercato del lavoro.

Per non parlare dell'editoria religiosa, con colossi come le Paoline, le Edizioni San Paolo, le Dehoniane, Piemme. Un settore in forte sviluppo, nella prospettiva del Giubileo. Una tendenza che è già in atto, se pensiamo ad esempio la che Bibbia del Giubileo delle Edizioni San Paolo ha esaurito l'intera tiratura, oltre 10.000 copie: ed è in vendita a 990mila lire!.

### **E il resto?**

Il resto soffre. Soffre la saggistica culturale: esperienze come quelle di Bollati Boringhieri, di Laterza o del Mulino non si possono più fare, i costi aumentano mentre diminuisce quel tipo di pubblico. Soffrono soprattutto i piccoli editori, è sempre più difficile emergere in un mercato selettivo e radicale in cui i grandi dominano l'industria dell'informazione e dello spettacolo, le mode e i consumi, mentre ai piccoli rimangono non il mercato, bensì nicchie, microsegmenti di mercato. Può funzionare quando il piccolo editore riesce a coniugare specializzazione e identificazione del pubblico, come per Castelvechi o per Iperborea. I ritmi di cambiamento, di accelerazione dei gusti sono però tali, ormai, che chi non sa prevedere e prevenire gli eventi viene catapultato fuori dal mercato: e se esci, è difficilissimo rientrare.

### **A quali editori sta pensando?**

A Sellerio, a Garzanti, anche ad Adelphi, che mi sembra in un periodo di affanno... È sempre più difficile vivere di eredità anche prestigiose, la via mediana è ormai una terra di nessuno: perché gli altri non stanno a guardare, sono sempre più aggressivi. Penso per esempio a Piemme, ma anche al gruppo Longanesi, che pratica una politica apparentemente non aggressiva, epperò di grande lucidità, velocità e forza distributiva. C'è anche, è vero, chi può ancora permettersi di guardare in tante direzioni, di esplorare aree letterarie diverse: come Feltrinelli, che ha anche la forza di una catena di 34 librerie. Insieme alle Paoline, che hanno 82 punti vendita, è la maggiore catena italiana.

### **Ecco, le librerie: anche lì vale la regola che lei sembra delineare per gli editori, ovvero che il successo non sta più «nel mezzo»?**

Sì, la libreria generalista sta scomparendo, così come non hanno futuro le librerie troppo piccole. Il ritmo di vita dei libri, che escono ormai nella quantità di 140 titoli al giorno, e sono in maggioranza veri e propri fast books che non resistono sui banconi più di 40\50 giorni, trasforma la libreria in una sorta di stazione ferroviaria: più è grande, più a lungo e in maggior quantità può ospitare quei «vagoni» in transito che sono ormai i libri. Le esigenze sono poi sempre più ampie e diversificate, ai settori tradizionali si aggiungono nuove aree di interesse e nuove merceologie, dai periodici al multimediale: la libreria del futuro sarà più grande e decisamente polivalente, più confortevole e dinamica (penso alle strutture modulari della Mel di Roma, che cambia lay-out a seconda delle esigenze e della stagione, ad esempio nel periodo della scolastica). Oppure andrà verso la direzione opposta, verso l'estrema specializzazione in aree commerciali e produttive emergenti.

**Questo significa, ovviamente, che cambierà anche il mestiere di libraio.**

Certo. Stanno modificandosi anche le figure dell'editore e del redattore, che sono ormai un insieme di mestieri, di funzioni, di vocazioni diverse. Ma poiché continua ad essere più difficile vendere un buon libro che farlo, sarà il libraio a dover acquisire competenze sempre maggiori, anche informatiche, anche di gestione economico-finanziaria – per un pubblico «professionalizzato», che richiede più titoli, più velocemente, con più servizi.

### **Che cos'altro potrà significare la «svolta» del 1998?**

Bisognerà entrare in una nuova ottica anche distributiva: con il teleordering e le vendite via Internet, ma anche nell'organizzazione dei singoli distributori.

### **E sotto il profilo istituzionale?**

Mentre il ministro Veltroni conferma l'intenzione di fare presto una legge per il libro, stanno per partire una serie di iniziative. Sul piano dell'internazionalizzazione (potenziando i corsi di lingua italiana all'estero, e cercando di raggiungere tutto il pubblico italofono nel mondo), delle misure economiche e fiscali (accesso al credito più favorevole per editorie librerie), del potenziamento delle biblioteche scolastiche, affinché divengano perno di attività di laboratorio, di animazione, di incontro fra scrittori e ragazzi. Perché la scuola in fondo deve fornire o generare tre cose: cultura di base, metodo e passione.

### **È la scuola, cioè, a creare i lettori?**

L'editore non crea il lettore, crea il cliente. La base è l'istruzione, è lì che si può formare un circolo virtuoso: che si può, cioè, ampliare il numero dei lettori forti (quelli che leggono più di 12 libri all'anno, e che sono oggi il 6% della popolazione, circa 3 milioni di persone), o forse intaccare la percentuale dei non lettori, che è del 50% secondo la Doxa e del 61% secondo l'Istat. Tutti, nell'editoria, dobbiamo essere preoccupati di come costruiamo e coltiviamo il lettore di domani. Molte ricerche provano che l'abitudine alla lettura, alta negli anni delle elementari e delle medie, crolla intorno ai diciott'anni, quando l'adolescente assimila i comportamenti di lettura degli adulti. Cresce anche il distacco fra maschi e femmine, a favore delle donne, che leggono sempre di più, in tutte le stagioni, libri anche lunghi e impegnativi: ci sono tanti segnali della crescente femminilizzazione della lettura, dalla presenza di tante scrittrici nelle classifiche o nei premi, al successo degli Harmony o di autrici come Danielle Steel, Sveva Casati Modignani, Patricia Cornwell.

### **Quali sono i nemici della lettura, allora?**

Non tanto la televisione, che non sradica la motivazione profonda alla lettura, tutt'al più la rallenta. Piuttosto, il mito più dannoso è l'informazione: la battaglia è carta contro carta, il libro contro la falsa illusione di ottenere la conoscenza attraverso un'informazione a pioggia, non selezionata. La lettura è un ecosistema delicato: quando il 49,5% dice di non leggere per mancanza di tempo, allude in realtà

alla frantumazione del tempo interiore, alla mancanza di serenità, silenzio, concentrazione.

