

RHYMERS' CLUB



ASSOCIAZIONE CULTURALE

in collaborazione con

LN LibriNuovi
TRIMESTRALE DI ATTUALITÀ LIBRARIE

presenta

i Librivendoli

no. 1

La libreria No Future

Il '96 volge al termine e, fatte salve le improbabili sorprese di Natale, sarà archiviato come l'ennesimo anno senza storia del comparto librario.

Le cose non vanno troppo bene da tempo, gli anni '90 registrano un calo lento ma costante dei fatturati, non sono poche le piccole librerie che chiudono ma soprattutto - indice questo di un settore in profonda crisi - non nascono nuovi punti vendita, se non a discapito di quelli già esistenti. E se qualcuno pensa che *alluda* a megalibrerie futuribili, magari ubicate in prestigiosi palazzi di proprietà pubblica, ha perfettamente ragione.

Interessante notare come, apparentemente in controtendenza, il rapporto ISTAT 1995, al capitolo sui consumi culturali mostri un lievissimo progresso della lettura (passata dall'essere praticata dal 36.6% della popolazione [1988] al 39.3% [1995]). Ma tenendo conto della bassa scolarizzazione delle classi di età più elevata, il lievissimo incremento indica probabilmente solo uno spostamento nella curva delle età, dovuta alla naturale scomparsa di non-lettori, sostituiti da piccoli lettori.

E i concorrenti del libro?

Scorrendo i dati si trova che un 40% della popolazione utilizza la TV come unico tipo di consumo culturale, che non solo non legge libri, ma neppure quotidiani e riviste, non va al cinema né in discoteca o a vedere una mostra. Stanti questi dati, azzardo che Internet come concorrente del libro - rischio paventato da qualche intellettuale - in un paese come l'Italia dove non più del 2% delle famiglie possiede un PC in casa (e le statistiche non dicono se sappia usarlo o meno) non sia un'eventualità poi troppo terrorizzante. Anche perché, verosimilmente, chi possiede e utilizza un PC sa fruire senza troppe complicazioni di un testo scritto.

Certo, la percentuale della popolazione che guarda la TV conserva livelli plebiscitari (96.7%) ma non riesco a immaginare un motivo ragionevole per il quale un lettore non debba *mai* vedere la TV, e quindi...

E quindi, dove sta il problema?

Nei non-lettori, ovviamente. Le menti più fine delle grandi case editrici in questi anni le hanno studiate tutte o quasi per coinvolgere questo enorme bacino di non interessati alla lettura: feste del libro, saloni del libro, promozioni, yoghurt, tortellini, sconti più o meno dissennati, tre per due, libri al chilo, programmi TV, collane supereconomiche, Miti e Millelire.

Il risultato finale è che si è riusciti nell'intento (sacrosanto, peraltro) di permettere ai soliti noti (ovvero il 40% scarso della popolazione, o probabilmente molto meno) di spendere meno leggendo all'incirca lo stesso.

I dati aggiornati al 1994 del mercato del libro [fonte: Catalogo editori Italiani ed. 1996 - in attesa dell'arrivo della nuova edizione-] mostrano un fatturato globale aumentato dello 0.8%, il che significa, detratti gli effetti inflattivi, un decremento reale del 2-3%. Tenendo conto del calo di prezzo medio dovuto all'affermazione delle collane supereconomiche (-26.4) [*ibidem*] si può ben dire che fatturati in lieve calo o in stagnazione siano un risultato più che positivo per chiunque.

E intanto i non-lettori resistono. Sbuffano, ironizzano, persino affibbiano ai lettori la patente dei noiosi, asociali, imbranati, pallosi. (cfr. LN 37 - dati da Rivisteria n° 56)

Ma quale prezzo hanno pagato i lettori per poter leggere spendendo meno?

E quali sono le prospettive della lettura (e delle librerie)?

Basta una lettura non superficiale dei romanzi (ma, ahimè, anche dei saggi) per capire *dove* abbiano risparmiato gli editori per ridurre il prezzo medio del libro: su traduzioni, redazione, correzione bozze e, più in generale, su tutto ciò che rende un libro inanonimo, prezioso.

È sempre più facile inciampare in errori di stampa, traduzioni sciamannate, affrettate, rozze e malcerte, colossali abbagli, ridicoli equivoci, frasi incomprensibili - prive di soggetto o sospese nel nulla - autori (esordienti e non) mal o per nulla trattati in editing, bibliografie selvagge o latitanti, riferimenti errati, citazioni sbagliate o malamente orecchiate, introduzioni assenti o buttate giù alla viva il parroco, postfazioni e commenti oscuri e maldigeribili, risvolti disonesti o semplicemente idioti.

(e qui un esempio, almeno uno, *devo* metterlo. A pagina 76, 12^a riga dall'alto di *A voce alta* di Bernhard Schlink - libro peraltro bellissimo - si parla di *eruzione* giuridica in luogo, evidentemente di erudizione.)

La palma del più allegro massacro va comunque sempre alla Newton Compton e ai suoi titoli inventati di opere ricucite insieme o estratte dalle viscere di altre (Nietzsche, E.A. Poe, Lovecraft, Seneca ecc. ecc.) il tutto per stare nelle 100 pagine 1000 lire o nelle 250 pagine a 2.000 lire.

