DOPPIOZERO

Come funziona l'editoria

Oliviero Ponte Di Pino
20 Aprile 2021

Nelle 266 pagine fitte fitte di *I meccanismi dell'editoria. Il mondo dei libri dall'autore al lettore* (Il Mulino, 2021), Roberto Cicala racconta le meraviglie e le trappole dell'editoria libraria, guidandoci alla scoperta delle regole e delle eccezioni nel processo che porta alla produzione di quell'oggetto che chiamiamo libro.

La regola è la struttura industriale della filiera del libro, nelle varie fasi della ricerca, della produzione, della promozione, della distribuzione, della commercializzazione. Sono le tecniche, le norme, gli standard affinati nei secoli che ci separano dalla Bibbia di Gutenberg e dalle rivoluzionarie intuizioni di Aldo Manuzio (le racconta Alessandro Marzo Magno, *L'inventore di libri. Aldo Manuzio, Venezia e il suo tempo*, Laterza, 2020).

Cicala fotografa il fordismo applicato alla cultura, fondato sulla separazione tra i diversi segmenti della filiera editoriale e sulla specializzazione delle funzioni, per le quali le case editrici utilizzano competenze elevate e raffinate. Ma l'editoria si fonda anche (e forse prima di tutto) sulla collaborazione e sulla dialettica creativa tra le varie anime culturali e commerciali, tra le diverse professionalità e personalità: dagli autori ai redattori, dai grafici all'ufficio marketing, dall'ufficio stampa ai librai, dagli agenti agli editor...

Ma ci sono anche le eccezioni, che nel saggio di Cicala affollano le “finestre” che punteggiano il volume. Sono storie di persone, trovate, invenzioni, che in vario modo trascendono il regolare flusso produttivo e promozionale. Una ricca aneddotica sulle invenzioni e le trovate dell'editoria contemporanea l'ha raccolta Valentina Notarbernardino in *Fuori di testo. Titoli, copertine, fascette e altre diavolerie* (Ponte alle Grazie, Milano, 2020, € 18,50). Queste continue innovazioni a volte portano un libro al successo, in altri casi sono “buone pratiche” che si diffondono e fanno evolvere il mondo del libro o realizzano nuove potenzialità. È un constante esercizio di creatività, praticato collettivamente, in cui un'intuizione – a volte una trovata – prende forma grazie a uno sforzo collettivo. Anche per questo l'editoria (come il teatro e il cinema), proprio per la sua natura collaborativa, è necessariamente aperta a contaminazioni e ibridazioni, agli sconfinamenti in altri ambiti, settori, discipline...

Ogni libro, lo sa bene chi lavora nell'editoria, è un prototipo, un oggetto unico, che porta con sé un universo di incognite, e dunque una sequenza di problemi e di possibili soluzioni ai mille inciampi che s'incontrano nella gestazione di un libro. La produzione libraria è sempre sospesa tra l'ambizione industriale (il libro a stampa è uno dei primi prodotti di serie e si avvantaggia delle economie di scala) e la pratica artigianale (perché al tempo stesso ogni libro “è un prototipo”).

A partire dagli anni Ottanta, il mondo dell'editoria ha vissuto una serie di profonde mutazioni: l'oggetto libro, con la perfetta ergonomia evocata da Umberto Eco, è rimasto lo stesso, ma per il resto è cambiato (quasi) tutto.

È cambiato il processo produttivo. Una volta le grandi case editrici tendevano a coprire tutta la filiera, dalla correzione di bozze alla promozione e distribuzione, fino alle librerie. Queste monadi autosufficienti sono state sostituite da strutture ridotte alle essenziali funzioni direttive e strategiche, esternalizzando buona parte delle funzioni a service o a collaboratori esterni: scouting, redazione, copertine e grafica, a volte l'ufficio stampa (oltre che la traduzione) sono opera di una galassia di collaboratori coordinati dal “cervello” della casa editrice. Un processo accelerato dalla diffusione dei personal computer e di Internet.

È cambiato lo scenario strategico. I gruppi editoriali (e i canali di distribuzione e vendita, con le catene di librerie) diventano sempre più grandi, in un processo di concentrazione che non caratterizza solo l'editoria. Basti pensare in Italia all'acquisizione di Rizzoli da parte di Mondadori nel 2016, e su scala globale la fusione tra i due colossi come Penguin Random House e Simon & Schuster annunciata nel novembre 2020: due fusioni che cambiano gli equilibri del settore, finite non a caso sotto la lente dell'antitrust. In contrapposizione a questa tendenza al gigantismo, assume valore nel fragile ecosistema editoriale l'indipendenza delle case editrici e delle librerie, con la loro capacità di valorizzare nuovi talenti e prodotti innovativi.

