

LA FABBRICA **DEI LIBRI**

**MARIA SERENA PALIERI**

# Noi, nel pianeta del piccolo Harry

**T**recentomila il primo giorno: sono le copie vendute dal settimo (e ultimo?) *Harry Potter*, all'uscita in traduzione italiana il 5 gennaio, con una prima tiratura di un milione di copie. Lo riferisce la rivista *Bookshop*, aggiungendo un dato su cui riflettere: con i sette milioni e mezzo di copie vendute dai primi sei volumi, la saga di J.K.Rowlings costituisce il 34% del fatturato - 36 milioni di euro - della casa editrice Salani. Insomma, in queste settimane di gennaio si è giocato il bilancio 2008 della Salani, ma anche in parte quello complessivo del gruppo GeMS cui essa fa capo (il terzo italiano), nonché le statistiche sullo stato dell'industria che, ogni anno, ci fornisce l'Aie. Il «gigalibro» - così li chiamano - ha quest'effetto: è una carica di esplosivo sotto forma di libro. Macroeffetti analoghi li ebbe, negli anni scorsi, *Il codice da Vinci*. *Tirature 2008*, l'annuario del **Saggiatore** da ieri in libreria, ricostruisce in un saggio di Paola Dubini il collaudato meccanismo con cui l'esplosivo viene gestito a livello globale: perché il maghetto, coi primi sei titoli, ha venduto nel pianeta quattrocentosettanta milioni di copie, cifre che non è facile concretizzare mentalmente, una copia ogni dodici abitanti della Terra. Naturalmente, com'è per ogni bene materiale, quassù da noi ci sono i ragazzini che hanno tutti e sette i romanzi e se li tengono stretti e laggiù, in Africa, ci sono i ragazzini che, Harry Potter, non sanno chi sia. Il maghetto è responsabile di un altro gap. Dunque, *Tirature* analizza il meccanismo che, dopo i primi successi, l'editoria mondiale ha messo a punto per moltiplicarli, un meccanismo la cui catena è così composta: autrice-editore-biblioteche-distributori-pirateria, e che culmina nella «festa» con cui lettori e famiglie accolgono il Bambinello, nei paesi anglosassoni in luglio, da noi, per restare in metafora, la notte prima dell'Epifania. La domanda che, sotto il filo dell'acqua, il saggio pone è: gli acquirenti del gigalibro lo leggono? E, letto, gli viene voglia di legger altro? Domanda non da poco: si tratta di capire se i «consumatori» di Harry si trasformeranno, poi, in «lettori».



spalieri@unita.it

