

Insieme verso il futuro

Dopo quattro anni di crisi gli editori indipendenti sono più determinati che mai a vincere insieme la sfida del futuro. I concetti chiave? Equiparazione dell'Iva al 4%, promozione della lettura e salvaguardia delle librerie

Lo scorso anno il bacino dei lettori si è ristretto del 6,1%, il mercato si è ridimensionato (-4,7%) e si registra un andamento negativo – per la prima volta – nel numero di titoli pubblicati (-4,1%). Di fronte a questo scenario sconcertante sono in atto grandi trasformazioni in tutta la filiera del libro, che sta concentrando risorse, idee ed energie per sopravvivere alla crisi.

Sul «GdL» di novembre vi abbiamo proposto il punto di vista dei librai sulla situazione attuale, su questo numero riportiamo quello degli editori indipendenti.

Questi quattro anni sono stati particolarmente difficili per l'editoria indipendente. Ci troviamo in un contesto di trasformazione o in un momento di crisi? Quali obiettivi vi ponete per il futuro?



Stefano Angeli (Franco Angeli Editore). Si tratta di una crisi a più livelli. I nuovi media elettronici hanno generato ovunque nel mondo effetti

dirompenti sulla produzione, distribuzione e consumo dei prodotti editoriali. In Italia però la crisi è risultata più grave perché sono emerse tutte le debolezze del contesto civile ed economico che dovrebbe nutrire la domanda di contenuti culturali. Mi riferisco al basso tasso di istruzione, che accomuna purtroppo parte delle nostre stesse élites. Più che altrove sono stati premiati valori (pen-

siamo a certe celebrazioni del «made in Italy») dove si è confusa la creatività con la spontaneità e il saper fare con l'apprendimento intuitivo. I bassi indici di lettura ne sono lo specchio. Per quanto possiamo, cerchiamo di mostrare che esiste una comunità di persone (autori, lettori, professionisti) che a questa deriva si è opposta e si sforza di impostare la propria crescita, anche lavorativa, su basi conoscitive più solide.

Sandro Ferri (Edizioni E/O). C'è una forte crisi economica ma c'è anche una parallela trasformazione del mercato, delle abitudini di lettura, dei punti vendita e del modo di fare editoria. È una trasformazione tecnologica, ma anche culturale. Non sappiamo bene dove andrà a parare, ma già ora vediamo dei cambiamenti strutturali: i lettori sono più frettolosi e poco concentrati, il mercato privilegia sempre più i bestseller, di conseguenza gli editori sembrano meno attenti al progetto editoriale e più disposti alla ricerca casuale di titoli che consentano di portare a casa un buon risultato di vendite; i cataloghi vengono meno difesi e curati; proliferano nuovi agenti letterari spesso più attenti al possibile bestseller che a guidare i loro autori verso l'editore giusto; la cura editoriale diminuisce; chiudono librerie soprattutto nei centri storici e dedicano spesso meno tempo alla proposta dei libri e alla cura del cliente, l'informazione sui libri s'indebolisce. In questo contesto d'incertezza il nostro obiettivo è quello di valorizzare il ruolo dell'editore come soggetto irrinunciabile della selezione e proposta di libri al pubblico. Laddove il

«modello Amazon» punta sulla rinuncia all'editore favorendo il self-publishing, mettendo in comunicazione diretta autori e lettori, incoraggiando il drastico calo del prezzo del libro (e quindi del lavoro che esso contiene e che lo qualifica), noi cercheremo sempre più di mostrare al pubblico come il valore aggiunto del lavoro editoriale sia indispensabile alla vita dei libri e della lettura.