"*Ma sono scrupoli da puristi, manie da intellettualoidi*" si dirà.

Non credo. A parte il disappunto di constatare di aver ricomprato un libro che si possedeva già, fuorviati da un titolo inventato, non c'è nulla di più irritante che scoprire che un libro, magari amato, non è in versione integrale (o vanta aggiunte posticce).

Ugualmente irritante (e pericolosa per l'intero mercato librario) è l'attesa del passaggio in edizione economica di un libro che si intende leggere senza spendere 30.000 lire (ma ormai anche 15.000). "Questo qui esce nei Miti, che lei sappia?"

In genere la risposta è no. No nel senso che proprio non si sa che cosa uscirà o meno nei famosi Miti (L. 5.900 copertina rutilante come un albero di natale, cartaccia pessima, caratteri da clausola assicurativa a piè di pagina).

Cosa fa il cliente così disinformato? In genere aspetta. Poi si dimentica di tutto e non acquista più nulla.

Forse sarebbe ora di piantarla con l'uscita ritardata in economica e fare come nei paesi civili, dove l'edizione economica è contemporanea o pochissimo successiva alla rilegata. Il danno per i fatturati sarebbe molto probabilmente inferiore al temuto e sensibile il beneficio per lettori e lettura.

E invece no, si continua con il piccolo e piccolissimo cabotaggio, con la mediocre astuzia divenuta ormai abitudine. Si stampa la prima tiratura di 3550 copie a lire 28.000 e si aspetta la resa di 1122 copie per fare l'edizione economica (talvolta rifilando e ricorpertinando le famose 1122 copie). Da notare: quando le 1122 copie sono rientrate è passato al minimo un anno e del nostro libro si è smarrita o quasi la memoria. Risultato finale: 755 copie rese dell'edizione economica e libro definitivamente morto.

Il bello deve ancora venire. La Mondadori, editore talmente grande e bello che tutti noi (librai, ma anche lettori) non ce lo meritiamo proprio ha avuto la sua grandissima idea.

È da un paio di anni che la G. & B. (Grande & Bella) Mondadori se la studia.

Dovete infatti sapere che già nel '95, in un prezioso volumetto edito da Donzelli, titolo *A scopo di lucro*, il nostro augusto Kaiser Franz Tatonen enunciava la propria filosofia aziendale. Partito ora Kaiser Franz per altri più elettrizzanti lidi, il nocciolo della sua *Weltanschauung* (visione del mondo) è stato ereditato dai suoi successori. In poche parole: i librai italiani sono premoderni, patetici, vendono libri in locali troppo angusti, e, in qualche occasione, osano non acquistare le novità che la suddetta pubblica (e magari persino rendere l'invenduto).

Questo è sempre stato il tormentone della politica editoriale mondadoriana. La G. & B. M. non tollera semplicemente che i librai possano disertare (e in questo modo giudicare) la sua politica editoriale. Basta leggere l'intervista al burbanzoso signor Gian Arturo Ferrari (direttore editoriale Mondadori) pubblicata in "*La Resa*" di Emanuela Zurli editore Sonda (libro sicuramente prolisso ma ricco di notizie e profili davvero interessanti) per capire che per lavorare con Mondadori bisogna limitarsi a dire sì, senza titubare e soprattutto dimenticando gli assurdi scrupoli che un operatore economico non deve mai avere (ma che un libraio non del tutto degenerato a bottegaio viceversa ha).

E qui si vede come i Miti non fossero altro, in definitiva, che il lampo che annuncia il temporale, ovvero i modelli dell'editoria di domani: titoli prescelti dall'editore, tirature predefinite senza prenotazione, libri distribuiti capillarmente (librerie, supermercati, cartolerie, edicole), forte sostegno pubblicitario, autori sicuri e prezzo contenuto.

Il temporale adesso è alle porte. Incombe mentre scrivo queste note. Nel corso del 1997 la G. & B. M. abolirà la prenotazione, ovvero quella procedura paleolitica per la quale un cortese signore visita

le librerie con un cartoncino in una mano e un album pieno di copertine nell'altra, chiedendo: "Esce questo, lo vuoi? E quanti ne vuoi?"

Tutto finito: la Mondadori ha deciso che adesso, grazie ai computer, sa tutto di tutte le librerie d'Italia, tanto da poter inviare autonomamente i titoli giusti e nelle quantità giuste a chicchessia.

"*Ci sono troppe rese*" dicono a Segrate (come se la scelta dei titoli, dei quali un 20% circa sono inviati senza consultare nessuno, fosse fatta dal libraio), "*ragion per cui vi proponiamo un sistema che in Germania funziona benissimo*"

Che dire? Provare si può anche provare, se non altro perché non si dica che siamo premoderni e perché, comunque, avanti così non si può andare, ma restano numerosissime, forse troppe perplessità.