**Che cosa si può fare, in questo campo?**

Non illudiamoci, il tempo e la qualità della lettura non aumenteranno. Le ferite di cui stiamo ancora soffrendo sono lunghe da rimarginare, tutti insieme dovremo creare le strutture e le condizioni per un nuovo sviluppo. Anche avviando una vera politica della lettura, purché adeguata: se c'è chi sta affogando a cinquanta metri dalla riva, è inutile gettargli una corda lunga dieci metri...

**Data dell'ultimo aggiornamento: 9 febbraio 1998 ©copyright 1996-98 Informazioni Editoriali I.E, per gentile concessione**

## Vivere vendendo (e leggendo) libri

---

### i Librivendoli

LN – LibriNuovi, da quando esiste, ha sempre dedicato uno spazio alla realtà commerciale del libro e al rapporto che esiste tra essa e la fruizione, disponibilità e qualità del prodotto-libro. Questo percorso, che ha reso LN un'interfaccia molto porosa tra i lettori e chi del libro si occupa professionalmente (librai ma non solo, anche rappresentanti, distributori, editori, traduttori, redattori, tipografi) si articola ora meglio in questo spazio, aperto ad altre voci e ad ulteriori interventi.

Non si tratta, lo vogliamo puntualizzare da subito, di uno spazio mondano, appagato, raffinato e sereno: la situazione del libro e delle librerie non ci permetterà per un lungo tratto di ostentare ottimismo e pace interiore. Non intende neppure assolvere una funzione di ordine sindacale, i librai posseggono propri organismi associativi ai quali fare riferimento per problemi normativi e di categoria. Il suo scopo è, ancora una volta, il dialogo con i lettori, la costruzione di punti di riferimento comuni sul tema del libro e della lettura in Italia.

Dal canto nostro siamo librai e intendiamo restarlo, non vogliamo rendere le nostre librerie «stazioni ferroviarie» dove «ospitare quei vagoni in transito che sono ormai i libri» (vedi G. Vignini cit. in LN 6), siamo stanchi di orari di apertura che ricordano i turni di lavoro di fanciulli settecenteschi, e siamo nauseati dalla qualità, in caduta libera, di buona parte di ciò che ci viene proposto dagli editori. Facciamo resistenza – un po' infantili e un po' disgraziati – e siamo costernati di dover passare sempre più tempo attaccati ad un computer ad «acquisire competenze sempre maggiori, anche informatiche, anche di gestione economico-finanziaria [ibidem]» invece di leggere, suggerire percorsi di lettura, discutere di libri con chi entra nelle nostre bottegucce (non abbiamo grandi spazi a disposizione, noi). Siamo altresì persuasi che il nostro ruolo non sia esaurito, anzi, che eliminando il nostro ruolo di librivendoli, impedendoci di leggere, si finisca per rendere un pessimo servizio all'intero settore. Non crediamo esistano lettori disponibili a prendere sul serio un libraio incerto e senza opinioni, con l'occhio pallato da hacker nottambulo, un libraio che (guarda caso) consiglia (vergonnandosene) proprio uno dei dieci libri segnalati nella classifica dei più venduti, un libraio del quale – tutto sommato – si può fare agevolmente a meno. La graduale scomparsa della figura del libraio rappresenta una grave perdita di competenze e sensibilità, e non solo per pochi romantici. È certo possibile che il lettore si trasferisca armi e bagagli al supermercato, come no, ma l'ipotesi non è così ovvia come appare. I lettori medi e forti non sono semplici consumatori ma appassionati individualisti, motivati e critici, e da come stanno

andando le cose riteniamo più probabile che davanti all'agonia della libreria privata finiscano per rinchiudersi in casa a rileggere gli autori classici preferiti, magari scaricandoli da Internet.

Come sanno anche le pietre (ma apparentemente non i grandi editori), la convinzione è convincente, e non esiste venditore migliore di un libraio che ha davvero letto e apprezzato il libro che presenta. Ma il guaio è che – sempre di più – non c'è tempo, che la libreria media e piccola (la clientela diffusa come la definisce cortesemente RCS Libri) o la libreria «storica», dalla forte connotazione culturale sono strozzature del sistema distributivo, intrinsecamente antieconomiche. Siamo onesti: il sogno dei grandi editori e distributori non sono forse poche, titaniche librerie che vendano tutto a tutte le ore del giorno e della notte, lustre, anonime ed efficienti? Questo permetterebbe loro di eliminare le reti commerciali e le filiali locali, abbassando drasticamente i costi di promozione e distribuzione, oltre a consentire succulenti e faraonici risparmi sugli invii.

Ma come in tutti gli altri settori che hanno già sperimentato questo genere di razionalizzazione, questo felice sogno manageriale comporta una cospicua perdita di posti di lavoro, un grado zero di iniziativa e una caduta a vite della qualità della vita, sia per chi si serve presso questi futuribili megastore che per chi vi lavora.

E poi, probabilmente, non si tratta solo di questo. Su LN 24 (prima serie) veniva citata una frase pronunciata dall'allora Manager Mondadori nel corso di una seduta della Scuola Librai di Venezia. Il Demiurgo in carica all'epoca, più o meno quattro manager fa, aveva candidamente dichiarato che un libraio «non ha il diritto di rifiutare un prodotto Mondadori, questo perché [esso è] frutto di scelte e investimenti insindacabili per lui». Come dire: c'è L'Imprenditore (grande, potente, che investe e produce) e l'imprenditore (con la «i» lillipuziana, quasi invisibile). Effettivamente avevamo già avuto la sensazione che le cose stessero in questi termini. È chiaro che partendo da assunti di questo genere un libraio (per giunta medio, piccolo o storico) che coltivi l'amore per la lettura ed esibisca propri gusti ben precisi diviene, ipso facto, un agente del caos, pericoloso per se stesso e per gli altri.

Questo spazio diverrà così il luogo dove manifestare pubblicamente i nostri irriducibili difetti.

Ma non siamo qui solo per polemizzare o per resistere, difendendo il nostro posto di lavoro e il vostro diritto di lettori di seguire percorsi personali e fecondi di lettura. Vogliamo anche proporre, organizzare, liberare energie. Così i Librivendoli nasce non solo come spazio aperto agli interventi, alle testimonianze, alle riflessioni, ma anche come marchio collettivo – modulare e polimorfo – che organizzerà eventi, incontri, letture pubbliche. Nulla di faraonico, corrivo, troppo rarefatto o prevedibile (almeno speriamo) ma opportunità e occasioni che mettano al primo posto il gesto di leggere, il confronto di esperienze, la riflessione sulla lettura, che – in breve – privilegino la qualità, ovvero, secondo Dietrich Bonhoeffer: «il più potente nemico di ogni forma di massificazione».