È cambiato lo scenario mediatico. Il libro ha da tempo perso la centralità che ha avuto fino all'Ottocento: c'è stata una “marginalizzazione simbolica” rispetto a media più “moderni” e pervasivi, di immediata fruibilità. Ma i recenti studi sottolineano l'unicità della “lettura profonda” che è possibile con un testo cartaceo, ma non su uno schermo, come conferma l'esperienza degli studenti universitari.

Sono cambiate – o meglio, si sono precisate – le funzioni dell'editore, anche per reagire alla tendenza alla disintermediazione promessa dalla rete. Una casa editrice non è più solo e tanto un'industria che sforna prodotti in serie, ma assume le caratteristiche di una società di servizi per autori e lettori, come dimostra la diversificazione delle attività, con progetti di formazione (vedi il lancio nel gennaio 2021 della piattaforma Feltrinelli Educational), curatela di eventi, consulenze...

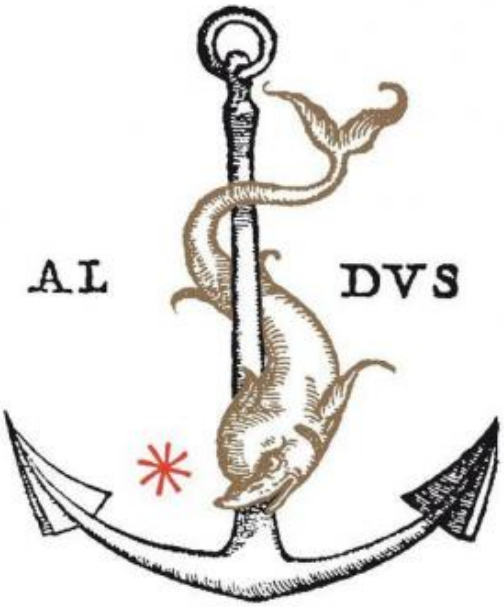
Su queste transizioni, in corso da tempo, ha fatto irruzione la pandemia, con i suoi effetti devastanti sulla nostra quotidianità “confinata” e di conseguenza sull'economia e sui consumi. Compresi quelli culturali.

Una delle prime lezioni della pandemia è l'importanza della filiera, in tutti i settori dell'economia, compresa l'editoria (per una cronaca dell'impatto della pandemia sul settore dell'editoria vedi Oliviero Ponte di Pino, *Il libro e la pandemia*, in “Pretext”, n. 13.14, dicembre 2020). Nel primo lockdown, subito dopo la chiusura delle librerie il mercato è crollato: già il 7 marzo le vendite erano calate del 25% in Italia, con punte del 50% in Lombardia (dati Osservatorio AIE). L'incremento delle vendite online (-50% agli inizi del primo lockdown) non ha compensato la chiusura delle librerie fisiche, dove ai primi di aprile le vendite erano calate del 75%. Ma quando le librerie hanno riaperto e la filiera si è ricomposta, il calo è stato sostanzialmente annullato (grazie anche al sostegno del MiBACT all'acquisto di libri da parte delle biblioteche pubbliche). Nel 2020 il fatturato della Varia è aumentato del 2,4%, con una crescita dei libri cartacei (+0,3%), degli ebook (+37%) e degli audiolibri (+94%) (Fonte AIE in collaborazione con Nielsen). Non è accaduto lo stesso nei paesi in cui le librerie sono rimaste chiuse, come Francia (-2%) e Germania (-2,3%). Difficoltà più marcate si sono rilevate in vari settori: libri scolastici, editoria d'arte, turistica e giuridica. Sono cresciuti invece i libri per bambini e fumetti.

Questa ripresa ha privilegiato le librerie indipendenti, radicate nei territori, rispetto alle librerie di catena, spesso ubicate nei centri urbani. I lettori hanno premiato i librai che offrono servizi di prossimità e che magari hanno inventato innovative modalità di consegna – o se si preferisce di *book delivery*. Resta da colmare il gap tecnologico con le grandi librerie online: ma in questi mesi sono nate alcune piattaforme

riservate ai librai indipendenti come #LibridaAsporto, lanciato da NW Consulenza e Marketing Editoriale (Gruppo Promedi); bookdealer.it, il sito di ecommerce ideato da Leonardo Taiuti; Caatalog, il gestionale lanciato da Matteo Cuturello.