Carlo Gallucci (Gallucci Editore). L'editoria sta attraversando una fase di profonda trasformazione in coincidenza con un periodo di crisi economica generale che interessa tutti i settori del commercio. Si tratta di una congiuntura di dimensione europea, ma è in Italia, dove la deflazione sta colpendo più duramente, che assistiamo agli effetti più gravi. Tuttavia proprio nei momenti di trasformazione è necessario investire nel cambiamento per riuscire a gestirlo e non solo subirlo, bisogna osare, sperimentare, rischiare. Il nostro obiettivo oggi, come editori, è concentrare le energie, definendo più chiaramente la personalità del nostro marchio, mettendo a punto la nostra struttura, la nostra linea editoriale, il nostro modello di business, in modo che il futuro ci trovi più forti e determinati. Del resto, credo che i momenti di trasformazione abbiano proprio questo di positivo: spingono a ripensarsi in meglio, a capire cosa non funziona e a inventare qualcosa di nuovo.



Marco Zapparoli
(**Marcos y Marcos**).

Vedere il contesto attuale come un momento di trasformazione aiuta a cogliere i segni positivi del cambiamento. La connessione

perenne a una rete che ci inonda di notizie, messaggi, contenuti anche preziosi di ogni tipo, non è di per sé un male; occupa spazio e tempo, ma può anche offrire stimoli e punti di partenza. Per poter essere un approdo in questo mare, i libri devono diventare sempre più affidabili, belli, ben curati. Un buon libro, un buon cibo, una spiaggia, un sentiero di montagna saranno sempre più elementi irrinunciabili di un mondo concreto che, per le persone libere, è il riscatto da un flusso costante di visioni frammentarie. Questo bisogno fisico di assaporare a fondo è ciò che spinge le persone, sempre più numerose, a ricercare occasioni che mettono al centro l'esperienza diretta. È ciò che muove gli insegnanti più illuminati ad educare all'ascolto e alla scoperta. Il nostro obiettivo principale è fare rete, fisica e reale, con tutte le persone che lavorano in questa direzione: editori, librai, bibliotecari, scuole.

Quali sono gli elementi da salvare di questi quattro anni?

Stefano Angeli. Forse l'autocompiacimento che per tanto tempo ha impedito di prendere atto delle carenze cui sopra accennavo ha iniziato ad indebolirsi. Lo stiamo sperimentando nell'attenzione ai nostri contenuti che mostrano, più di prima, sia le grandi che le medie organizzazioni nel pianificare le loro attività formative. Il pay off della nostra comunicazione recita «Le persone migliori non smettono mai di apprendere». In questo contesto il libro torna ad essere riconosciuto come uno strumento insostituibile per diffondere la capacità di arricchire e organizzare i propri pensieri e i propri comportamenti.

Sandro Ferri. Di questi quattro anni di crisi salverei il coraggio e la passione con cui lettori, librai, organizzatori di festival, editori hanno continuato a difendere il libro e la lettura.

Carlo Gallucci. Salverei Più libri più liberi, la sua crescita e la sua affermazione, a Roma, come più importante fiera italiana e internazionale per l'editoria indipendente. Una scommessa rivelatasi vincente che registra risultati migliori di anno in anno e che è riuscita a dimostrare l'importanza della presenza dei piccoli editori nel mercato nazionale. Mi pare poi che, in questi quattro anni, sia cresciuto il successo dei piccoli editori. Credo che questo sia un segnale di vitalità importante per tutto il sistema editoriale. Un altro elemento da salvare – e penso all'Aie in particolare – è la capacità degli editori di reagire alla crisi facendo sistema, ragionando insieme. Finalmente mi sembra di poter cogliere segni di vitalità importanti, ci si riunisce, si discute, si progetta il futuro cercando di far fronte compatto per sostenere iniziative comuni. Non è facile, le dimensioni e gli interessi sono diversi, ma è comunque in atto una presa di coscienza del ruolo culturale, politico e civile degli editori, dell'importanza del nostro mestiere e dell'orgoglio con cui lo portiamo avanti. Di questi quattro anni salverei anche l'opportunità rappresentata dal nuovo governo, che pare più attento al libro dei due precedenti. Vedremo se passerà dalle parole ai fatti. Salverei anche la Legge Levi sul prezzo del libro, malgrado tutte le lacune e le discussioni. Non è certamente la migliore delle leggi possibili, ma se non altro ha avuto il merito di cominciare a mettere un po' d'ordine in una situazione anarchica, che rischiava da una parte di creare problemi alle librerie e, dall'altra, confusione nei lettori. La legge stessa nel suo testo prevedeva una successiva messa a punto dopo la sperimentazione iniziale e credo che sarebbe ora di cominciare almeno a parlarne. Gli obiettivi devono essere: chiarezza per il lettore e margini per i librai e per gli editori. Infine salverei il Centro per il libro e la lettura perché, anche se non è ancora decollato del tutto, il solo fatto di avere, in Italia, un'organizzazione istituzionale che si occupa di promozione della lettura è una buona base di partenza su cui è necessario investire per rendere la sua azione ancor più efficace. Romano Montroni è un presidente di grande energia e spirito d'iniziativa.