Ci piacerebbe riuscire a varare una classifica dei libri che sono piaciuti di più (e non una pletorica classifica dei libri più venduti), ci piacerebbe rompere le tasche esibendo dati sul gradimento reale di un libro molto o abbastanza venduto, saremmo contenti di discutere dei postumi di una lettura e non solo di motivazioni all'acquisto. Infatti – ancora una volta rèprobi – siamo convinti che sia impossibile spezzare il ciclo della fruizione di una lettura in un punto desiderato. Il lettore deluso, infatti, diviene diffidente, sempre più diffidente, fino alla paranoia e alla rinuncia all'acquisto.

Vogliamo invitare fin d'ora tutti coloro che non hanno del tutto perso le speranze, coloro per i quali i giochi non sono ancora chiusi, a partecipare a una giornata di riflessione e di iniziativa su questi temi, la cui data sarà comunicata personalmente a tutti coloro che si metteranno in contatto con noi.

Vorremmo tornare a parlare di libri, per una volta, e non solo e non sempre di indici di rotazione, cash-flow, marketing e sell-out. Vogliamo tornare al punto, insomma, e il punto è leggere.

## **L'importante è far finta di nulla**

---

parte prima: **Massimo Citi**

Essere autori di una previsione che finisce con l'avverarsi procura, insieme alla soddisfazione, un certo grado di amarezza. Tanto più se la previsione riguarda la propria attività professionale e quindi, in ultima analisi, la propria esistenza.

Non era necessario essere Isaia per profetizzare il fallimento del Nuovo Modello Distributivo Mondadoriano. Venduto come panacea di tutti i mali («... questo ragasso ha dato il prodotto alla propria mamma morente e l'ha vista rialzarsi dal letto di malattia...»), presentato come l'avvento del Grande Fratello Benefico e armato di PC, che sapeva alla perfezione che cosa avremmo venduto senza nemmeno una telefonata, si è infine rivelato per ciò che era: un arrogante e maldestro tentativo di scaricare a valle, cioè sulle librerie, il fallimento della propria politica editoriale e commerciale.

Adesso si parla di rese che superano i cento miliardi (quante migliaia di scatoloni sono cento e più miliardi in libri? Cinquantamila, centomila, centocinquantamila? E dentro ogni scatolone quanti libri ci sono? Venti? Trenta? Cinquanta?) e di una drammatica ristrutturazione della rete di promozione Mondadori per le librerie.

Il 1998 l'anno della svolta?

In un certo senso l'ipotesi presentata da Giulio Vignini si è rivelata vera (cfr. LN 6). Il fallimento del piano Mondadori e la susseguente riduzione della rete vendita accelererà la chiusura dei punti vendita minori e periferici. Sempre di più i colossi dell'editoria e della distribuzione punteranno su un numero ridotto di librerie, non per malinteso gusto del management moderno ma per stringente necessità, perché i conti vanno male e si devono ridurre i costi, tagliare, ridimensionare, razionalizzare.

Le Messaggerie Libri hanno chiuso molte filiali periferiche – tra le quali quella torinese – e altre ne chiuderanno. Sempre di più l'editoria italiana è costretta a puntare sulla novità, sul «lancio» che crea fatturato subito, trascurando i rifornimenti spontanei da parte delle librerie, costosi in termini di stoccaggio, di personale e di consegna.

In questo modo un libro pubblicato non più di sei mesi prima è condannato a una precocissima obsolescenza. I riordini tardano e le notizie in proposito sono vaghe, imprecise o decisamente inventate. Le riduzioni / razionalizzazioni del personale hanno fatto in modo che le stesse persone incaricate della contabilizzazione delle rese debbano anche smaltire gli ordini delle librerie. Nonostante le pretese di efficienza il risultato è sotto gli occhi non soltanto dei librai ma anche dei lettori: i libri

richiesti non arrivano, si viene rimandati da un giorno all'altro, da una settimana all'altra.

E questo andamento delle disponibilità, se accelera la crisi dei piccoli punti vendita, finisce anche con accentuare la disaffezione per la lettura.

Farisaicamente sui quotidiani e settimanali giornalisti, scrittori e anime belle assortite – non escluse quelle di salda fede progressista – piangono sulla scarsa abitudine alla lettura in Italia. Ma non capita praticamente mai di leggere informazioni o reportage sul malfunzionamento della rete distributiva. Così questo genere di petizioni di principio, ad un orecchio esercitato, suonano grottescamente simili alle lamentela di un commerciante di carne di maiale che si lagni delle smanie per la carne di tacchino. Ciò che rende ipnotiche e bene accette le sofferenze (anche per i diritti d'autore non percepiti?) di intellettuali e giornalisti di vaglia è per l'appello alla complicità verso lettori di buone intenzioni e cuore puro, che prontamente deplorano («ah, i giovani che non leggono!») mentre si lusingano di far parte della stessa categoria dei Citati, degli Scalfari, dei Serra.

I fatturati dimagriscono, le rese aumentano e l'unica soluzione che i grandi gruppi riescono ad immaginare è di aumentare lo sforzo per riempire le librerie di altre novità, troppo spesso mal scelte, affrettatamente tradotte e peggio corrette, che intasano banchi e scaffali, asfissiano il libraio e mettendo in fuga anche il lettore più benintenzionato.

Chi lavora nel settore ha la crescente sensazione che il punto di rottura sia già stato raggiunto e superato, ma non ha il tempo di riflettere. Ci sono altre scatole di novità da aprire, libri da disporre, rese da preparare, agenti da ricevere. Il cliente è diventato un rompiscatole, un accidente in una giornata interamente dedicata ad aprire e chiudere scatole negli intervalli di tempo non dedicati al computer.

Infatti, per mettere insieme due idee per questo articolo ho dovuto aspettare di essere fuori dalla libreria, a casa, alle 22.50.

Il «sogno delle grandi superfici», ovvero librerie e supermercati che siano in grado di assorbire senza fatica i numeri deliranti che possono permettere ai grandi dell'editoria di tirare il fiato per pochi mesi, ha assunto le caratteristiche di un incubo, per le piccole-medie librerie. I progetti della proprietà – di qualunque proprietà – hanno da sempre un suono mellifluido e modernizzante. «Librerie moderne, luminose, efficienti, che possano esporre nella maniera migliore il prodotto» (per il breve tempo che questo rimarrà disponibile). La velocità nell'arrivo e nella partenza dei libri presentata come frizzante ed eccitante novità, levigato gioco, elegante kermesse. Dietro, giù-e-in-basso ci sono le librerie vicine alla chiusura, il personale delle case editrici obbligato ad un rapporto di lavoro precario – spacciato per attività free-lance – i dipendenti della distribuzione ricattati e obbligati a turni di lavoro massacranti. Questo è il significato pieno della «razionalizzazione» del settore, una linea d'azione che – come sempre accade – viene sempre più accelerata in rapporto al profilarsi del suo fallimento.

