

# Editori nascono, quasi due al dì

Mirella Appiotti

**G**IULIANO Vignini lo chiama «l'esercito di carta». L'uomo che sa tutto dell'editoria, spesso molto più dei protagonisti medesimi, non è avaro di dati aggiornatissimi. Esistono oggi in Italia 7391 editori o «comunque soggetti che a vario titolo pubblicano libri». Negli ultimi due anni ne sono nati 1200. E' quest'ultima, la cifra che più sorprende. E induce a cercare di capire che cosa sta avvenendo di singolare in un Paese nel quale il 57% degli abitanti non ha mai letto un libro e il 68% dei medesimi «non è sempre in grado di comprendere ciò che legge»; dove, dei 170 titoli che escono ogni mese, tra novità, nuove edizioni, reprint, il 35-40% che passa da ogni singola libreria non vende neppure una copia.

**Vignini, è un fenomeno patologico quello che si sta verificando nella nostra patria libraria? E' possibile che gli editori, soprattutto i piccoli, mentre piangono miseria aumentino in misura esponenziale?**

«No, avviene nelle editorie avanzate di tutto il mondo, un fenomeno che nasce da un insieme di motivi che interagiscono e si rinforzano reciprocamente. In Italia forse è un po' più vistoso che, per fare due soli riferimenti, in Francia e in Spagna. Ma gli editori effettivi sono meno della metà dei settemila catalogati, il che suc-

cederà anche ai nuovi. Una gran parte più che morire resta, magari per anni, «in sonno», non produce. In realtà quelli che contano, non sono più di 300-350, tra cui tutti i nomi di prestigio anche quando non di cassetta. Bisogna però scendere a 150 sigle quando si parla di editori che fanno veramente il mercato, quello vero, della libreria».

**Ciò che incuriosisce è sapere chi sono, da dove vengono questi 1200 nuovi arrivati. Alcuni già li conosciamo e si chiamano Morellini e Alacran, Perrone e Sartorio, due punti e Effigie (con grande tradizione nella fotografia), l'Ambaradan e Fusi orari, Cavallo di Fer-**

**ro e Gorè, per fare qualche nome. Quali prospettive si aprono davanti a loro?**

«Tra questi nomi alcuni hanno già buoni piazzamenti. Ma solo dopo 5 anni di vita e con l'uscita di una ventina di titoli l'anno, si può dire se un editore ce l'ha fatta. Oggi bisogna nascere con più risorse di ieri se non si vuole soltanto "galleggiare"; fare le cose in grande; vendere 800 copie non basta più in un mercato sempre più veloce dove ormai il libro è un mondo di destini incrociati, di universi che si accavallano e interagiscono con il cinema, la tv, il web, il telefonino. Individuare il volto dei nuovi editori non è così facile: di certo aumentano le tipologie pubbliche, le accademie, le fondazioni (nuovi editori sono persino i Vigili del fuoco dell'Alto Adige...), tipografie che diventano editrici. Ma è a livello locale che si gioca la partita più interessante. Ho visto una realtà molto vivace in Sardegna, 41 nuovi editori, 139 complessivamente, grande varietà di interessi che vanno al di là della cultura storica indigena con un notevole appoggio della Regione (6 milioni di euro dal '99 al 2004), in ottobre alla Fiera di Macomer ospite d'onore sarà la Polonia! Qualcosa di molto simile accade in Umbria che abitualmente partecipa alla Buchmesse di Francoforte e dove c'è lo zoccolo duro del francescanesimo. Quanto alle iniziative particolari, non si contano. In Sicilia ad esempio in molti siti archeologici si vendono guide turistiche piazzate sui banchetti, come quelle dell'editore Bonechi di Firenze...».

