



**FRANCESCA DE SANCTIS**

fdesantistis@unita.it

**D**opo anni di crescita, il segno meno quest'anno è arrivato anche nel settore della piccola e media editoria: -4,8%. Ma il Natale è alle porte e gli editori puntano tutto sulle vendite di questi giorni. Basterà a salvarli? La domanda è d'obbligo visto che in molte case editrici non tira una bella aria... Questo significa che il rischio di ritrovarsi a dover chiudere bottega per molti è reale, anche se in pochi preferiscono dirlo ad alta voce. In un certo senso sarebbe come ammettere che ancora una volta a vincere sono i grandi, quelli più forti, soprattutto quei

marchi che in libreria mandano volumi fatti con lo stampino puntando sui nomi noti. Eppure solo i bestseller sembrano vendere e pure tanto. Mentre nella piccola e media editoria reggono soltanto i libri per bambini. E allora?

Fare rete, unirsi, cominciare a pensare ai libri come beni comuni: ecco le potenziali strategie vincenti per combattere una crisi che metterebbe a rischio non solo delle semplici imprese, ma la possibilità di avere scelte più ampie e spesso di qualità, di avere insomma delle voci «fuori dal coro».

«L'editoria sta soffrendo e soprattutto i piccoli editori sono in difficoltà - ammette Enrico Iacometti, presidente dei piccoli editori di Aie - Le cause di questo crollo, per ora ancora lieve, vanno individuate nel calo generalizzato dei consumi ed è influenzato secondo me anche dalla minore liquidità e disponibilità finanziaria dei librai, che, nel selezionare i libri da tenere, sacrificano quelli dei piccoli editori. I problemi più grossi probabilmente li avremo nel 2012, allora sì che la bibliodiversità sarà davvero a rischio. Per questo è necessario avviare dei progetti, delle strategie di rete, librai ed editori devono collaborare».

Ne sanno qualcosa le case editrici Avagliano e Fermento, che nel 2010 hanno deciso di unirsi, staccarsi dal circuito distributivo Pde e creare il consorzio Milonga, che ha permesso loro di salvare il fatturato del 2010 (quest'anno è di circa 500mila euro netti) grazie all'autodistribuzione e all'autopromozione.

**IL CONSORZIO MILONGA**

«Dividiamo utili e spese e soprattutto vendiamo direttamente ai librai - ci spiega Giovanni Bonfiglio, che con la casa editrice Fermento ha deciso di abbandonare la distribuzione già dal 2007 - In fondo è una piccola grande rivoluzione. Così facendo riusciamo a servire 500 librerie su mille. È chiaro che si è trattato di fare una scelta: investire nel settore commerciale, questo significa che oggi abbiamo quattro persone che lavorano solo in questo settore». Il 50% del fatturato del consorzio Milonga proviene dai libri di catalogo, ai quali si aggiungono le vendite relative alla nuova collana «Nobel», che pubblica testi di grandi autori ormai introvabili o addirittura mai tradotti prima come *L'uccellino bianco* di James Matthew Barrie, la versione originale di *Peter Pan*. Il problema serio - conclude Bonfiglio - è che «in Italia abbiamo avuto una vera e propria caduta verticale della cultura grazie a Berlusconi, così spesso nelle librerie incontriamo delle persone che magari fino al giorno prima lavoravano in

un call-center e dunque non hanno gli strumenti per aiutarci. Tutto questo va unito al fatto che nelle grandi librerie i piccoli editori non ci sono...L'unico modo per salvarci è fare bene il nostro lavoro».