E il settore si riduce, si contrae, si impoverisce di passione, di talento, di speranze. Un management stupidamente caparbio continua allegramente a puntare sul sogno di un profitto purchessia da presentare al consiglio di amministrazione della holding di turno, un profitto risicato e con il fiato sempre più corto. Anche il libro, dopo anni di apparente immunità, è vittima del capitalismo nella sua fase matura, basato sulla contrazione piuttosto che sullo sviluppo, sulla sistematica emarginazione di gruppi di operatori, sospinti alla periferia ed infine espulsi dal settore produttivo.

Sta accadendo anche ai librai, come è già accaduto (orrore!) ai lavoratori della siderurgia, ai salumieri, ai rappresentanti di tessuti, alle trattorie toscane... E c'è ancora qualcuno, tra i librai medi e piccoli, che crede di avere abbastanza iniziativa e intelligenza per non essere ingoiato dalla razionalizzazione. Qualcuno che rumina tra sé le stesse illusioni che hanno cullato milioni di lavoratori di ogni parte del mondo e di ogni settore, sicuramente la più ghiotta delle illusioni per chi deve progettare tagli e ristrutturazioni.

L'importante è far finta di nulla, credere che in fondo lo scopo della grande editoria sia quello di vendere libri, e insieme, creare cultura. Ossia il nostro stesso scopo, di librai e di lettori.

E invece no, non è vero. Scopo della grande editoria è quello di produrre profitto. Qui, adesso, ad ogni costo e ad ogni prezzo, macinandolo anno su anno. Altrimenti a rischiare sono le carriere dei manager. Dio non lo voglia!

parte seconda: **Rocco Pinto**

Se il 1997 non è stato un anno positivo, il 1998 è stato un anno ancor più radicale nel delineare le reali dimensioni della crisi.

Quanti 1998 devono ancora venire perché chi opera nel settore cominci a rendersi conto che il livello di riflessione sullo stato del libro è tragicamente inadeguato?

La Scuola Librai Mauri di Venezia invia annualmente ai librai il rapporto dei corsi tenuti, gremito di foto di docenti e discenti come un album di famiglia, accompagnato dall'intervento di qualche intellettuale di spicco – l'ultimo è stato Umberto Eco – tutti più o meno schierati dalla parte del progresso e delle magnifiche sorti del libro, in forma elettronica, telematica, virtuale, tutti accomunati (anche Eco) dall'assoluto disinteresse per lo stato reale del settore. Album di famiglia, si diceva, la grande famiglia intellettuale alla quale anche noi librai ci lusinghiamo di appartenere. Il guaio è che, ovviamente, non siamo una bella famiglia felice.

Abbiamo la necessità di dati e di riflessioni nati all'interno del settore e non dispensati come unica realtà da un gigante della distribuzione unicamente (e giustamente, dal suo punto di vista) preoccupato dalle sofferenze delle proprie ricevute bancarie. A tutt'oggi mancano i dati reali degli invenduti, del reale assorbimento delle novità, dei titoli invenduti perché non ristampati

tempestivamente dall'editore o non stoccati in quantità adeguata dal distributore di turno.

Ognuno di noi librai è tentato di farne un proprio problema, di assortimento, di scelta, di esposizione, di iniziativa. E se non fosse così? Se il problema fosse davvero generale?

Non penso che sia necessario ripetere quanto affermato nell'articolo precedente. Credo sia divenuto urgente avviare una seria riflessione – basata su dati reali – su situazione e futuro del libro.

Lo scopo non è quello di trovare spalle sulle quali piangere ma di cominciare a definire con nostri strumenti, e valendoci della collaborazione di altri soggetti del settore (rappresentanti, grossisti, responsabili commerciali di piccoli e medi editori), tendenze e prospettive del libro.

Abbiamo la semplice ambizione di farne un punto di partenza, un'occasione per confrontare dati ed esperienze, il via a un lavoro non breve e non facile e che, forse, arriva già a tempo scaduto. Ma noi ci siamo stancati di semplici lamenti e di buone intenzioni. E voi?

### **I Librivendoli**

Come osservava un amico libraio: «...Ogni anno che passa questi qua (i manager editoriali / distributivi) diventano sempre peggio, sempre più aggressivi e protervi». Se qualcuno ne vuole una prova non ha che da leggere l'intervista apparsa su *Tirature* 1999 – autori editori pubblico, a cura di V. Spinazzola, Il Saggiatore Editore, concessa da Luciano Mauri, presidente delle Messaggerie Italiane, a Fabio Gambaro.

Già il titolo: *La lettura è legata alla modernità* suona fortemente ambiguo, coniugando il bene supremo per tutti (la lettura) con la modernità, un formidabile feticcio ideologico che nessuno ha la sconsideratezza di sfidare. E poi, di quale modernità parla, Mauri?

Ovviamente dell'unica modernità concepibile oggi, fondata sull'assunto che si sia destinati a uno sviluppo quantitativo ininterrotto, che le opportunità, le occasioni, la ricchezza – e soprattutto gli irriducibili indici che le misurano – non possano far altro che crescere. Così in meno di dieci pagine Mauri presenta l'ultima release del verbo manageriale in editoria che recita:

- a. Gli italiani sono ignoranti e quindi leggono poco, oppure leggono poco e quindi sono ignoranti. La colpa è di tanti, ovvero non è di nessuno. Ma la situazione non può che migliorare.
- b. Il numero di titoli pubblicati è un preciso segnale dello sviluppo del settore (l'hanno già detto Mondadori e Rizzoli, Messaggerie non è da meno).
- c. Solo facendo molti titoli nuovi si possono vendere anche i titoli vecchi (pagina 160), ma rendere disponibili i titoli vecchi è difficile e costoso e quindi non abbiamo più intenzione di farlo (pagina 165).
- d. Noi (loro) abbiamo i dati veri sulle vendite dei libri ma nessuno ce li chiede. E così gli intellettuali e gli universitari fatalmente parlano a vuoto. In tutti i casi i librai devono imparare a fare il loro mestiere. E per questo c'è la Scuola Librai.
- e. I librai devono accettare il fatto che non è (più) loro compito scegliere i libri, né tantomeno criticare o giudicare le scelte editoriali. Devono invece curare l'esposizione e l'assortimento, ruotare il magazzino, pagare puntualmente le ricevute bancarie e accogliere con gioia l'arrivo delle novità.