Può sembrare riduttivo interrogare soltanto sull'editoria uno studioso che ha al suo attivo 150 tra libri, ultimo *Stavo per chiamarti* (Lampi di stampa) deliziosa e puntuta raccolta di riflessioni sui luoghi comuni della nostra vita quotidiana, traduzioni e curatele; francesista, bibliofilo, cultore di Sant'Agostino, biblista oltre che fondatore di quella Editrice Bibliografica, fonte inesauribile di informazioni per specialisti e non. In realtà è proprio questo suo bagaglio culturale, non solo a fargli sentire, da raddomante, da dove arrivano le novità, ma soprattutto a consentirgli una visione globale quanto avanzatissima dei problemi del libro, senza ignorarne gli aspetti pratici ma sem-

pre «Inseguendo il vento» (dal titolo del suo ultimo intervento al convegno sulla piccola editoria in Sardegna).

**L'immagine dell'inseguire il vento che lei, Vignini, ricorda venire dal Ooëlet e che usa nel senso positivo del vento nuovo che soffia in tante direzioni e da cui occorre farsi spingere senza farsi travolgere, come può essere sfruttata in un contesto dove una decina di editori (Mondadori, che tra l'altro ha appena acquisito l'Emap France, 3° gruppo nel settore periodici oltralpe, e poi Rcs, Gruppo Mauri, De Agostini in testa, seguiti a distanza da Giunti, Feltrinelli, Motta, Zanichelli, Laterza e pochi altri) assorbe il 90% del mercato?**

«Con alleanze e accordi, "avanzare insieme" con quanti operano nel mondo del libro, coedizioni, coproduzioni, scambi e relazioni sul piano pubblico e privato, sviluppo tecnologico, diversificazione distributiva. Agli editori nuovi, ai piccoli che vogliono aprirsi una strada: specializzarsi in scouting editoriale fuori dei confini nazionali, guardare ai paesi emergenti, alla Cina, all'Est. Ma soprattutto imparare a conoscere il proprio lettore, cercare di sapere dove vanno a finire i propri libri. Il primo problema comunque è la riconoscibilità a livello nazionale del marchio come segno d'identità di una casa editrice, carta fondamentale da giocare che non dipende dagli altri ma dalla capacità di autorappresentarsi e di proporsi».

**Ultima curiosità. Collezionista di tanti autori francesi, da Pascal a Hugo, traduttore di Bloy, di Péguy e Claudel, come cercherebbe oggi Vignini di costruire un bestseller?**

«Da editore metterei subito sotto contratto nomi come la Vénier, Baudo o Ferrara. Tutti i personaggi che hanno forte impatto tv, in pratica, se gestiti bene, possono diventare bestseller: basta pensare a Vespa. Anche se naturalmente non esistono regole, maggiore è la trasversalità, oltre alla qualità, del "prodotto libro", migliori sono i risultati al "botteghino". Una Tamaro aveva saputo intercettare tante fasce di pubblico: donne, ragazzi, anziani, anche le suore...».

## AUTOCIRCUITO

Scrivere un libro, essere stampati, essere distribuiti e magari diventare famosi. Senza un editore. Si può tentare con l'appena nato «Autocircuito» (sito omonimo, con tutti i dati anche per l'acquisto), società che si occupa di distribuire i libri autoprodotti dagli autori e selezionati direttamente dai librai. Cinque libri già in catalogo, adesione di 42 librerie indipendenti tra Lombardia, Lazio, Piemonte, Veneto, Canton Ticino. Prezzi di copertina tra 10 e 14 euro. Ricavi: 25% all'autore, 35 al libraio, 40 ad Autocircuito. Idea già sfruttata all'estero. Era ora che i librai andassero in prima linea.

I «debuttanti» sono stati ben 1200 solo nell'ultimo biennio: ma con pari rapidità molti svaniscono, in totale sono più di 7000 ma a fare il mercato sono non più di 150: normalità o patologia? L'opinione di Giuliano Vignini

**Sono oltre 150 i titoli che arrivano ogni mese in libreria; il 35-40% di essi non vende neppure una copia**