Lo hanno capito anche Marco Cassini e Daniele di Gennaro della minimum fax, che nel giro di sette anni hanno non solo incrementato le vendite ma creato attorno alla casa editrice dei veri e propri eventi dove convivono letteratura, cinema, teatro, musica. «In effetti noi risentiamo un po' meno di questo calo del mercato - ci dice di Gennaro - Forse il segreto è continuare ad avere sempre lo stesso sguardo artigianale dell'inizio. I grandi editori non lo possono fare, mente noi cerchiamo sempre di stare molto attenti alla

**Iacometti (Aie)**

«Nel 2012 la bibliodiversità sarà seriamente in pericolo»

qualità. Le collane hanno bisogno di cure e responsabilità. La cosa interessante è che spesso le idee più originali nascono proprio nei momenti di crisi». La nuova nata in casa minimum fax si chiama Sur, un marchio editoriale dedicato alla letteratura latinoamericana che coraggiosamente, proprio come il consorzio Milonga, ha deciso di autodistribuirsi, un modo intelligente per tagliare i costi vendendo direttamente ai librai. «Questo tipo di scelta - ci spie-

ga Cassini - ci permette innanzitutto di recuperare del tempo per poter parlare con i librai, che sono persone appassionate di letteratura ma spesso frustrate dal fatto di dover dedicare sempre meno tempo alla lettura; e poi ci consente di ridurre i costi. Anche il libraio in questo modo guadagna quasi il doppio».

**IL MARCHIO SUR**

Una cosa è certa: la letteratura sta perdendo il suo fascino e a risentirne sono soprattutto le case editrici indipendenti. Quando non ci sono i bestseller a farla da padrone sono i libri di cucina e (per fortuna) quelli per ragazzi, che crescono dell'8,7%. Secondo i dati raccolti da NielsenBookScan e presentati di recente alla fiera Più libri più liberi, riacquistano posizioni i grandi editori, che recuperano lo 0,8% complessivo del mercato a valore a prezzi di copertina. Nel 2010 e nel 2009 sull'analogo periodo, i piccoli, avevano invece mostrato performance opposte: +14,9% (2009 rispetto al 2008) e +6,2% (2010 rispetto al 2009).

Ma la situazione in generale è piuttosto grigia: chiudono le librerie (dalla Libreria Croce a Bibli, a Roma), calano le vendite, perfino la Grande distribuzione quest'anno ha il segno meno (16,6 rispetto a 17,2 per cento dello scorso anno) e internet segna solo lo 0,1% in più rispetto alle vendite on line.

«La crisi nel circuito dell'editoria indipendente è scoppiata già da qualche anno - ammette Ilaria Bussoni (DeriveApprodi) - È in atto uno scontro fra le realtà monopolistiche e chi è fuori e purtroppo in Italia non ci sono risorse per immaginare percorsi alternativi di vendite o canali commerciali diversi». Per evitare il macero lo scorso anno la casa editrice ha messo in offerta 100 libri a 100 euro (sul fuori catalogo). E quest'anno? «Poiché abbiamo un pubblico forte, abbiamo chiesto loro un atto di fiducia: un abbonamento al buio di 170 euro su tutta la produzione editoriale del 2012 e in omaggio regaliamo una litografia di Nanni Balestrini». Si tratta di circa 25 titoli. «Ci sono dei lettori forti, il problema è trovare degli spazi dove poterli incontrare. La parola d'ordine dovrebbe essere: l'editoria indipendente come bene comune. Forse solo così possiamo salvarci». Intanto hanno chiuso case editrici come la Meltemi, che negli Novanta e Duemila ha avuto un ruolo non secondario nella saggistica. E il 2012, purtroppo, per i piccoli e medi editori si preannuncia come un anno nero. ●

**BIBLIOTECHE**

**Anche l'Italia entra nel progetto europeo «Arrow»**

— L'Italia entra ufficialmente nel progetto europeo Arrow per la digitalizzazione del patrimonio bibliotecario, con la benedizione del ministero dei Beni e Attività culturali. È quanto confermato dall'Associazione Italiana Editori e cofinanziato dalla Commissione europea con l'obiettivo di facilitare la gestione dei diritti d'autore nell'ambito delle iniziative nazionali e internazionali di biblioteche digitali. «Arrow - ha spiegato Maurizio Fallace, direttore generale per i Beni Librari e gli Istituti Culturali del MiBAC - costituisce una soluzione tecnologica per rendere disponibili e fruibili i tesori della nostra cultura, nel rispetto del diritto d'autore». Nel progetto Arrow, già pienamente attivo in Francia, Spagna, Regno Unito e Germania, ora entra dunque anche l'Italia.