Un simile atteggiamento i librai, e non solo loro, probabilmente se lo meritano. Se anche Mauri si cimenta, sul modello di Gian Arturo Ferrari della Mondadori, nell'insegnamento del mestiere a duemila e passa librai italiani che – fino a prova

contraria – sono suoi clienti, dev'essere accaduto qualcosa che abbiamo dimenticato o rimosso, deve esserci uno snodo, un episodio che ha mutato le coordinate del sistema.

Sarà per questo – detto en passant – che Tirature 99 non tenta neppure un accenno di contraddittorio e, parlando di distribuzione libraria, non dà la parola a nessun libraio? Eppure non parrebbe poi così irrilevante fornire ai lettori anche il parere di un professionista della distribuzione al pubblico e non solo quella di un big della distribuzione alle librerie. Siamo dunque divenuti tutti così ininfluenti?

Nel corso dell'intervista Mauri fa cenno ad un livello minimo di vendite per salvare o meno un titolo in commercio, ossia di «almeno duecento copie all'anno».

Non è molto, penserà il lettore, in fondo gli italiani sono 60 milioni. È vero, ma a leggere sono decisamente meno della metà, e a leggere abitualmente molti meno, e sono numerosi i titoli che escono con tirature che non superano le 2/3.000 copie.

Il calcolo è presto fatto: ipotizziamo un titolo di saggistica stampato in 2.000 copie alla prima tiratura. Di queste le copie effettivamente vendute nel corso del primo anno di uscita, ovvero vendute ai lettori e non solo ai librai, sono state 1.000, un andamento tutt'altro che raro. Nel corso del secondo anno dall'uscita vi sono ancora 150 ordini da parte delle librerie d'Italia e Messaggerie queste copie (forse) le fornirà ancora, ma al terzo anno basta, chiuderà i rubinetti. Il titolo, infamato con l'appellativo «a bassa rotazione», cesserà semplicemente di essere distribuito.

E al lettore che nel 1999 giunge in libreria fiducioso dicendo: «È un titolo recente, è uscito nel 1997» l'unica risposta possibile dovrà essere: «Ma si figuri, è a bassa rotazione. Legga piuttosto Wilbur Smith, che è sempre disponibile.»

Ma stiamo scherzando? Si parla di libri, ossia di cultura, il fondamento immateriale della civiltà, un bene che – sorge il dubbio – è davvero troppo fragile ed essenziale per essere amministrato dai manager editoriali.

E le case editrici, che sono l'altro polo della clientela delle Messaggerie, cosa dicono? Poco o nulla, parrebbe. È pur vero che non poche tra loro sopravvivono anche grazie agli anticipi versati dalle Messaggerie sulle copie distribuite, ma questo non è vero per tutti e comunque quella di lasciarsi strangolare lentamente dal proprio partner può sembrare una buona idea giusto a dei masochisti ubriachi.

Ma le convinzioni di Mauri non sono evidentemente solo sue e rappresentano la linea d'azione dominante nel comparto. Tuttolibri infatti ha da poco pubblicato un breve articolo sulle opportunità fornite dalla stampa digitale, che permette di ristampare in poche copie qualsiasi libro scarsamente disponibile. Certamente si tratta di un'ottima idea (non nuova, peraltro, basti leggere l'intervista all'editore Trauben pubblicata su LN 2, primavera 1997), sicuramente utilissima, ma la stampa digitale non crea i libri e, naturalmente, non può risolvere le difficoltà della piccola e media editoria, che per lo più non nascono da difficoltà nel produrre ristampe quanto nel renderle disponibili alle librerie, ovvero convincere il distributore a distribuirle...

«Beh, ma le Messaggerie non sono l'unico distributore italiano.»

È vero, ma per una libreria media o medio-piccola che non vive esclusivamente di best-seller la mancata consegna di un titolo ordinato (in realtà i titoli non consegnati dalle Messaggerie sono mediamente il 20-30% a ordine, con punte che possono arrivare al 60%, e di questi non più del 5-10% sono effettivamente in ristampa o esauriti) costituisce un danno non solo economico ma anche – e grave – di immagine.

I mancanti sono nella maggior parte dei casi (anche se non esclusivamente) esattamente i famosi «titoli a bassa rotazione», transitati dall'essere pocorotanti alla virtuale inesistenza. Ma la colpa è degli editori, assicura Mauri, e gli editori si inchinano, vanno alle riunioni con le Messaggerie e annuiscono. Probabilmente sperano anche loro nel futuro sognato da Messaggerie e Mondadori, fatto di megalibrerie da 5.000 metri quadrati, le uniche che possano ospitare la megaproduzione di novità che ci attende.

A proposito. Mauri spiega che un maggior numero di novità è un segnale di salute per la cultura italiana e che «finalmente l'Italia si sta allineando con la produzione straniera».

Si guarda bene dal dire che non esiste uniformità a livello mondiale neppure nella definizione di «libro», dal momento che, tanto per fare un esempio, in Germania può essere considerato un libro – ai fini statistici – anche un foglio A3 piegato in otto. E non basta: non solo Mauri non azzarda calcoli controproducenti come, per esempio, dividere il numero di titoli per il numero di lettori abituali – quoziente che risulterebbe disastroso – ma neppure accenna al problema della lingua. Sì, perché a leggere in italiano ci sono soltanto gli italiani mentre a leggere in inglese, francese, tedesco, spagnolo sono in tanti, sparsi per tutto il mondo. Esistono – è vero – ostacoli nella circolazione di libri omofoni in aree geografiche differenti, come ricorda anche Paola Dubini in *Voltare pagina*, Etaslibri 1997, ma nulla di paragonabile, ovviamente, all'ostacolo insormontabile costituito dal fatto che l'italiano è comunque una lingua poco diffusa. E in tutti i casi la presunta «ricchezza» data dall'iperproduzione di titoli è solo un discutibilissimo parere dei giganti del settore, non una verità rivelata. Basti citare Peresson in *Come e dove si legge*:

...Francia e Italia hanno lo stesso numero di abitanti, ma un differenziale molto marcato nel rapporto tra numero di copie stampate e numero di abitanti (...) e nel fatturato per abitante. Il minor numero di copie stampate per abitante (...) rappresenta un rudimentale indicatore della propensione alla lettura....

