

Libri, vista sul Salone

Da oggi la kermesse torinese In agenda la crisi che colpisce il settore e l'avvento dell'ebook

MARIA SERENA PALIERI
spalieri@tin.it

IN SENSO STRETTO IL SALONE INTERNAZIONALE DEL LIBRO DI TORINO - CHE STAMATTINA SPALANCA LE PORTE DELLA SUA XXV EDIZIONE - misura la crisi così: duecentomila euro in meno di finanziamento dal Comune, con conseguente rinuncia alla tensostruttura dell'Oval; nove Regioni presenti con il proprio stand a fronte delle 16 del 2011: e sì, gli stand istituzionali spesso totalizzano il massimo del lusso e il minimo dell'offerta di contenuti, ma

meno stand regionali significano anche meno micro-editori locali, da quelli in genere ospitati; piccolo decremento di presenze, poi, nel settore appartato e curioso che porta il nome di «Incubatore»: di editori neonati e ospiti del Salone quest'anno ce ne sono 23 anziché i 28 del 2011. Ma c'è la crisi...

In senso ampio, invece, il Salone misurerà il momento storico con altri parametri: qual è lo stato di salute della nostra industria editoriale? E le strategie che i nostri editori mettono in campo? Come si sopravvive in un momento in cui coin-

cidono calo drastico dei consumi e necessità di essere all'altezza di una rivoluzione tecnologica, l'arrivo dell'ebook? Di seguito, alcuni «carotaggi» nel mare immenso del settore.

Com'è tradizione l'Aie organizza domani il convegno con le ultime cifre fornite da Nielsen BookScan. Tra marzo 2011 e febbraio 2012 la produzione mensile di novità ha registrato un calo drastico, meno 28,8% e la lettura di libri è calata di un altro 2,7%. E qui siamo sul cartaceo. Il segno più, invece, contraddistingue il digitale: da maggio 2011 i titoli disponibili in ebook sono passati da 11.271 a 31.615 e, seppure ancora in percentuali micro il loro mercato però si allarga in modo esponenziale: era lo 0,1% del totale, ades-

so è lo 0,9%.

Nell'ultimo anno, per l'editoria italiana, è stata la strepitosa avanzata in top ten di Newton Compton: la casa editrice romana vi ha stazionato anche con tre titoli in contemporanea, grazie a un'agguerrita politica delle novità in hardcover a prezzi da tascabile, nove euro e 90. Ma in un settore come quello del libro quanto si può rivaleggiare, nell'abbassa-

...
**Il presidente dell'Aie:
«Non è questione solo
di prezzo, pesano
qualità e tirature»**

re i prezzi? Marco Polillo, presidente Aie, spiega: «Il prezzo di copertina non è una variabile, dipende dai singoli costi di ogni fase di produzione, come dalle tirature. Ora, è evidente che il libro non rientra nel paniere dei consumi indispensabili. E dunque è tra i consumi che si tendono a tagliare. Ma abbassare i prezzi fino a renderli stracciati suggerisce l'idea che prima gli editori sfruttassero il lettore. E non è vero». Resta il fatto che il tentativo di superare all'ingù quel muro del suono, i 10 euro, ha provocato la nascita di una sovrabbondanza di nuovi formati: dal ritorno del racconto venduto a pochi euro in allegato al quotidiano, al libro mignon (ultimi le *Libellule Mondadori* e i *Microcosmi* di Guanda), a quella pragmatica operazione che è *Tre60*, di Gems: come riutilizzare tutto ciò che è arrivato in casa editrice e lì è rimasto, per farne libri sotto i dieci euro.

Gems, appunto. Il caso di questi primi quattro mesi 2012 è Massimo Gramellini: l'autofiction di un ex-bambino orfano al quale non è stata detta la verità sulla morte della madre vende 50.000 copie a settimana e più, è arrivata all'XI edizione, ha superato il muro del suono all'insù del milione di copie. Il che, in secondo piano, sancisce il potere assoluto sulle top ten ormai esercitato da Fabio Fazio, unico anchorman a far parlare i suoi ospiti di libri. Ora, il Gruppo Mauri Spagnol, spiega il presidente e Ad Stefano Mauri, perdeva nel primo trimestre un 15% rispetto al 12% del mercato. Però, sottolinea, perché il 2011 era andato alla grande, con due titoli Garzanti al milione di copie. E, obietta Mauri, nei dati Nielsen non compaiono né ebook né grande distribuzione (supermercati ecc...). Gems, con le acquisizioni degli ultimi anni, copre tutto l'arco dell'offerta: dalla fiction ipercommerciale alla saggistica raffinata. La crisi cosa penalizza di più? Sorpresa: è Bollati Boringhieri, saggi e romanzi per élites, che dà la performance più inaspettata, nel 2011 per la prima volta ha segnato un bilancio non in rosso.

L'EDITORE «ALTO»

Einaudi. Qui, è chiaro, la rincorsa al prezzo stracciato non è pensabile. Ernesto Franco, direttore editoriale, spiega che la crisi la fronteggiano così: «Triplichiamo l'attenzione: stiamo attenti al prezzo, ma senza svendere, manteniamo la qualità, esercitiamo il massimo controllo sulla programmazione. Cerchiamo di distribuire al meglio l'offerta, tenendo conto degli spazi in libreria ma anche dell'attenzione dei giornali». Per il 2013, comunque, è prevista una rivoluzione: «Nuova grafica, nuove collane, nuove linee...». E la digitalizzazione di tutto il catalogo.

Rizzoli annuncia che, come Penguin, aprirà al fai-da-te. Ennesimo sommovimento anti-casta, stavolta quella degli editori? Polillo, presidente degli editori, ma anche piccolo editore in proprio e scrittore di libri gialli, cosa ne pensa? «Un libro non è un semplice dischetto consegnato all'editore e tale e quale pubblicato. È frutto di un lavoro collettivo. Farselo da sé è come dire: abbasso gli ingegneri, mi costruisco la casa da solo. E poi ti cade il tetto in testa».

ROCKINROMA

Il 30 giugno i Radiohead sbarcano in Europa

Un vero festival di lunga durata: così si presenta RockinRoma 2012, che, alla sua III edizione vanta già uno status importante fra le manifestazioni musicali estive in Italia, tanto da venir scelto dai Radiohead per aprire, il 30 giugno, il loro tour europeo. Nonostante la crisi, gli organizzatori puntano sui grandi nomi internazionali: Cypress Hill (26/6), Portishead (27/6), Cure (9/7), Garbage (12/7), Ben Harper (23/7), Beach Npys (26/7), Placebo (2/8). Il cast italiano schiera nomi di tutto rispetto, dagli Afterhours, all'apertura del 7 giugno, ai Negrita (5/7) passando per Nina Zilli (16/7), Elio e le storie tese (18/7), Caparezza (20/7), Subsonica (25/7) e Litfiba (28/7).F.F.

5x1000
CODICE FISCALE
97046630584

LA VOCE DEL PIANETA.
Greenpeace esiste perché il nostro fragile Pianeta merita di avere una voce. Servono soluzioni, cambiamenti, azioni. Greenpeace è indipendente e non accetta fondi da enti pubblici, aziende o partiti politici. Sostienici con il tuo 5x1000.

GREENPEACE
www.greenpeace.it