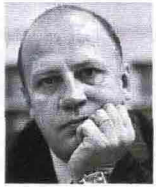


CULTURA

STEFANO MAURI POLEMICA

Non sparate sul libro



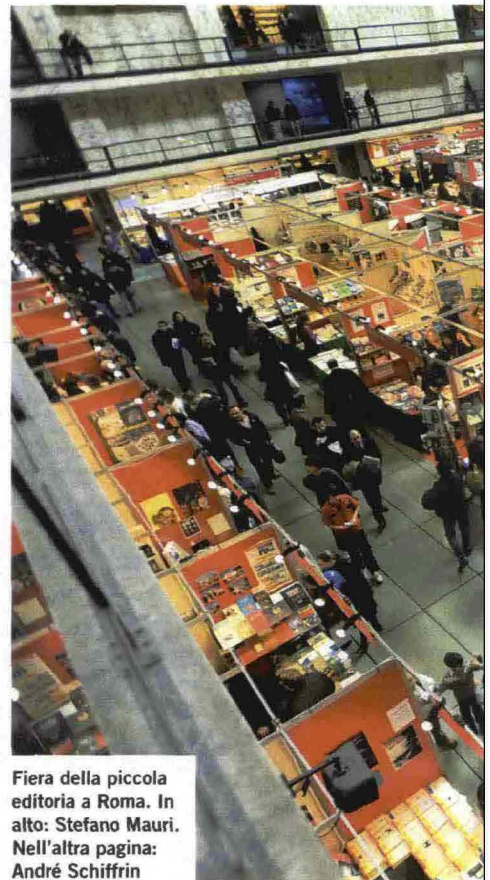
Sbaglia chi dice che i piccoli editori sono i guardiani della qualità mentre i grandi badano solo al mercato. E non sono pensabili scenari apocalittici. Dati alla mano, la situazione in Italia è eccellente

Dieci anni fa Jeff Bezos diceva che non credeva nell'e-book, Bill Gates, sosteneva invece che entro il 2007 avrebbe soppiantato il libro. Hanno sbagliato entrambi. I tecnofan profetizzano che nel 2020 il mercato degli e-book sarà pari a quello del libro o più. Ma non è possibile prevedere cosa accadrà. Per ora è lo 0,5 per cento. E oltretutto dobbiamo prima capire cosa è accaduto al nostro mercato facendo giustizia della retorica del lamento sempre e comunque. E anche della contrapposizione tra piccolo e grande (in fondo facciamo parte della stessa comunità, allo stesso tempo inattuale e costantemente tesa ad ammodernarsi) che rischia di offrire una visione distorta della realtà. André Schiffrin, il "guru" dei piccoli editori (mi perdoni se lo prendo a emblema) e autore di "Il denaro e le parole", uscito per i tipi di Voland, sostiene, nel libro e in un'intervista a "il Messaggero", che l'80 per cento dell'editoria libraria negli Usa e in Germania è in mano a capitali "finanziari-mediatici" e che in Italia è ancora peggio. Il tutto con una tendenza inevitabile al peggioramento. Questo non è vero. E valga la mia testimonianza.

Una ventina d'anni fa cominciai a lavorare alla Longanesi. Qualcuno si ricorda quell'epoca? Era una piccola azienda con 15 dipendenti che cresceva ma non guadagnava. Era in corso la lotta per il controllo della Mondadori troppo indebitata dopo l'avventura televisiva. Einaudi era sull'orlo del fallimento, sotto processo per bancarotta fraudolenta. Boringhieri aveva già venduto ai Bollati, RCS scopriva il profondo buco di bilancio causato dai crediti del ramo rateale della Fabbri, la Garzanti perdeva anno dopo anno. Insomma l'editoria

di maggior qualità era un mestiere pericoloso. Non erano sbagliate le scelte editoriali ma spesso la disattenzione snobistica alla gestione e un mercato asfittico avevano creato problemi. C'erano due gruppi "finanziari-mediatici" appunto, Mondadori ed RCS e una lunga serie di medi e piccoli editori. Da allora il panorama è molto cambiato. È aumentato il numero degli editori, è aumentato il numero delle novità (quelle per ragazzi sono raddoppiate), i lettori sono passati dal 37 per cento al 46 per cento, i gruppi sul mercato sono oggi cinque e i tre che si sono sviluppati, **Gems**, Feltrinelli e Giunti, sono indipendenti, cioè per lo più impegnati nel settore librario e di lunga tradizione familiare.

E allora, dove nasce l'equivoco? Nasce dall'utilizzo di una discriminante quantitativa, le dimensioni dell'editore, come se fosse un elemento qualitativo. Proprio da parte di chi poi nega dignità ai dati quantitativi, cioè al mercato. Una logica paradossale: Schiffrin arriva a dire che solo i piccoli editori possono pubblicare libri che i grandi non possono pubblicare. Non mi risulta che sia così in Italia. Ben maggiori sono le pressioni su altri mezzi più di massa. Posso parlare solo per me, non mi risulta che ci siano mai state censure dettate da prudenza diplomatica. Né ho mai discriminato per le idee politiche un editor. È capitato di respingere libri palesemente inesatti o scopiazzati o di cattiva qualità o incompleti o ancora testi che diffamavano senza solide basi. Sono stati rifiutati per rispetto del lettore. Questo è in definitiva il valore che l'editore aggiunge col suo marchio. Cito due episodi occorsi anni fa. Rifiutai il romanzo di Dragomira, detta Michelle, Bonev perché non mi sembrava ben fatto. Viceversa sembra che il ministero dei Beni



Fiera della piccola editoria a Roma. In alto: Stefano Mauri. Nell'altra pagina: André Schiffrin