La lettura ha di sicuro beneficiato della chiusura di teatri, cinema, musei, sale da concerto, festival: il recupero è “dovuto al fatto che il libro è stato un rifugio, ma anche al ventaglio ridotto dell'offerta culturale”, come ha notato anche Stefano Mauri (“Corriere della Sera”, 26 gennaio 2021). Seconda lezione: i consumi culturali attraversano i diversi settori, la cultura non deve essere segmentata, ma va considerata nel suo insieme. È vero che chiudere un settore può privilegiarne altri, ma in prospettiva dobbiamo pensare che allargare i consumi di qualità in un settore porta vantaggi anche agli altri.



ALESSANDRO MARZO MAGNO

L'INVENTORE DI LIBRI
ALDO MANUZIO
VENEZIA E IL SUO TEMPO

diamo
la speranza di
tempi migliori grazie ai
molti buoni libri che usciranno
stampati e dai quali, ci auguriamo, sarà
spazzata via una buona volta ogni barbarie:
giacché non credo che l'umanità sia
scesa tanto in basso da voler
continuare a pascersi di
ghiande, una volta
scoperte le
messi

Questo approccio è strategico in un paese come l'Italia, dove i consumi culturali restano al di sotto della media europea. Peraltro il lockdown ha attratto verso i consumi culturali alcune fasce che ne erano escluse. Secondo un'indagine realizzata tra il 6 e il 21 ottobre 2020, il 16% degli utenti di contenuti culturali in streaming non ne avevano usufruito in precedenza: “Per i neofiti, il lockdown è stato un momento di sperimentazione e scoperta, un'opportunità che ha semplificato e reso più accessibile la fruizione della cultura, nonché una condivisione famigliare, capace di avvicinare i figli alla cultura” (Fonte ISPOS per Intesa San Paolo). A questo punto si tratta di mantenere (e magari allargare) questo non-pubblico, una volta finito il lockdown.

Un altro versante riguarda il nostro rapporto di utenti con i contenuti culturali. Il digitale tende a privilegiare una fruizione individuale sullo schermo di un pc, con reazioni che spesso si limitano al regressivo “Mi piace” o al rifiuto aggressivo (anche se alcuni format in videoconferenza tentano di evocare la convivialità degli incontri dal vivo). Ma la cultura non è solo consumo di prodotti più o meno (s)gradevoli. Chiunque se ne occupi, sa che la cultura si sviluppa dove fioriscono il confronto, l'incontro, il dialogo con l'opera e con il suo pubblico, la discussione nello spazio condiviso. La cultura è il lievito della *polis*, lo spirito critico crea cittadinanza ed è alla base dei processi democratici.

Anche il mondo del lavoro è stato investito dall'emergenza pandemica. Sono emerse (forse esplose) le debolezze, le divisioni, le contraddizioni che attraversano il settore della cultura, in tutte le sue articolazioni. Da un lato ci sono i “garantiti”, inseriti nelle strutture aziendali, che hanno potuto in molti casi usufruire della cassa integrazione: al 20 marzo il 61% degli editori aveva fatto ricorso alla cassa integrazione o intendeva farlo (dati Osservatorio AIE). Dall'altra parte ci sono i numerosi precari, spesso professionalmente iper-qualificati, ma con scarse tutele, dal punto di vista dell'occupazione, delle garanzie, del welfare.

Tra marzo e giugno, si sono moltiplicati gli appelli dei diversi segmenti del mondo culturale: editori, librerie, biblioteche, ma anche i traduttori, le riviste, i freelance di Acta... Quello della cultura (e quello dell'editoria) è un settore diviso: nel 2020 abbiamo visto le contrapposizioni tra “grandi” e “piccoli” a proposito della legge sul libro che limita gli sconti al 5% del prezzo di copertina, o sulla riapertura delle librerie ai primi di aprile 2020. Conseguenza di questa frammentazione della rappresentanza sono la debolezza strutturale del settore culturale, il suo scarso peso politico, con la mancanza di leggi adeguate, e l'assenza di tutele per professionisti che vengono sospinti verso il dilettantismo.

