

PRONTI ALLA RESA

14 gennaio 2011 — pagina 43 sezione: CULTURA

Settecentoventi ore, trenta giorni. I più pessimisti dimezzano a quindici. In Italia, il ciclo vitale di un libro equivarrebbe a una meteora. Negli ambienti editoriali se ne parla da diverso tempo: all' inizio dell' autunno furono i piccoli editori del Festival di Belgioioso a denunciare che l' esistenza di un romanzo o di un saggio stava diventando effimera come quella di una farfalla: se entro un mese non vende, si restituisce all' editore. Un tempo che si è dimezzato rispetto a qualche anno fa. Le cause? «Troppa offerta, ma soprattutto poco curata: occorre più attenzione a quello che si pubblica, la quantità non è negativa di per sé - sostiene Paolo Pisanti, presidente dell' Associazione Librai Italiani - Comunque, sessantamila uscite l' anno (cioè più di 160 libri al giorno, ndr) sono una cifra incredibile rispetto a qualsiasi categoria merceologica, e senza soluzione di continuità. Un pasticciare sa che ci sono i momenti più impegnativi, come il panettone a Natale e la colomba a Pasqua. Noi non abbiamo pause. Non possiamo far altro che sostituire le quasi-novità con altre novità». Tutto, dunque, si giocherebbe nell' arco di una manciata di giorni: non è troppo poco? «No. Perché per fare spazio ai nuovi arrivi abbiamo bisogno di liberare i magazzini, e prima ancora di passare dalla vetrina al banco e dal banco allo scaffale: ci sono tempi tecnici, e tempi finanziari. I pagamenti all' editore avvengono mediamente a novanta giorni. Se voglio fare un' operazione economicamente valida, devo vendere i libri prima di pagarli, ma in tempi così brevi è difficilissimo. Dunque, diventa antieconomico tenere un libro che stenta a decollare più di ventitrenta giorni: se fosse possibile pagare solo quello che si vende, o avere termini di pagamento più lunghi, le cose andrebbero diversamente. Infine, i numeri sono cresciuti troppo. Quindici anni fa un best-seller vendeva centomila copie: oggi, per essere tale, deve venderne un milione. Favorire un gruppo ristretto di autori danneggia il pluralismo della diffusione: sembra un paradosso, ma l' Italia non è il paese dei best-seller». Ma non è neppure il paese dei troppi libri, dice Cecilia Perucci, direttore editoriale di Corbaccio. «Anzi, teoricamente i libri non sono mai abbastanza. Sicuramente c' è stata un' accelerazione dei tempi, per esempio nel passaggio dall' edizione rilegata al tascabile. Ma non di copie: l' editore, ormai, lavora in base agli ordini che riceve dal libraio, che ha la parola finale sulla quantità». Forse le cose potrebbero cambiare con gli e-book, anche se il mercato è partito lentamente: ma il magazzino della Rete potrebbe garantire una vita diversa. Per ora, comunque, la corsa alla pubblicazione e alla libreria rischia di essere un falso traguardo per l' esordiente: «Oggi - dice Marco Zapparoli, direttore di Marcos y Marcos - sarebbe difficilissimo vendere un Calvino al suo debutto. Ci sono libri che possono essere apprezzati solo in tempi lunghi e sarebbe impossibile riconoscere la novità rappresentata da Calvino in una manciata di giorni». Responsabilità dei librai o degli editori? «Diciamo che la situazione è divenuta tesa per mancanza di complicità fra libraio ed editore: più gli interessi sono solidali, più il libraio rifletterà prima di procedere alle rese. Cosa che non può avvenire se l' editore continua a battere moneta, ovvero a mettere fuori libri. Sa perché gli editori pubblicano sempre più titoli? Perché pensano erroneamente di poter compensare le rese che riceveranno e di far quadrare il budget: in poche parole, se in un anno non è stata raggiunta la fatturazione prefissata, in quello successivo si "picchiano fuori", per usare il termine aggressivo oggi di moda, più titoli a una tiratura alta. I librai stanno al gioco per un po' , ma infine si stancano e rendono. Un abbaglio molto simile a quello degli swap finanziari: che alla fine si sono rivelati carta straccia senza alcun valore. Il libro ha un valore, invece: deve essere trattato con rispetto proprio perché ha bisogno di maturare. Cinque anni fa noi lanciammo la campagna "Meno tre": passammo da

diciotto novità di narrativa annuali a quindici. L' anno successivo siamo scesi a tredici. Andò benissimo e non abbiamo mai cambiato: anzi, nel 2011 festeggiamo i nostri trent' anni proprio con una collana che si chiama "Tredici": perché le energie che prima mettevamo nella produzione, le abbiamo trasferite nella promozione dei nostri libri». Annunisce, a distanza, Romano Montroni, principe dei librai, a lungo direttore delle librerie Feltrinelli, dal 2005 consulente delle Coop: «Il libro è come una pianta: diventa grande se lo innaffi tutti i giorni. Trenta giorni di vita? Può essere vero, ma dipende dalla libreria in cui viene collocato e dalla missione di quella libreria. Nelle Coop abbiamo sempre il trenta per cento di novità e il settanta di catalogo. Perché una filosofia di comportamento è necessaria: vedo troppi librai che per affrontare un problema finanziario fanno clic sul computer, tirano fuori l' elenco dei libri che hanno venduto meno negli ultimi tre mesi e rendono a più non posso. Una buona libreria deve sempre avere tre tipi di libri: quelli che si vendono molto, quelli che si vendono meno e quelli che servono a far vendere gli altri. E, soprattutto, un libraio deve saper riconoscere il valore di un libro indipendentemente da quanto vende: se a uno scrittore giovane dai fiducia, devi tenerlo. E non può mancare, in nessuna libreria, un testo di Calvino. Anche solo una copia». Anche se oggi, forse, vivrebbe la vita di una farfalla. - *LOREDANA LIPPERINI*