E allora, come la mettiamo? La tiratura media delle opere pubblicate in Italia è in calo dall'inizio degli anni Novanta e, se dobbiamo credere nel parere di Peresson, abbiamo ben pochi motivi per credere nell'ottimismo di Mauri.

In realtà è proprio la profonda crisi dell'editoria a spingere un management pseudomoderno a tentare di salvare innanzitutto se stesso, a qualsiasi prezzo. La ristrutturazione da tempo attuata nel settore, una ristrutturazione basata su

licenziamenti, prepensionamenti, diffusione del lavoro nero (gabellato da attività di consulenza), permette ai grandi editori di puntare su un ventaglio di titoli a bassa tiratura, piuttosto che puntare su pochi titoli ad alta tiratura. Questo scarica a valle, ossia sulle librerie, buona parte del rischio d'impresa (alla faccia di tutta la retorica neoliberista che circola ultimamente), obbligandole a sovraccaricarsi di titoli sempre più spesso maltradotti, poco curati e/o decisamente insulsi, al solo scopo di fare fatturato a tutti i costi e salvar l'anno (e il posto dei manager in questione). Le librerie, certo, renderanno gli invenduti (una percentuale che cresce di anno in anno), se non altro per ospitare altri titoli, ma a guadagnarci comunque da tutto questo movimento, questo balletto di libri sbattuti sui tavoli delle librerie e risbattuti a tempo di record negli scatoloni per tornare al mittente, sono esattamente (e solo) i distributori come le Messaggerie.

Si comprende facilmente, a questo punto, l'ostinazione feroce nel caldeggiare la necessità di sempre più ampi spazi per la vendita. I librai dotati di un minimo di discernimento, infatti, cercano di sottrarsi a questa kermesse, si sforzano di valutare i titoli in anticipo, di controllare il proprio assortimento. Non sono semplici terminali della filiera editoriale, ma in non pochi casi un filtro all'iperproduzione. Sono probabilmente questi i «cattivi librai» dei quali parla Mauri, quelli che, pur avendo frequentato la Scuola Librai, se ne sono tornati a casa con un proprio gruzzolo di idee e convinzioni.

Ma sono forse troppo pochi e ancor più sono isolati. Ecco la risposta all'osservazione riportata all'inizio dell'articolo. C'è un solo modo per rispondere all'aggressività del management: cominciare a ragionare sulla situazione. Noi non abbiamo in tasca soluzioni, né proposte immediatamente efficaci. Ma crediamo che cominciare a riflettere sullo stato delle cose possa essere un primo passo in avanti. Crediamo anche che altri soggetti – rappresentanti, distributori locali, editori di qualità – rischino quanto noi di essere emarginati o omologati, perdendo motivo di esistere. Per questo vi invitiamo martedì 30 marzo all'incontro: Librerie indipendenti: le ragioni per (r)esistere presso la libreria La Torre di Abele alle ore 21.00. Proprio per cominciare – insieme – a pensarci.

## **I Librivendoli**

...Il servizio alla clientela degli americani è migliore e inoltre ritengo che facciano più attenzione a essere buoni venditori che non profondi conoscitori dei libri che vendono ... Il numero di librai indipendenti americani è passato da quasi due terzi sul mercato del 1972 a meno di un quinto oggi... Penso anche che la vendita via Internet avrà un ruolo importante.

Così Alan Giles, direttore generale di Waterstone's (una delle principali catene di vendita librerie nel Regno Unito), alla Scuola Librai edizione 1999.

Deprimente, non è vero? Ma siamo solo all'inizio. Continuiamo con l'intervento di Herbert R. Lottman (La rivoluzione libraria), pronunciato nella stessa occasione.

...L'obiettivo di FNAC, nel lungo termine, assieme ai suoi partner italiani [Feltrinelli, si suppone, N.d.R.] è l'apertura di 30 librerie in Italia focalizzate su città prospere di medie dimensioni.

In entrambi gli interventi vengono frequentemente citate le librerie di grande ed enorme superficie (superlibrerie, le chiama Lottman) con 150.000 titoli a stock e 3.000 metri quadrati di superficie, prospettandone di ulteriormente grandi (iperlibrerie? gigitalibrerie? theralibrerie?) con 300.000 titoli e superfici di 6.000 metri quadri.

A parte la sensazione di schiacciante inferiorità dovuta al fatto di lavorare in librerie che non superano i duecento metri quadri, ben lontane dall'aver a stock un simile numero di titoli (anche in omaggio al minaccioso e onnipotente iR o indice di Rotazione), l'impressione che si ricava dalla lettura di tali articoli e interventi è di una frenesia quasi carnale per il gigantismo (sinergie, sinergie...) che ricorda molto la corsa al tonnellaggio delle corazzate dei primi anni del secolo.

Esattamente come nel caso delle Marine da guerra di inizio secolo ciò che sembra mancare completamente nelle cifre sparate a bordata è l'elemento umano. E non parliamo soltanto di autori, librai, editori e altri simili operatori, qui definitivamente standardizzati in un meccanismo di profitto senza controllo, ma soprattutto dei lettori, intesi come individui autodiretti tesi al soddisfacimento di una necessità di formazione, rigenerazione o ricreazione.

Si obietterà che in una libreria dove sono presenti 150.000 o 300.000 titoli qualsiasi lettore, anche il più stravagante, potrà trovare il libro che cerca, ma ciò che non viene minimamente spiegato è il meccanismo che ha necessariamente condotto alla nascita di simili «mostri».

E il nostro discorso non può che partire proprio dal famoso e già citato iR (indice di Rotazione).

Che il magazzino debba «ruotare», ovvero che l'investimento in stock debba essere premiato e non restare immobilizzato, è una verità lapalissiana anche per chi non è stato alla Bocconi. Che si possa e si debba calcolare l'iR anche per argomento (libri per ragazzi, libri scolastici ecc.) o per casa editrice è sicuramente una condotta lodevole, tenendo presente che non si può ragionevolmente pretendere che lo scaffale di libri di poesia «ruoti» con la stessa velocità di quello dei gialli economici. Ulteriori e più complesse misurazioni sono possibili e in certi casi auspicabili, sempre commisurando il beneficio rispetto al costo di trascurare aspetti altrettanto vitali della propria attività.

Una libreria che tenga sotto controllo in maniera tanto raffinata il proprio stock è in grado, presumibilmente, di giungere ad eliminare definitivamente dal proprio assortimento titoli che ruotino a una velocità troppo bassa. Finché seduto davanti alla tastiera del PC vi è un libraio, ovvero un soggetto in qualche modo abilitato anche dalla personale conoscenza del proprio pubblico, da propri gusti e convinzioni personali, dall'esigenza di creare percorsi culturali a favore della propria clientela, la scelta dei titoli da eliminare sarà guidata da un elemento umano. Se il libraio sbaglia sarà il primo a pagare per le proprie errate valutazioni, se indovina è bravo.

