

ARCHIVIO LA REPUBBLICA DAL 1984

EDITORI IPERPRODUTTIVI E ANOMALIE DEL MERCATO

21 luglio 2011 — pagina 40 sezione: CULTURA

Caro direttore, l'idea di "decrescita editoriale" (di cui peraltro non rivendico la paternità: proposta anni fa da Marcos y Marcos, è stata rilanciata di recente da Simone Barillari) rischia di diventare uno slogan: al motto facilmente banalizzabile preferisco il proposito di "pubblicare meglio" come primo di una lista di propositi indirizzati innanzi tutto alla mia stessa casa editrice, e poi a quelli fra i miei colleghi che volessero perseguirli. A noi editori rimprovero di aver accettato, certificandole così d' un qualche valore, alcune regole imposte dal mercato come iperproduzione, banalizzazione, omologazione, e propongo di impegnarci a resistere a questa semplificazione. L' altro impegno che auspico è a riconoscere di aver accettato di operare in un mercato condizionato in maniera decisiva da una stortura tutta italiana: non tanto la concentrazione nelle mani di pochi di gran parte della produzione editoriale; non tanto il fatto che specularmente la vendita (catene, franchising, grossisti, negozi online, retailer di e-book) sia fortemente concentrata, o che la distribuzione sia anch' essa appannaggio di poche aziende. Le concentrazioni infatti esistono in quasi tutti i mercati editoriali. Ma solo in Italia queste costituiscono una "concentrazione di secondo grado" perché gli stessi soggetti ricoprono l' intera filiera editoriale. Come può infatti un editore affidare i propri libri a dei partner che sono al tempo stesso concorrenti? Se un distributore è anche il buyer delle catene a cui deve vendere i libri; se un agente di vendita che si fa in quattro per vendere i libri di un editore riceve lo stipendio da un' azienda al cui vertice c' è un altro editore; se la catena di librerie fino a ieri considerata dal piccolo libraio in difficoltà economica come il suo competitor, oggi, con un paradosso indicibile, si veste da franchising e gli propone di "salvarlo" tramite l' affiliazione; se tutte queste anomalie sono diventate l' acqua in cui ci siamo abituati a muoverci, il pericolo è di non poterle più notare. Non possiamo più ignorare che quest' acqua sia inquinata o perlomeno torbida, e ci fa perdere di vista quella che dovrebbe essere la stella polare di ogni editore ovvero il rapporto con i lettori, affidato a quell' indispensabile mediatore culturale che è il libraio. Per farne un esame batteriologico dovremmo rivolgerci all' Antitrust, presentandogli un campione, una fotografia del mercato del libro in Italia oggi, per avere un suo parere. Questo parere potrà essere la pietra angolare su cui costruire finalmente quella Legge per il Libro strutturata, seria, necessaria, auspicata ormai da anni da molti. (L' autore è editore con minimum fax) - *MARCO CASSINI*