

Tre editori stamperanno anche una sola copia a richiesta degli acquirenti con l'ausilio della Rete. Autori e intellettuali raccontano i loro sogni



«Lampi di stampa» L'apparizione dell'opera sparita

Invece dello scontato sogno di un romanzo nel cassetto, un altro desiderio tormenta molti che i libri amano leggerli ancor prima di scriverli: trovare quel libro speciale, amato se letto in anni passati, inseguito perché è un innamoramento a distanza che attende la verifica della lettura. Eppure l'attesa è spesso vana, trovare quel libro diventa più difficile di un viaggio a ritroso nel tempo perché non è più in commercio ed è sparito perfino dalle bancarelle. Può essere un saggio di Bakunin, una raccolta di un poeta triestino, una traduzione da un grande scrittore nordamericano, un testo di antropologia come «Corpo d'amore» di Norman Brown, un romanzo di una grande scrittrice italiana. Il desiderio non si spegne, fremente, l'irraggiungibilità lo alimenta. Lo conferma l'affezionato seguito di un programma radiofonico di Radiotre come «Caccia al libro» (a cura di Loredana Lipperini, trasmesso dentro al contenitore pomeridiano di «Lampi di primavera, d'estate, eccetera»), dove da tempo gli ascoltatori della radio inseguono e offrono a loro volta un titolo introvabile ad altri ascoltatori.

Proprio parafrasando la rubrica radiofonica, l'editrice bibliografica, le Messaggerie e lo stampatore trentino Legoprint del gruppo Olivetto hanno partorito una nuova società, «Lampi di stampa», con uno scopo inedito in Italia: pescare titoli fuori catalogo che gli editori non stampano più, scannizzarli pagina per pagina (riprodurli fotograficamente con computer), memorizzarli e metterli a disposizione, tramite Internet e i canali di distribuzione delle Messaggerie, stampandoli quando le richieste o le stime ne garantiscono un ritorno economico.

A chiarire natura e obiettivo dell'iniziativa, che verrà presentata giovedì 13 alla Fiera del libro di Torino, si incarica Michele Costa, amministratore delegato di Lampi di stampa e amministratore della Bibliografica: «Vogliamo rimettere in commercio libri scomparsi o che scomparirebbero». Parte da una premessa editoriale-commerciale: «A un editore non conviene ristampare un titolo di cui non venderebbe più di 300 copie. Allora noi gli chiediamo l'esclusiva, acquistiamo titoli che magari, per prestigio o rapporti con l'autore, non vuol vedere esauriti, scannizziamo le pagine del libro, lo mettiamo in memoria, stiliamo un catalogo per tutte le librerie italiane e un lettore potrà ordinarcelo tramite le Messaggerie o via internet, consultando il sito www.internetbookshop.it. Così teniamo in vita libri abbandonati e ci guadagnano sia i librai che i lettori». Nei confronti di un lettore il vantaggio è chiaro. Meno lo è nei confronti dei librai. «Invece è un vantaggio anche per loro - controbatte Costa - perché possono soddisfare

Una nuova società ripubblicherà testi esauriti da anni in catalogo

STEFANO MILIANI

il cliente affezionato, forte, che poi è quello che può fare una ricerca simile». Altra obiezione: ordinare per via telematica è comodo, inviare i dati della carta di credito solleva timori. «Nessun pericolo - Costo vuole tranquillizzare - Sarà un servizio sicuro, il codice arriverà soltanto a noi e verrà spezzato in più tronconi, durante la trasmissione, in modo che nessuno che non sia autorizzato potrà risalirci». D'altronde la vendita di libri via internet, a detta del rappresentante di Libri di stampa, oltre a essere in crescita permanente, permette di appagare richieste provenienti da paesi esteri dove un libro in italiano si reperisce a fatica. «Non vedo affatto Internet come un pericolo - commenta Paolo Milli, direttore della libreria fiorentina Seeber, che appartiene alla catena delle Messaggerie - al contrario è un qualcosa in più, come i supermercati è un ulteriore mezzo di diffusione del libro».