44 | La ricerca di un ragionevole profitto è certamente un elemento che pesa in questo genere di valutazioni, ma non è il solo, o, perlomeno, è temperato da altre esigenze. Ma ora proviamo a postulare che a «decidere» lo stock sia esclusivamente l'iR.

Scaffale di Archeologia: previsione 50 titoli. Domanda: quali sono i 50 titoli che hanno avuto il più alto iR negli ultimi 5 anni? Bene, ne compriamo 3 ciascuno. Se entrano novità con un iR più alto il PC provvederà automaticamente ad eliminare i titoli più lenti, senza alcun riguardo per il nome dell'autore o per il valore intrinseco del libro.

Se la libreria è piccola i titoli saranno 10, se grande 50, se grandissima 200 o 300, numeri ovviamente suscettibili di fluttuazioni in rapporto ai momenti e alle mode. Il criterio dell'iR sarà comunque rispettato. D'altro canto, per citare Alan Giles, si tratta di essere «buoni venditori, piuttosto che profondi conoscitori dei libri in vendita».

Al lettore non resta così che accomodarsi presso la superlibreria di turno, dove certamente troverà il suo libro, purché a iR sufficientemente alto. Non quasi come se si trattasse di marche di maionese, ma esattamente come se si trattasse di marche di maionese o barattoli di pelati.

Ma il fatto è che la capacità di «proporre» un titolo al pubblico non è la medesima, ed è in rapporto alle dimensioni dell'editore e alle sue caratteristiche.

Solo i grandi editori possono attuare una politica commerciale aggressiva e «invadere» le librerie, rendendosi così ben visibili. Non solo, le esigenze della distribuzione rendono difficile la vita dei medi e piccoli editori, basti citare Angelo Tantazzi (Previsioni economiche mondiali nel bollettino n° 17 della Scuola Librai, p. 17):

... se il fatturato complessivo non aumenta, la concorrenza si acuisce, ogni operatore lotta a spese dell'altro, e questo avviene sia all'interno della distribuzione che nel rapporto tra produttori e distributori.

L'andamento del nuovo sistema di distribuzione attuato dalle Messaggerie, con la centralizzazione dei magazzini, ne è un eccellente esempio: nel breve volgere di un paio d'anni il numero di librerie clienti delle Messaggerie è drasticamente diminuito, esattamente come è aumentato il numero di titoli in commercio che, a insindacabile giudizio delle Messaggerie medesime, sono «non disponibili» o perennemente «in arrivo».

Qui ci avviciniamo al nocciolo del problema. Se a essere penalizzati sono proprio i piccoli e medi editori indipendenti, su quali garanzie possiamo contare (come librai, ma anche come cittadini) per la realizzazione di un'effettiva libertà di stampa?

In democrazia non sono necessariamente le maggioranze ad avere ragione (John Stuart Mill), ma la dittatura dell'iR configura con tutta evidenza un meccanismo che premia sistematicamente il più piatto conformismo, ovvero alternative culturali prive di spessore (ad es. la New Age, gli UFO di Rosswell o il culto di Padre Pio). Non solo, come nel caso dell'industria cinematografica, la riproduzione finisce con il soppiantare la produzione, nel tentativo di azzerare il rischio commerciale e finendo con il ritagliare infiniti cloni da pochi modelli di successo.

La ricerca affannosa di un profitto non ragionevole, che comporta l'offerta di quanto piace alla gente, è un intento semplicemente perverso, che prospera in una zona grigia dove è arduo stabilire la reale autonomia di scelta di chi riceve il messaggio. Ma è anche l'unica ragione di esistenza di molti grandi editori, ormai divenuti parte di imprese sovranazionali tese unicamente a raggiungere margini di profitto omogenei in ogni settore di attività, dagli abiti, ai cannoni, ai libri. Non a caso Hachette, il grande editore francese (citato da Lottman), «fa parte del gruppo Lagardère che oltre che occuparsi di editoria e distribuzione del libro produce armamenti [...]»

In realtà le superlibrerie, nodi di grandi catene librerie internazionali, nascono e sono rese possibili proprio dal livellamento dei gusti, da una calcolata e incoraggiata asfissia di interessi e senso critico, ovvero dalla metamorfosi compiuta da cittadino a consumatore massificato. Una volta aperte e sviluppate, le brillanti e inoppugnabili argomentazioni degli esperti invitati alla Scuola Librai si mostrano molto meno scintillanti e seducenti di quanto appaiano a prima vista. Spogliate delle suggestioni moderniste e della rilucente potenza delle cifre si rivelano per ciò che sono: attività di pubblica relazione per conto delle imprese di appartenenza.

Nonostante le seducenti scenografie e l'apparenza imperiale, le superlibrerie rappresentano il capolinea del libro, luoghi che, in tendenza, raccolgono e distribuiscono un'editoria depurata e sterilizzata, la cui stessa esistenza testimonia di una selezione di autori e temi ormai definitivamente avvenuta.

*In Italia non siamo ancora arrivati a un punto di non-ritorno, ma gli eventi procedono a una velocità che non concede pause di riflessione.*

*A rischiare non sono, con tutta evidenza, le sole librerie indipendenti, ma anche gli editori di cultura, schiacciati tra le calcolate inefficienze della distribuzione, il numero crescente di librerie in sofferenza e un'insufficiente visibilità.*

*A testimoniare una preoccupazione ben viva pubblichiamo di seguito, con il permesso dell'editore, alcuni brani della prefazione scritta da Alfredo Salsano, coordinatore editoriale per la casa editrice Bollati Boringhieri, al libro *L'Editoria senza editori* di André Schiffrin, in uscita a gennaio 2000.*

### **Alfredo Salsano**

( ... ) La storia della Pantheon Books e poi di The New York Press di cui si leggerà l'appassionata ricostruzione ad opera del protagonista di quarant'anni di storia editoriale non solo americana, è per molti versi esemplare della grande trasformazione che ha colpito il mondo del libro negli ultimi decenni e in particolare negli anni novanta.