Quelli culturali sono mestieri vocazionali, con lavoratori autonomi, che sono imprenditori di sé stessi e che spesso cadono nella trappola dell'autosfruttamento. In Italia la cultura è considerata un'attività “che ci fa divertire e ci appassiona” o un passatempo per anime belle: è dunque molto difficile far capire che la cultura è anche un importante settore dell'economia, che dà lavoro a decine di migliaia di persone, spesso in condizioni poco dignitose, e rappresenta una fetta non trascurabile del nostro PIL. Il rischio è che i lavori culturali diventino una riserva per “figli (e figlie) di papà”, che possono permettersi di essere sottopagati per anni.

Molti politici italiani ed europei in questi anni si sono riempiti la bocca con proclami sulla centralità della cultura, che dovrebbe rappresentare il fulcro del nostro modello di sviluppo. Nel pieno del primo lockdown, il 4 aprile 2020, i ministri della cultura di Italia, Germania e Spagna hanno lanciato un accorato appello: “Siamo ancora più determinati a proteggere il nostro bene più prezioso: la fiducia in una convivenza solidale e nella forza della cultura”. Poche settimane dopo, il 22 aprile, il ministro Dario Franceschini ha invocato “un nuovo Rinascimento globale attraverso la cultura”. Il 15 ottobre la potentissima presidente della

Commissione Europea Ursula von der Leyen lanciava il progetto di una “Nuova Bauhaus europea”.

Per vedere se è solo propaganda elettorale, sarà sufficiente aspettare i prossimi mesi.

La prima cartina di tornasole sarà il destino dei lavoratori del settore. Il 9 dicembre 2020 è stato presentato al Senato un disegno di legge sullo “Statuto sociale dei lavori nel settore creativo, dello spettacolo e delle arti performative”, sulla scia di precedenti indicazioni e provvedimenti dell'Unione Europea. Il settore creativo occupa in Europa 12 milioni di lavoratori e vale 509 miliardi di euro, ovvero il 5,3% del PIL europeo. È importante che “la natura imprevedibile e talvolta precaria della professione di artista sia compensata dalla garanzia di un'autentica protezione sociale”, come si legge in un documento ormai antico (2016) del Parlamento europeo. Tenendo conto della natura precaria, mobile e discontinua delle professioni culturali, delle differenti (e atipiche) forme contrattuali, si tratta di garantire un welfare dignitoso.

Una seconda cartina di tornasole saranno le allocazioni del Recovery Plan-Next Generation Europe. Finora la cultura è stata relegata in secondo (o terzo) piano: sono pochi i progetti dedicati alla cultura. Se arriverà qualche risorsa aggiuntiva, sarà probabilmente nell'ambito della digitalizzazione. E rischiamo che finisca nel vicolo cieco delle “Netflix della cultura”, che da un lato non sono in grado di competere con gli investimenti produttivi e promozionali delle grandi piattaforme e dall'altro si fondano su un'idea della cultura come intrattenimento e come prodotto di consumo. Ma “cultura” non vuol dire solo “consumi culturali” e “Mi piace”, ma partecipazione, cittadinanza attiva, spirito critico, *capacity buildiing*, integrazione e riqualificazione.

Il 31 marzo 2021 il Cepell ha presentato il suo “Libro bianco sulla lettura e i consumi culturali in Italia”, con il titolo programmatico *Dall'emergenza a un piano per la ripartenza*. Di fronte a una socialità inibita e a una rapida alfabetizzazione digitale, il mercato del libro ha tenuto. L'impegno è di sostenere il rilancio del settore, con azioni (anche simboliche) e con politiche attive, anche attraverso il sostegno alla domanda. Dal punto di vista strutturale, il Cepell fa proprie alcune indicazioni già emerse dalle analisi a livello europeo: frammentazione delle imprese, insufficiente sostegno finanziario, ridotto accesso agli incentivi (che vanno piuttosto al settore manufatturiero), scarso aggiornamento tecnologico, mercati dominati da grandi soggetti non europei, scarsa visione internazionale.

Sono i mali della nostra cultura. In teoria li conosciamo dal tempo in cui le casalinghe di Voghera andavano a Chiasso solo per comprare i dadi da cucina e il cioccolato. Se non vogliamo restare ancorati in eterno ai “ristori” o ai “sostegni”, sappiamo da dove dovremo iniziare. Altrimenti tutto tornerà come prima, ma molto peggio.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

ROBERTO CICALA

I meccanismi dell'editoria

Il mondo dei libri dall'autore al lettore

EDIZIONE DIGITALE SU
PANDORA CAMPUS