Marco Zapparoli. Inizia finalmente a diffondersi l'idea che a una crisi della domanda non si risponde aumentando il numero di novità, ma riflettendo su come stimolare il bisogno di leggere. Se si continuerà a insistere su modalità antiquate di promozione, che puntano a «vendere purché sia», non cambierà nulla. Una buona notizia: alcune piccole librerie nate negli ultimi anni, anche in centri minori, lavorano con risultati incoraggianti. Come mai? Perché sanno creare cerchie di lettori, di curiosi, di persone che si avvicinano al libro e non restano delusi da ciò che acquistano. Ultimo elemento positivo da sottolineare: la creatività di molti editori italiani – piccoli e meno piccoli – che non ha pari nel resto d'Europa. Anche questo ha contribuito e contribuisce a creare affezione!

La crisi, il calo della lettura e l'ascesa dell'e-commerce hanno messo a dura prova anche le librerie fisiche, sono ancora importanti per un editore indipendente?

Stefano Angeli. Dovrebbe essere di conforto apprendere come nel più avanzato mercato nordamericano siano oggi le librerie indipendenti a reggere, meglio delle catene, l'urto della competizione con il mondo dell'e-commerce. Assortimenti non standardizzati combinati con servizi personalizzati e dal «tocco umano» sono dei punti di forza a cui la libreria indipendente può ricorrere per preservare il suo posizionamento e la sua ragione economica. Su questo fronte esiste una naturale comunione di intenti tra un tipo di editoria quale quella che noi pratichiamo e le librerie che capiscono l'utilità di valorizzarla.



Sandro Ferri. Le librerie sono fondamentali. Non credo alla sopravvivenza della lettura se rimanessero solo e-commerce e algoritmi per proporre libri. La lettura ha

bisogno di comunicazione, di scambio, di luoghi fisici dove scoprire i libri e dove farsi consigliare. Sono confortato dalla mia esperienza negli Stati Uniti, dove abbiamo fondato la casa editrice Europa



Micol Favi, Istituto italiano di fotografia © Ale

Editions dieci anni fa: lì ci sono molte librerie indipendenti che fioriscono attraverso un forte legame con il territorio e una forte consapevolezza del loro ruolo culturale.

Carlo Gallucci. La libreria fisica è il santuario della lettura nei quartieri, nei paesi e nelle città. È un faro luminoso nella notte culturale italiana, è un valore sociale che andrebbe difeso, non solo dagli editori, ma dalle istituzioni, da chi ha a cuore le sorti del Paese. Negli Stati Uniti e in Inghilterra assistiamo ad una vera e propria rinascita dei bookstore indipendenti che hanno saputo trovare nella propria personalità, nella specializzazione e nei servizi accessori, la chiave per uscire dalla crisi. Viviamo in una fase di trasformazione dei tradizionali canali di vendita nella quale le librerie devono fare i conti con una ristrutturazione resa difficile dai ridotti margini di guadagno dovuti alla crisi. Ciò nonostante sono convinto che i librai sapranno trovare la formula per superare questo momento e credo fermamente che le librerie indipendenti non spariranno in quanto presidi culturali essenziali per la società. A questo proposito sono favorevole a incentivi, contributi e facilitazioni che aiutino i librai a chiudere il bilancio in positivo e che diano loro la possibilità di investire per rinnovarsi e ripensare il proprio modello commerciale.