Culturali che lesina gli spiccioli per la promozione della lettura agli editori, le avrebbe assegnato più di un milione per un film. Triste. Mi capitano tra le mani i presunti diari di Mussolini, chiarissimi che avrei dovuto predisporre perizie calligrafiche, storiche e linguistiche e i venditori evaporano. Chissà perché? E ancora, Schiffrin lamenta che i cataloghi di oggi sono meno seri di quelli di ieri. Ma questo dipende dal punto di incontro tra domanda e offerta. Stampare libri che nessuno acquista serve solo a riempire i magazzini e far fallire gli editori o renderli meno autonomi. Farli finanziare dal ministero porta a moltiplicare le Dragomire non l'alta letteratura. Ma la notizia più stupefacente tenuta segreta da questa retorica è che dal 2000 a oggi il mercato del libro in termini reali è quasi raddoppiato stando ai dati AIE (Associazione editori italiani), in un Paese il cui Pil viceversa scivola. Sono stati gli anni della legge sulla regolamentazione dello sconto, adottata in Italia in una forma piuttosto elastica tenendo conto della realtà del Paese. Una forma che ci ha preservato dalla crisi degli editori dei Paesi più liberisti, senza più l'autonomia per fare il loro lavoro.



ro e dall'ingessatura dei Paesi più regolamentati i cui lettori non hanno goduto come noi della lunga stagione delle vendite alligate inaugurata da "Repubblica", che ha portato nuove risorse ad autori e editori e molte ottime biblioteche nelle case degli italiani. È cambiata la distribuzione negli ultimi vent'anni. Per iniziativa soprattutto dei gruppi. Una situazione che a prima vista non è ideale. Gli stessi editori diventano anche librai. Ma la verità è che sono proprio questi investimenti ad aver creato lo sviluppo. Non c'era in giro nessun Benetton del libro disposto a costruire una catena di librerie. In Italia, grazie al fatto che i gruppi si sono impegnati in prima persona, c'è stato uno sviluppo concorrenziale in ogni canale di diffusione del libro. A vantaggio di tutti. Con gli indici di lettura più bassi d'Europa abbiamo però il quarto mercato. Rispetto a vent'anni fa oggi il lettore può scegliere se acquistare libri in libreria, al supermercato, in edicola, da casa propria su Internet (e anche in e-book). Può scegliere edizioni super economiche o le offerte del momento se vuole risparmiare. E dal punto di vista dell'autore (e del pluralismo) ancora meglio: ci sono 2 mila editori in più, ci

sono cinque anziché due gruppi forti, ci sono più agenti letterari di prima. Ci sono solide Maisons per ogni palato. C'è un'intera generazione di nuovi lettori che si è letta un romanzo di migliaia di pagine, "Harry Potter". Ci sono per gli autori e i piccoli editori mille modi per promuovere libri grazie a Internet. Gli autori italiani non hanno mai avuto tanto successo. Certamente un grande editore è avvantaggiato dalla forza negoziale. Come in tutti i settori. Ma nemmeno tanto se si è consapevoli della dimensione artigianale e personale del nostro mestiere, che ancora crea gran parte del valore. Da quando Nielsen rileva il mercato, due fenomeni sono evidenti: la crescita del peso degli editori indipendenti e dei piccoli editori e la decrescita delle librerie indipendenti. La legge (la facoltà di fare le promozioni normalmente anziché con meccanismi astrusi e uno sconto equilibrato tra il 15 per cento in libreria e il 20 per cento su Internet), pur salvaguardando il mercato, si ripropone di aiutare queste ultime con qualche calibrato ritocco. Giustamen-

te le associazioni di categoria la sostengo. Ma tutte le librerie dirette con curiosità e passione (piccole o grandi) ci aiutano a trovare il nuovo e a rendere il libro sempre sorprendente.

La verità è che se un editore ha il libro giusto va in cima alla classifica, non importa la dimensione. È capitato con la Burberry, con la Sebold, con la Agus e la Meyer. Quello del libro, un mercato meritocratico che riserva sorprese. I bestseller internazionali vengono solitamente acquistati dai grandi editori ben prima della loro pubblicazione all'estero, perché i grandi hanno più mezzi, ma anche grazie al fiuto di direzioni editoriali la cui passione per il mestiere non è seconda a quella dei piccoli editori. Mi scuso se torno al mio gruppo ma è l'esempio che conosco da dentro. La crescita è stata in grandissima parte dovuta a buon scouting e buona promozione dei nostri autori. Le acquisizioni hanno riguardato quasi sempre piccole realtà poi sviluppate intorno alla vocazione originaria della casa editrice. Così funziona il nostro settore.

Grandi e piccoli editori, grandi e piccoli librai, compongono un ecosistema funzionante sempre aggiornato e vivace, libero e democratico. Essere editori ci accomuna più di quanto non ci divida il resto. I libri arrivano da ogni angolo della società e i piccoli editori sono necessari come i grandi. Sono 7 mila e hanno occhi ovunque. Ecco ora, chi fosse disposto a leggere questo panorama rovesciato, e consapevole che il nostro mestiere è trovare, credere e promuovere, sarà certamente più pronto ad affrontare il futuro. Capire il book è la premessa per affrontare la rivoluzione dell'e-book. Avremo a che fare con società multinazionali apparentemente estranee a questo mondo. Sono invece ormai parte, come noi, dell'industria della conoscenza. Insieme dobbiamo disegnare il futuro.

Stefano Mauri è presidente di GeMS, gruppo editoriale che racchiude marchi come Guanda, Garzanti, Longanesi, Bollati Boringhieri



Foto: M. Carli - Imagoeconomica, Tania - A3, Hannah - Opale / Luzphoto