Tutto ciò non significa stampare un libro perduto a richiesta personale ma la strada è simile. Ne significa che stamperanno qualsiasi testo reclutato. La neosocietà mette i titoli in catalogo, a giugno avrà il catalogo pronto, si preparerà a ricevere gli ordini e appena stimerà di poter vendere anche 50-60 copie l'anno lo stampa o lo spedisce. «Altrimenti l'operazione avrebbe costi troppo elevati per il cliente o sarebbe antieconomica per noi». Appunto i costi, possono impensierire: «Saranno contenuti. Andranno da un minimo di 25.000 lire per un libro di 96 pagine fino a 60.000 per un testo di 800 pagine». I libri avranno tutti un formato standard, 14 centimetri e mezzo per 20, in confezione in broccato, rilegato, con copertina plastificata, marchio sta dell'editore originario sia di Libri di stampa.

A quali titoli la società punti Costa non vuole dirlo. Per tutt'altre ragioni, anche lo scrittore Aldo Busi non dice se e quali libri perduti vorrebbe ristampare. Fedele alla sua fama di provocatore, afferma: «Piuttosto, ci sono tanti libri che vorrei bruciare. C'è tanta di quella zavorra industriale... lo non sono un bibliomane, non ho mai, assolutamente mai, cercato un libro. Tendo invece a liberarmene, a casa ne ho tre o quattro, gli indispensabili, e già mi sembrano troppi».

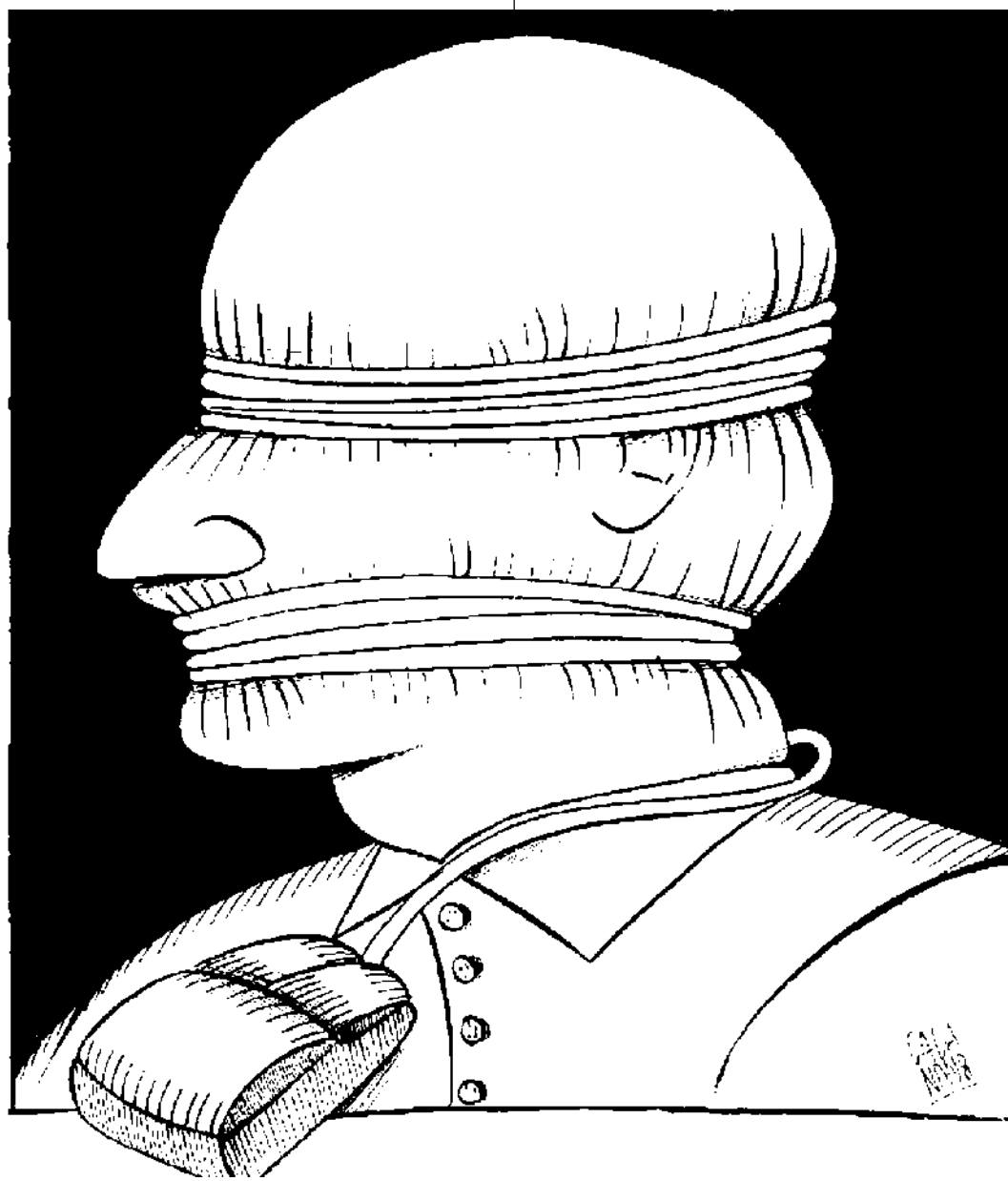
Quanto all'iniziativa «Lampi di stampa», la giudica «ottima ma non credo sia redditizia, il tempo delle "chicche" editoriali è finito».

