

Il contesto del cambiamento

Il parere di due «big» del libro sul futuro della filiera dopo quattro anni di crisi

Quale sarà il futuro dell'ecosistema librario così come lo conosciamo oggi? L'impatto della crisi economica generale e l'avvento delle nuove tecnologie all'interno della filiera editoriale hanno imposto un sostanziale ripensamento delle logiche cui eravamo abituati. Ma come interpretano il periodo attuale i principali attori dello scenario professionale? Dopo il parere dei librai e dei piccoli editori, intervistati rispettivamente sul numero di novembre e di dicembre 2014 del «GdL», vi proponiamo adesso il punto di vista degli esponenti di due dei principali gruppi editoriali italiani, Feltrinelli e Gruppo Gems.

Questi quattro anni sono stati particolarmente difficili per l'editoria italiana. Dal vostro punto di vista oggi ci troviamo in un contesto di trasformazione o solo in un momento di crisi? Quali obiettivi vi ponete per il futuro?

Gianluca Foglia (direttore editoriale Giangiacomo Feltrinelli Editore). Io credo che la crisi sia passata, almeno se intendiamo per crisi un momento passeggero di difficoltà, dopo il quale le cose ritornano allo stato di partenza. Ciò che ci ha lasciato, però, è un contesto di radicale trasformazione, per molti aspetti irreversibile, da cui non si torna più indietro. Trasformazione dei consumi, delle abitudini di lettura, del modo di comunicare. E trasformazione di momenti e operatori molto rilevanti per l'intera filiera del libro, dalla produzione alla distribuzione. In questo contesto di radicale trasformazione, la scommessa

fondamentale per un editore e un marchio come Feltrinelli è quella di ribadire l'importanza del proprio ruolo di mediazione culturale, la capacità di offrire a un pubblico, il più ampio possibile, libri e contenuti di qualità, selezionati e realizzati con cura, innovativi, portatori di idee stimolanti per i lettori di oggi e di domani.

Stefano Mauri (amministratore delegato Gruppo Gems). La crisi è molto più brusca della trasformazione. Sicché il mercato perde 20 punti percentuali mentre l'e-book ne recupera 5 o 6. Se si mettono in relazione le variazioni del Pil e quelle del mercato del libro nei diversi Paesi, come si vede nel grafico nella pagina accanto, si nota come il Pil varia tra -1 e +2 mentre il libro varia tra -4 e +5. Se il Pil cresce oltre il 2% il libro cresce anche il doppio, se il Pil flette più bruscamente il libro flette ancora di più, come in Spagna, in Italia, in Slovenia e in Finlandia. Insomma, se ci trovassimo di fronte solo ad un problema di maturità di prodotto, il libro avrebbe avuto una flessione del 6% in tre anni e non del 20%. Per quanto riguarda il futuro, non smettiamo di ricercare, sul mercato, quanto di meglio l'editoria mondiale può offrire, e di innovare, in ambito digitale, sperimentando sia nella vendita degli e-book che nella comunicazione on line. In generale il settore dovrebbe cercare di approfittare delle nuove tecnologie per semplificare molti passaggi. Per certi aspetti però, bisogna notare che ancora oggi gli editori possono ottenere più informazioni di sell out dai canali tradizionali

che da quelli che, in teoria, dovrebbero essere più organizzati e tecnologici, che predicano bene, ma poi si curano poco di darci gli strumenti, cioè i dati, per migliorare l'efficienza.

Quali sono gli eventi positivi, gli elementi da salvare di questi quattro anni?

Gianluca Foglia. Più che di eventi, parlerei di un atteggiamento positivo che la crisi ha reso inevitabile: la necessità di selezionare. In questo momento di difficoltà è diventata sempre più chiara la necessità di scegliere con maggiore attenzione i titoli da pubblicare e le modalità con cui farlo. La crisi che abbiamo vissuto è stata anche una crisi di sovrapproduzione, o comunque il risultato di un'offerta che troppo spesso è stata casuale, incoerente, e che ha finito per disorientare i lettori e creare disaffezione. La necessità di selezionare riguarda oggi tutti: gli editori che scelgono i titoli, i librai che li espongono, i giornali che ne parlano.

Stefano Mauri. Abbiamo avuto fortuna con alcuni nostri autori di successo e abbiamo imparato molto dal mercato degli e-book in termini di pricing e di appeal che possono avere, anche nel tempo, libri che magari in libreria hanno un ciclo di vita di fatto più breve.

La crisi, il calo della lettura e l'ascesa dell'e-commerce hanno messo a dura prova anche le librerie fisiche. Come ne vedete il futuro?

Gianluca Foglia. È chiaro che le librerie so-



Micol Favi, Istituto italiano di fotografia © Aie

più per comunicare con il mondo della scuola e per dialogare con chi costituirà la linfa vitale del Paese, si spera, tra dieci o quindici anni.