Un facile meccanismo di pagamento / resa mette teoricamente il libraio a riparo dalle brutte sorprese, anche se il catalogo (ovvero l'insieme dei libri pubblicati da più di sei mesi) viene venduto a condizioni meno vantaggiose, ovvero viene penalizzato.

E qui siamo entrati quasi inavvertitamente nel secondo tema proposto: le prospettive della lettura e delle librerie. Cosa accadrà ora?

Esaminiamo la possibilità peggiore (che è anche la più probabile, peraltro): Mondadori è la locomotiva dell'editoria italiana, il minimo che ci si possa aspettare è che continui nel proprio disegno. Ma a ben pensarci il problema assume contorni inattesi, quasi epocali. Mi spiego: esiste una linea di condotta aziendale che preservi fatturati, grafici che puntano al soffitto come nelle barzellette e insieme permetta il libero e gioioso fluire di autonomie culturali, tutelando la piccola / media libreria che lavora sul catalogo e su filoni culturali ben individuati?

Calma, cerchiamo di non essere settari o addirittura comunisti. A pensarci bene alla Mondadori (o alla Rizzoli o a chi pare a voi) converrebbe, teoricamente, preservare alcune nicchie ecoculturali, parchi naturali, oasi di lettura. Ma c'è un ma. Stante il fatto i magazzini costano (ed è questo un assioma inviolabile per qualunque operatore economico che desideri continuare ad esserlo e non abbia denaro in sovrappiù da bruciare nella propria attività) quale politica aziendale sarà mai in grado di aiutare una libreria che vive (anche) di titoli non nuovissimi? Per esemplificare: attualmente il rapporto di vendita tra titoli di catalogo e novità è un R che oscilla tra 1/3 e 2/5. Un libro su tre che venga venduto è un libro di catalogo, ovvero un titolo uscito da più di sei mesi. Tale rapporto R, per quanto riguarda la Mondadori, è già *adesso* pari a 1/7- 1/8. Se si introduce un ulteriore elemento di penalizzazione, peggiorando le condizioni commerciali di acquisto del catalogo come pensate che possa finire il nostro R?

Se la politica di Mondadori funziona, ovvero se diminuiscono le rese e le librerie si adeguano a tentare di vendere qualsiasi cosa l'editore decida di stampare, tutti gli editori che hanno abbastanza ossigeno (e denaro) si affretteranno a seguirla.

Non credo che il meglio dell'offerta editoriale sia necessariamente annidato nella produzione della piccola editoria, ma ipotizzando che i titoli di catalogo possano diventare anche più irreperibili di adesso e che, in un futuro prossimo, l'80% degli editori italiani difficilmente riuscirebbero ad arrivare in libreria, qualcuno immagina come potrebbe mai sopravvivere un'offerta sufficientemente variegata? Chi si sobbarcherebbe la produzione di titoli e autori nuovi, sconosciuti, interessanti, chi pubblicherebbe saggi non ortodossi o decisamente scomodi?

Non cominciate anche voi ad avere qualche dubbio sulla possibilità di conciliare le politiche commerciali dei grandi editori con le librerie di cultura? (Questo anche senza votare per Bertinotti) Probabilmente è stato proprio il sostanziale fallimento del tentativo di indurre i non-lettori a leggere (con montagne incommensurabili di rese di egregie scemenze) a indurre la G. & B. M. a infilare la strada della razionalizzazione forzata del settore.

Adesso vi invito a riflettere: in Italia non esistono le University Press come non esiste alcun tipo di intervento pubblico nei confronti dell'editoria di qualità, non c'è alcun sostegno per le librerie che si preoccupano di mantenere a stock titoli a lenta vendibilità né sono previste facilitazioni di alcun genere (fiscali, creditizie) per la piccola e piccolissima editoria.

Già adesso è veramente difficile (improbabile) riuscire a individuare nella montagna di titoli pubblicati quelli a bassa tiratura, soprattutto se di narrativa, o rintracciare libri usciti da appena un anno. Adesso provate, se volete, a immaginare una possibile libreria italiana del 2010.

Fatto?

Non vi piace?

Beh, leggetevi il signor Gian Arturo Ferrari. Lui ha sempre una risposta per tutto. (Da *La Resa* pag. 74 e segg.)

"L'editoria è un commercio, è una roba destinata a fare dei soldi (...) E allora *mi limito* a pubblicare i libri che il pubblico ama leggere. Il mio giudice è il mercato.

(...) I librai invece di stare a rompere i (omissis) facciano bene le librerie, vadano in giro a vedere come si fa." (il corsivo è mio)

Per chi fosse interessato ad approfondire i temi accennati, leggendo direttamente le fonti e non solo le conclusioni del sottoscritto, allego qui una bibliografia essenziale:

F.Tatò - A scopo di lucro - Donzelli 1995 - pp. 119 - L. 18.000

E.Zurli - La Resa - Sonda 1996 - pp. 208 - L. 28.000

Prefazione di G.Vigini a "CATALOGO DEGLI EDITORI ITALIANI 1996" Editrice Bibliografica 1995 - pp. 770 - L. 85.000

Idem edizione 1996

I S T A T - Rapporto sull'Italia ed. 96 - Il Mulino 1996 - pp. 163 - L. 15.000