È scettico anche Giuseppe Culicchia, l'autore torinese del romanzo *Tutti giù per terra*, poi tradotto nell'omonimo film da David Ferrario: «L'iniziativa è pregevole. Mi auguro funzioni, perché ho dei dubbi. Mi pare che tramite Internet non si vendano molti libri, per paura che i dati delle carte di credito finiscano in mani non gradite». Il suo libro perduto è in realtà un testo ancora in commercio, *Fiesta* del suo scrittore prediletto, Hemingway: «Vorrei la traduzione di Giuseppe Trevisani, non più in commercio. In libreria si trova un altro *Fiesta*, mentre conosco quella di Trevisani e perciò per me è l'unica leggibile». Cesare Garboli, critico letterario e d'arte, ci pensa un momento e come il libro dei desideri indica «*Il cipresso e la vite* di Lorenzo Viani, stampato da Vallecchi. «L'impressione su Libri di stampa - commenta - è che se restituirà vita a libri destinati al macero, ben venga».

Moni Ovidia, il grande cantore e affabulatore della tradizione ebraica, nel cantuccio dei ricordi pesca una raccolta

di un poeta triestino, Carolus Cergoly: *Latitudine nord*. Viceversa, c'è chi ritiene impossibile confinare il proprio desiderio a un unico testo.

È Arturo Schwarz, critico d'arte, poeta, il primo divulgatore italiano del dadaismo e surrealismo, che ha donato la sua raccolta di dadaisti e surrealisti alla Galleria nazionale d'arte moderna di Roma. «La domanda mi mette in crisi - confessa - sono proprio tanti i testi fondamentali spariti, annessi da un oceano di "novità" per il 95% da cestinare». Tirando il freno, Schwarz segnala tre testi: *Azione diretta* di Bakunin, «Marx lo aveva relegato nel limbo delle utopie e invece è più attuale che mai», i *Manifesti del surrealismo* di Breton, in catalogo ma irripetibile, «perché esprime un'esaltante filosofia della vita e un chiarimento del rapporto tra attività creativa e potere», infine *Memorie di un rivoluzionario* di Kropotkin, «selezione di vita impegnata nella difesa dei valori più nobili e, allo stesso, un racconto più avvincente del più avvincente romanzo».



Celebrazioni



La Fiera per Einaudi

La Fiera del Libro di Torino rende omaggio a Giulio Einaudi, scomparso poche settimane fa. E non poteva essere diversamente, dal momento che il grande editore era sempre stato uno dei maggiori protagonisti della manifestazione torinese: gli amici lo ricordano appollaiato sulle seggiole dello stand Einaudi a chiacchiere con tutti, con gli scrittori, coi giornalisti anche con i visitatori occasionali. Ebbene, martedì sera al Regio di Torino ci sarà una serata, a invitarci, per Einaudi con un concerto di Ludovico Einaudi e una serie di testimonianze.