Stefano Mauri. Se Bruxelles, come sembra, aprirà il fascicolo dedicato al diritto d'autore, la prima priorità della nostra industria sarà ricordare che senza di esso non ci sarebbero la maggior parte dei libri che alla gente piace acquistare e leggere. Internet ha portato con sé una sottocultura secondo la quale il diritto d'autore è un istituto morto che serve solo a fare arricchire gli editori e di cui gli autori sarebbero vittime. La polemica tra Amazon e Hachette è stata molto utile a creare un dibattito sensato su questo tema. Infatti premi Nobel e autori di bestseller si sono schierati al fianco dell'editore nella disputa sorta in Usa. Penso che questo abbia stupito i creduloni, così come la campagna per l'adeguamento dell'Iva dell'e-book promossa dall'Aie forse ha fatto capire ai lettori che gli e-book li fanno, e volentieri, gli editori. E che i lettori, quando difendono il diritto d'autore difendono la qualità di quello che leggeranno. Del resto sarebbe davvero miope battersi per quello che è a tutti gli effetti un costo. Lo fanno perché sanno che quel costo è fondamentale per sostenere la creatività nel tempo. *(Intervista a cura di E. Vergine)*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

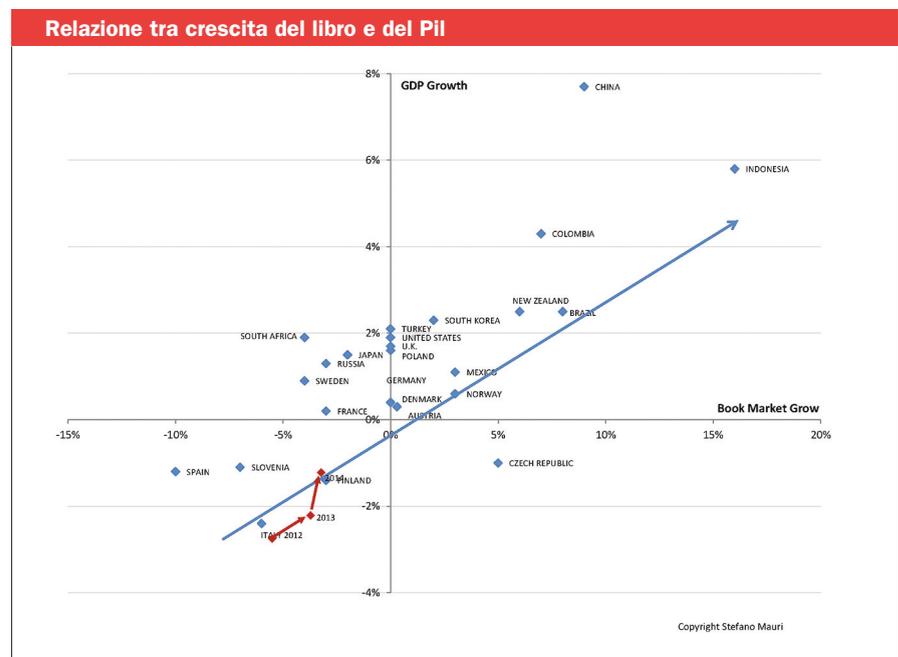
no quelle che hanno vissuto più di tutte sul fronte di questi anni durissimi. Ed è chiaro che l'ascesa dell'e-commerce rappresenta una concorrenza che è tutt'altro che transitoria, anzi sarà destinata con ogni probabilità a crescere ancora nel prossimo futuro. Ma su questo punto voglio essere ottimista, perché continuo a vedere in giro per l'Italia tanti librai competenti, appassionati, determinati non solo a resistere, ma a rimettersi in gioco ogni giorno, raccogliendo la sfida dell'innovazione.

Stefano Mauri. Guardando molto in là penso che si aggiungeranno nuovi formati resi possibili dalla rivoluzione digitale e che gli editori debbano consentire ai propri autori di esprimersi con una pluralità di mezzi a seconda dei casi. Allo stesso modo penso che i librai debbano da un lato essere più tradizionali di prima, ricercare un rapporto diretto con i loro clienti e, con loro, capire cosa altro proporre. Intanto si stanno sviluppando modalità aperte ai librai per la vendita in libreria di reader e anche di e-book. Un passaggio utile a fidelizzare i propri clienti. In Germania nel 2013 l'e-commerce ha visto una leggera flessione e i consumatori hanno privilegiato la prossimità dei negozi fisici. Le librerie stanno aumentando di quota e, nel 2014, il Tolino ha superato Kindle ed è ora distribuito anche in duecento punti vendita di quartiere.

Promozione della lettura, incentivi alle biblioteche, politiche sull'internazionalizzazione, l'adeguamento dell'Iva per i

prodotti digitali: quali pensa che siano le priorità del mondo del libro?

Gianluca Foglia. Biblioteche, politiche fiscali, campagne di promozione della lettura: sono tutte priorità, di cui non saprei indicare l'ordine. Ma la priorità delle priorità, guardando al lungo periodo, non può che essere la scuola e tutto ciò che si potrebbe fare, nelle scuole e con le scuole, per educare le generazioni future alla lettura e al libro. È un problema politico, evidentemente, e una questione di risorse. Ma forse, a un livello più basso, editori e librai potrebbero e dovrebbero fare di



Fonte: Ipa, World Bank; dati Aie per l'Italia e stima personale