Marco Zapparoli. Le librerie sono il cuore del sistema. La loro vitalità dipende dalla loro capacità di proporsi come

punto di riferimento e aggregazione. Abbiamo illustrato undici modelli positivi in un libro: *La voce dei libri. Undici strade per fare libreria oggi*, a cura di Matteo Eremo. Sarà di nuovo Matteo a raccogliere venti storie di librai coraggiose per la seconda puntata della *Voce dei libri*, in uscita nel 2015.

Quali pensa che siano le priorità del mondo del libro?

Stefano Angeli. È paradossale, ma sembra che ultimamente le politiche pubbliche si siano indirizzate in senso opposto a quanto ci si sarebbe dovuto aspettare. Non solo con l'Iva si disincentivano le nuove modalità di fruizione digitale, ma anche nel mondo dell'istruzione e dell'università si sono operate scelte che sminuiscono il valore del prodotto libro come fondamento dei processi educativi. Per questo sarebbe già importante se adottassero almeno politiche di neutralità nei confronti non genericamente della lettura, ma specificamente dell'oggetto libro. In campi legati al benessere fisico degli individui tanto spesso si invoca un principio di cautela a fronte di innovazioni non sufficientemente sperimentate. Non sarebbe male, io credo, se una pari attenzione venisse riservata a quanto contribuisce allo sviluppo delle capacità cognitive.

Sandro Ferri. Credo che il nodo principale sia lo sviluppo di una politica di valorizzazione della lettura. Bisogna far comprendere al maggior numero possibile di persone che la nostra civiltà, il

nostro benessere materiale e spirituale, non possono fare a meno dei libri, ossia che i libri sono una risposta vincente per il futuro. Per fare questo è necessario il sostegno alle biblioteche, alle fiere del libro, alle librerie e, in generale, alla promozione della lettura.

Carlo Gallucci. È necessario porre fine alla discriminazione tra libri cartacei e libri digitali perché, come recita il nostro slogan, «un libro è un libro» indipendentemente dal fatto che sia su carta o in formato digitale. L'equiparazione dell'Iva al 4% per gli e-book è quindi è un'emergenza più che una priorità. Bisogna poi lavorare per allargare il bacino dei lettori. In Italia leggono almeno un libro l'anno solo 43 italiani su 100, e sono numeri allarmanti per un Paese civile. Bisogna agire sui non lettori perché comincino a leggere, qualunque cosa, di qualunque genere. Questa non deve essere una priorità degli editori, ma del Paese, delle istituzioni: leggere serve per imparare a riflettere, per non vivere solo di emotività e di slogan. È per questo che occorre che il governo, coadiuvato dal Centro per il libro, dia il via a campagne efficaci e capillari per promuovere la lettura in Italia.

Marco Zapparoli. Non c'è dubbio: la prima priorità è la promozione della lettura. Il lavoro che viene fatto già oggi da molti ottimi editori per bambini e ragazzi va esteso anche al mondo degli adulti. Noi siamo molto soddisfatti di esperimenti molto concreti, come le Letture bendate, lanciate con Letti di Notte e riprese durante il Giro d'Italia in 80 librerie, che ora approdano anche alle biblioteche e alle scuole. Stimolare l'ascolto in tutti i modi, lavorare sull'accoppiata abbandono-piacere ha prodotto ottimi frutti. Anche le Biciclette parlanti, dotate di diffusori bluetooth e di playlist tematiche, sono sempre più richieste. A gennaio 2015 lanciamo due corsi, riservati a dodici persone: lettura ad alta voce, e fotografia «di scena», con focus sulla lettura. Il nostro progetto LeggiLO LeggiTI offrirà ben 24 appuntamenti in cui lettura e fotografia si contamineranno in modo creativo. Abbiamo moltissime richieste, sia per i corsi, sia per i mini-spettacoli. (Interviste a cura di E. Vergine)

© RIPRODUZIONE RISERVATA