Internet



Gli scrittori scelgono la Rete

Per l'Italia si è trattato del primo lancio pubblicitario fatto esclusivamente con il web, ma Alessandro Baricco non è certo il primo scrittore a utilizzare la Rete per dialogare con i suoi lettori e presentare il suo «City» (www.abcity.it). Tra i pionieri di Internet vanno citati sia Carmen Covito che Mario Biondi, Cotroneo (www.rcs.it/libri) e Tonino Guerra (www.infotel.it/moon/pennabilli/toninoguerra.htm) e molti scrittori protagonisti di un sito realizzato dai fan: Camilleri (www.angelfire.com/pa/camilleri) e Benni (www.fabula.it/benni) in testa.

L'intervista

Al via Mondadori on line «Dai libri ai beni di consumo inseguendo la lepre Amazon»

STEFANIA CHINZARI

La parola d'ordine, in casa Mondadori, sembra essere prudenza. Stiano tranquilli gli oltre 2000 punti vendita tradizionali (leggì: librerie), non si agitano gli affezionati lettori né tantomeno gli azionisti. La più grande casa editrice del paese (5 mila libri nuovi ogni anno, il 38% di quelli del mercato nazionale) sta si entrando dalla porta principale nel

business del libro on line, ma: a) lavora al fianco di un partner internazionale e navigato come Bertelsmann (i tedeschi che hanno acquistato il 50% degli americani Barnes and Noble, i concorrenti di Amazon.com); e b) prima di lanciarsi nel commercio virtuale sta studiando con il dovuto peso il vasto mercato statunitense. Per ora, dunque, Mondadori.com è solo un piccolo, piccolissimo sito dove compaiono una quarantina di titoli, praticamente tutti dedicati al-

A che punto sono le trattative con Bertelsmann per l'avvio di un sito che contempra tutta l'offerta Mondadori?

«Al momento non esiste ancora né una società, né una joint venture, ma è chiaro che stiamo lavorando, e fitto, in questa direzione».

Partirete entro l'anno?

«Ce lo auguriamo, ma l'operazione è di enorme complessità. Perché è ovvio che non basta avere un bel sito veloce, ma che bisogna creare una "rich shopping experience" a beneficio del lettore-consumatore, che su Internet è molto leale e molto esigente».

E cosa renderà l'acquisto di un libro una vera esperienza?

«Un'ampia selezione di titoli, dunque non solo quelli Mondadori, come peraltro già succede nelle normali librerie; un prezzo scontato; e, soprattutto, consegna rapidissima e affidabile. Una struttura che significa 90 lire di spesa per ogni 100. È ovvio che Bertelsmann, con la sua nuova piattaforma tecnologica e 12 mesi di esperienza in Europa è in grado di assicurare tutto questo».

Nonostante l'enorme volume di affari, sia Amazon.com che Barnesandnoble.com sono in perdita. Guardando al loro esempio, a quali strategie state pensando?

«Le perdite sono 74 milioni di dollari su un fatturato di 610, e senza ospitare nemmeno una pagina di pubblicità: mi sembrano cifre relative, tanto più considerando che, dopo i libri, la musica, le videocassette, il nuovo business delle aste on line sta andando benissimo. Un sito di commercio elettronico deve conquistare in primo luogo il pubblico, può ventagli quello che vuoi».

Sta dicendo che Mondadori comincerà con i libri e ci propinerà di tutto, dagli elettrodomestici al cibo, ai cosmetici?

«Dico che Mondadori sta cercando una piattaforma flessibile per vendere beni, che saranno inizialmente libri, ma anche altro, inseguendo la lepre Amazon».

Sull'esempio recentissimo di Baricco, prevedete un'ampia pubblicazione online?

«Ogni divulgazione gratuita ne aumenta l'interesse e dunque le vendite: senz'altro».

Quant'è l'investimento Mondadori sull'e-commerce?

«Posso dire che stiamo investendo 10 miliardi sul sito web e, per fornire un dato generale di mercato, che un leader a livello mondiale, con ambizioni internazionali nel settore dovrebbe investire circa 800 miliardi. Ma non è il nostro caso».