46

«Si può dire senza tema di sbagliare – scrive Schiffrin – che l'editoria mondiale è cambiata di più nel corso degli ultimi dieci anni che nel secolo che lo ha preceduto. Questi cambiamenti sono particolarmente notevoli nei paesi anglosassoni che appaiono come i modelli di quel che rischia di verificarsi altrove nei prossimi anni. Negli ultimi anni le case editrici sono state comprate le une dopo le altre da grandi gruppi internazionali. In Inghilterra e in America la maggior parte di questi grandi gruppi sono immense holdings che regnano nel campo dei mass media, dell'industria del divertimento oppure di quelle che vengono chiamate ora le industrie dell'informazione.»

( ... ) Si è imposta una nuova ideologia che invoca il mercato mentre afferma che «non spetta alle élites imporre i loro valori all'insieme dei lettori, spetta al pubblico scegliere quel che vuole, e se quel che vuole è sempre più modesto e volgare, tanto peggio». Le scelte editoriali hanno subito una distorsione: «la decisione di pubblicare questo o quel libro non è più presa dagli editori ma da quello che si chiama il “comitato editoriale” (*publishing board*) dove il ruolo essenziale è tenuto dai finanziari e dai commerciali» che sono in grado di imporre, in base alla valutazione dell'esistenza o meno di un pubblico preconstituito per ciascun libro, una vera e propria «censura del mercato» in grado di bloccare qualsiasi opera nuova ed originale in quanto per definizione priva di quella audience che va al noto e al corrivo. Ma soprattutto «la concentrazione crescente ha portato i grandi gruppi a esigere tassi di rendimento spettacolari. Nella maggior parte delle case editrici americane dagli anni venti sia in periodo di prosperità sia durante la grade depressione, i tassi medi si aggiravano intorno a 4 per cento al netto delle imposte, tanto per le case molto commerciali quanto per le più rigorose dal punto di vista intellettuale [ ... ]. I nuovi proprietari delle case assorbite dai grandi gruppi esigono che il rendimento

dell'editoria libraria sia identico a quello degli altri settori della loro attività: giornali, televisione, cinema ecc., tutti settori notoriamente molto remunerativi. I nuovi tassi di profitto scontati si collocano dunque in una zona compresa tra il 12 e il 15 per cento, cioè tre o quattro volte di più del livello tradizionale dell'editoria».

Di qui la centralità dei best-sellers.

( ...) È l'editoria manageriale che anche in Italia parla di razionalizzazione per lo sviluppo ma in realtà produce qualcosa come desertificazione.

( ... ) Non che la produzione e la distribuzione del libro debba prescindere da criteri di sana gestione, né da competenze specifiche che non possono essere le stesse ai tempi di Mondadori (Arnoldo) e ai tempi di Mondadori (Berlusconi): un intervento manageriale è indispensabile quando si passa dalla dimensione artigianale, familiare a quella di un'industria razionalizzata; ma in questo come negli altri settori il manager non può sostituire l'imprenditore. Ogni libro di una casa editrice di cultura è una innovazione di prodotto, mentre la logica dell'editoria di massa condotta managerialmente si basa e non può non basarsi sulla iterazione di pochi tipi di best sellers.

Gli esempi di questo avvento di una «editoria senza editori » liberale al punto da lasciare al solo mercato – lo stesso mercato del fast food e dell'entertainment – la decisione sulla pubblicabilità di quelle che un patetico arcaicismo continua a designare come «opere dell'ingegno» non mancano neanche in Italia, con il passaggio di gloriose case editrici di cultura alla distribuzione di scadenti prodotti cinematografici, la riproposta a vil prezzo di un catalogo che non tarderà a mostrare i suoi limiti e la subordinazione della produzione a criteri di rendimento immediato. Si è assistito più volte anche da noi alla ripetizione dello stesso scenario:

In un primo tempo il gruppo acquirente pubblica una dichiarazione entusiastica, facendo le lodi della società acquistata e promettendo di mantenerne le gloriose tradizioni: non ci sarà alcun cambiamento importante e, per quanto possibile, non ci saranno licenziamenti. Poi si annunciano economie assolutamente necessarie per migliorare l'efficienza: i servizi amministrativi saranno unificati e ben presto la contabilità, i magazzini, i servizi di spedizione si ritrovano sotto lo stesso tetto. Poi si riuniscono le forze di vendita; poiché è inutile che lo stesso territorio sia coperto da équipes diverse. Dopodiché si scoprono infelici sovrapposizioni nel campo della produzione editoriale, il che richiede certe razionalizzazioni. Poiché il numero dei titoli diminuisce ci si priva dei servizi di alcuni direttori editoriali e dei loro assistenti ( ... ). Per finire si annuncia la creazione di una nuova struttura editoriale che sarà comune alle varie sezioni dei cataloghi collettivi, si tratti di riprese in libri tascabili di vecchi titoli o di novità prodotte superando le vecchie e «inefficienti» divisioni del lavoro.

Il risultato, nel complesso, è quello cui abbiamo alluso con il termine «desertificazione», per analogia con quanto i grandi gruppi della biochimica realizzano nel campo dell'industria agroalimentare: dopo alcuni anni di uso di pesticidi e di concimi chimici su monoculture di cui si detiene il controllo delle sementi, il suolo si isterilisce e lascia il posto al deserto, negli Stati Uniti come nel cosiddetto Terzo

mondo. E tutto lascia pensare che le biotecnologie che hanno preso il posto della «rivoluzione verde» normalizzando e depauperando il patrimonio genetico – riducendo la biodiversità – porteranno a nuove catastrofi cui solo un'accresciuta dipendenza dalla tecnica potrà porre temporaneo rimedio...

Così, nel caso del libro, quella che potremmo chiamare la monocultura del best sellers minaccia di perfezionare un'analogia desertificazione ( ... ) [e] il futuro della piccola editoria, stretto com'è tra stasi del mercato, difficoltà della libreria e acquisizioni eventuali, appare ben difficile.

( ... ) Forse è giunto il momento di un pacifico divorzio tra gli interessi finanziari che impongono un'inflazione di titoli a bassa tiratura per consentire con l'occupazione delle basse superfici la forte rotazione di un numero inevitabilmente limitato di titoli a prezzi medio-bassi gestiti managerialmente da una parte e gli interessi imprenditoriali dell'editore e del libraio di cultura o di proposta che sopportano rotazioni più lente e prezzi unitari più alti in cambio di una disponibilità nel tempo di un servizio personalizzato dall'altra. Con tutti i problemi che pone un sistema distributivo tutto orientato verso il primo modello. Ma se si riuscisse a far vivere il secondo, già presente in embrione nella attività professionale di singoli librai e a cui tende naturalmente tra mille difficoltà la produzione di vecchi e nuovi editori di cultura, la desertificazione sarebbe in parte scongiurata. A scopo di lucro, beninteso.